



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**  
Centro de Educação da Baixada e Humanidades  
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense

Maria Cecile Azambuja

**Club Penguin:**  
**A produção de subjetividade capitalística na narrativa interativa nos**  
**videogames**

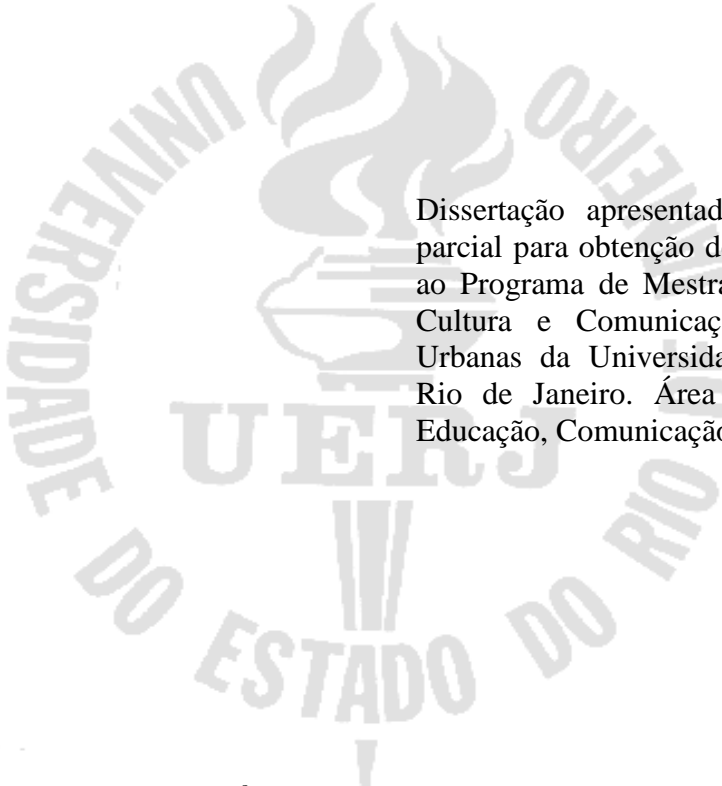
Duque de Caxias

2013

Maria Cecile Mahler Ferreira de Azambuja

**Club Penguin:**

**A produção de subjetividade capitalística na narrativa interativa nos videogames**



Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Mestrado em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Educação, Comunicação e Cultura.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Alita Villas Bôas de Sá Rego

Duque de Caxias

2013

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ/REDE SIRIUS/ BIBLIOTECA CEHC

A991 Azambuja, Maria Cecile Mahler Ferreira de.  
Tese Club Penguin: a produção de subjetividade capitalística na  
narrativa interativa nos videogames / Maria Cecile Mahler  
Ferreira de Azambuja – 2013.  
142f.

Orientador: Alita Villas Bôas de Sá Rego.  
Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação da Baixada  
Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

1. Subjetividade - Teses. 2. Vídeo games - Teses. I. Sá Rego,  
Alita Villas Bôas. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro.  
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense. III. Título.

CDU 165.42

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Maria Cecile Mahler Ferreira de Azambuja

**Club Penguin:**

**A produção de subjetividade capitalística na narrativa interativa nos videogames**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Mestrado em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Educação, Comunicação e Cultura.

Aprovada em 10 de setembro de 2013.

Banca Examinadora:

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Alita Villas Bôas de Sá Rego (orientadora)  
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense – UERJ

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Neiva Vieira da Cunha  
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense – UERJ

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Adriana Andrade Braga  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Duque de Caxias

2013

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho ao meu filho, Fernando, que me ensinou a ver a vida com outros olhos e aos meus pais, Lielzo e Eliane, que sempre estiveram do meu lado, em todos os momentos.

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço à cartografia do destino por ter me levado a reencontrar, depois de quase 20 anos, Alita Villas Bôas de Sá Rego. Em segundo lugar, agradeço à professora Alita por ter me apresentado à FEBF e por ter me proporcionado essa aventura lúdica do conhecimento. Agradeço também pela sua generosidade, compreensão e confiança dispensados a mim durante todo o tempo da orientação, principalmente nos momentos em que as linhas de força criavam linhas de fuga.

Agradeço também ao professor Mauro de Sá Rego, por ter participado da minha qualificação e por suas aulas rádio inesquecíveis sobre o Ritornelo.

Agradeço também à professora Adriana Braga, da PUC, por ter apontado caminhos importantes na minha pesquisa.

Agradeço à professora Neiva Vieira pelas aulas de etnografia e por participar da banca examinadora.

Agradeço aos amigos queridos que fiz, aos companheiros de estudos, aulas, projetos, lanches e boas conversas. São eles Luciano Melo Dias, Nélia Lúcia Fonseca, Márcia Rocha, Suzana Almeida, Oscar Colombo, Mariana Gesteira, Tamara Campos, Delmo Fonseca, João Ricardo Oliveira, Sylvia Palma (outro reencontro feliz), Renata Fagundes, Maria José dos Santos, Kátia Paz, Lu Brasil, Murilo Detogne, entre tantos outros.

Agradeço também aos meus pais pelo apoio incondicional, pela presença constante e pela ajuda nos dias em que mais precisei deles.

E por fim, agradeço ao Fernando, por ter me “apresentado” ao *Club Penguin*.

## RESUMO

AZAMBUJA, Maria Cecile Mahler Ferreira de. *Club Penguin: a produção de subjetividade capitalística na narrativa interativa nos videogames*. 2013. 142 f. Dissertação (Mestrado em Educação, Cultura e Comunicação) - Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2013.

Na pesquisa *Club Penguin: a produção de subjetividade capitalística na narrativa interativa nos videogames* vamos realizar a cartografia (Deleuze & Guattari) do gameplay do *Club Penguin*, em sua plataforma principal, online. É uma pesquisa em andamento, já que o jogo não tem um objetivo único a ser alcançado e sua narrativa não é conclusiva, pois depende integralmente do agenciamento entre formas de pensar, agir e sentir do usuário com a programação do jogo, produzindo um rizoma que nunca se fecha. Para poder verificar seus efeitos na produção da subjetividade capitalística das primeiras pistas que seguimos foi a presença das tecnologias de informação e comunicação, que, ao mesmo tempo em que permitem a autonomia do usuário, exercem uma vigilância e um controle consentidos, produzindo dados que servem de base para a manutenção e preservação da sociedade de controle (Gilles Deleuze). Nossa segunda pista está ligada às práticas e laços que se formam no decorrer do jogo, que refletem os efeitos das relações presentes no capitalismo contemporâneo, que tem como base o consumo e a produção de signos e afetos, tal como descritas por Hardt & Negri. O percurso da terceira pista está ligado às linhas de enunciação e visibilidade cujos efeitos se refletem nos processos de subjetivação das crianças que participam do jogo, visto que o público alvo deste jogo está na faixa dos 6 aos 14 anos de idade.

Palavras-chave: Club Penguin. Comunicação. Educação. Subjetividade. Narrativa interativa.

## ABSTRACT

AZAMBUJA, Maria Cecile Mahler Ferreira de. *Club Penguin: The production of capitalistic subjectivity in interactive narrative in video games*. 2013. 142 f. Dissertação (Mestrado em Educação, Cultura e Comunicação) - Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2013.

In the study "The production of capitalistic subjectivity in the Club Penguin game's interactive narrative" we will map (Deleuze & Guattari) Club Penguin's gameplay in its primary platform, which is online. This is an ongoing study, since the game does not have a single goal to be achieved and its narrative is inconclusive. Its narrative depends entirely on the user's arrangement of his/her thinking, acting and feeling with the game's programming, resulting in a rhizome that never closes. Therefore, in order to evaluate the game's effects on the production of capitalist subjectivity, one of the first clues that we followed was the presence of information technologies and communication, which allow the user's autonomy while exercising permitted vigilance and control, producing data that are the basis for the maintenance and preservation of the control society (Deleuze). Our second clue is linked to practices and bonds created during the course of the game, reflecting the effects of the relationships in contemporary capitalism, which is based on the consumption and production of signs and affections as described by Hardt & Negri. The course of the third clue is connected to the lines of enunciation and visibility effects, which are reflected in the processes of subjectification of children who participate in the game, since the target audience for this game are children between the ages of 6 to 14 years old.

Keywords: Club Penguin. Communication. Education. Subjectivity. Interactive narrative.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Interface de escolha do avatar .....	58
Figura 2 - Interface de login .....	58
Figura 3 - Interface de Servidores .....	59
Figura 4 - Cartão do pinguim visto por outro jogador .....	67
Figura 5 - Cartão do pinguim .....	68
Figura 6 - Lugar Piazza .....	74
Figura 7 - Diagrama de Conexões .....	92
Figura 8 - Diagrama de Linhas de Força .....	93
Figura 9 - Horta Comunitária .....	113
Figura 10 - Minijogo Desafio Ninja. ....	115
Figura 11 - Lugares e ambientes da ilha .....	141
Figura 12 - Emoticons .....	142

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CFC	Coins For Change
CMC	Comunicação Mediada por Computador
CMYK	Sistema subtrativo de cores: Cyan (ciano), Magenta (magenta), Yellow (amarelo) e Black (preto)
CP	Club Penguin
CPN	Club Penguin News
DS	Dual Screen
EPF	Estranha Parafernália Falante
LCD	Tela de cristal líquido (liquid crystal display)
MMOG	Massively Multiplayer Online Game: jogo online de múltiplos jogadores em massa
MMORPG	Multiplayers Massive Online Role-Playing Game: jogo online de múltiplos jogadores em massa com representação de papéis.
PC	Personal Computer
PSW	Persistent-state world
RGB	Sistema aditivo de cores: Red (vermelho), Green (verde) e Blue (azul)
TICs	Tecnologias da Informação e Comunicação
Wii	Console de videogame da Nintendo lançado em 2006

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
1	<b>CARTOGRAFIA E SUBJETIVIDADE</b> .....	23
1.1	<b>Mapeando a rede</b> .....	23
1.1.1	<u>Netnografia</u> .....	23
1.1.2	<u>Cartografia</u> .....	25
1.2	<b>Produção de Subjetividade</b> .....	32
1.2.1	<u>Subjetividade Capitalística</u> .....	34
1.3	<b>Trabalho imaterial</b> .....	36
2	<b>INTERATIVIDADE NO CIBERESPAÇO</b> .....	41
2.1	<b>Cooperação</b> .....	41
2.2	<b>Construções narrativas</b> .....	43
2.3	<b>Gameplay</b> .....	46
2.4	<b>Interatividade</b> .....	48
2.5	<b>Realidades imersivas</b> .....	49
3	<b>REALIDADE DIGITAL</b> .....	55
3.1	<b>Universo virtual</b> .....	55
3.2	<b>O Club Penguin</b> .....	57
3.3	<b>O avatar e o jogador</b> .....	75
4	<b>OBJETO À VISTA</b> .....	79
4.1	<b>Cartografia de uma ilha possível</b> .....	79
4.1.1	<u>Linhas de visibilidade</u> .....	79
4.1.2	<u>Linhas de enunciação</u> .....	85
4.1.3	<u>Linhas de força</u> .....	89
4.1.4	<u>Linhas de subjetivação</u> .....	95
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	99
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	102
	<b>APÊNDICE A – Diário de Campo</b> .....	108
	<b>APÊNDICE B – Lugares e Ambientes</b> .....	141
	<b>ANEXO – Bate-papo por Emoticons</b> .....	142

## INTRODUÇÃO

### Apresentação

O objetivo desta pesquisa foi investigar a produção de subjetividade capitalística tendo como objeto a narrativa do *Club Penguin*, um jogo online para computador da Disney que tem como público alvo uma faixa etária entre 6 e 14 anos de idade, embora crianças ainda menores consigam jogar e interagir no site e assim como os adolescentes acima dos 14 e os adultos. Todos podem entrar, se cadastrar, criar avatares e se divertir no *Club*. Acreditamos que é um mundo virtual que atrai diversas idades inserindo a infância nas relações existentes do capitalismo contemporâneo através de uma rede de produção de signos e afetos. Partindo deste princípio procuramos:

- Examinar a construção de narrativas interativas de videogames em busca dos elementos e ações necessários para a produção de subjetividade.
- Identificar as diferenças entre a narrativa presencial e a virtual via redes sociais digitais.
- Verificar os agenciamentos narrativos (ou dispositivos no sentido foucaultiano) e seus efeitos na produção da subjetividade do jogador.

### O *Club Penguin*:

O *Club Penguin* na plataforma online começou a ser esboçado por volta do ano 2000, mas sua verdadeira história começou em 2005, quando os fundadores começaram a trabalhar na concepção de um mundo virtual. O objetivo era criar um lugar seguro onde seus filhos e netos pudessem jogar, acessar e se divertir online. Dois anos depois, foi comprado pela Disney e se tornou um dos maiores mundos virtuais dedicados ao público infantil, sendo pioneiro nesse segmento. Comprado por U\$\$ 350 milhões de dólares, a Disney não poupou esforços para tornar o *Club* mais atraente para as crianças. Contratou uma agência de publicidade e também psicólogos para fazerem parte desse processo. Em 2007, eram 12 milhões de perfis cadastrados e passou para quase 200 milhões, distribuídos em cerca de 214 países<sup>1</sup>, em 2012.

---

<sup>1</sup> Disponível em <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/inspirada-no-club-penguin-disney-aposta-na-web> > Acesso em 28 set 2012.

O game é definido pela Disney como um *mundo virtual* que possui componentes sociais criando a noção de comunidade, assim como trazendo também algumas atividades lúdicas que se assemelham a um MMORPG, sigla que significa jogo online de multijogadores em massa com representação de personagens/papéis. Mas justamente por oferecer uma ampla gama de atividades, não podemos classificá-lo como um ou outro. O conceito de mundo virtual permite abarcar estas múltiplas instâncias de acordo com o que o usuário/jogador/criança queira fazer lá dentro.

O *Club Penguin* faz parte do que se convencionou chamar de jogos de sétima geração<sup>2</sup>. São jogos online que permitem ao jogador uma interação com jogadores reais. E, diferentemente do que acontece ao se ler um livro e até mesmo ao assistir à um filme no cinema, os jogos eletrônicos funcionam como um meio de imersão na narrativa que dá ao jogador a oportunidade de interagir e atuar nela. Através da imersão na história, o jogador reflete, decide e soluciona enigmas e problemas apresentados.

Ao fazer a imersão na narrativa do game, comecei a verificar conceitos sendo materializados/explorados nos jogos que simulavam vidas, assim como a produção de desejos, de sonhos e de esperanças de futuro. Intrigava-me saber o que assegurava minha adesão aos dizíveis e visíveis que provocavam uma verdadeira imersão. Com algum distanciamento de meu devir jogador, pensava: quais seriam seus efeitos nas formas de pensar, agir e sentir na vida dos jogadores? Quais seriam os agenciamentos capazes de influenciar as pessoas em sua vida off-line? Seriam os videogames produtores de uma subjetividade, tal como Deleuze e

---

<sup>2</sup> Os jogos eletrônicos de primeira geração eram jogos como o OXO, que imitavam o jogo da velha, o Spacewar e o *Tennis For Two*, que não tinham uma narrativa. Os de segunda geração também não tinham uma narrativa, mas exigiam desafios de raciocínio e habilidades motoras do jogador. E o som começou a ser explorado para deixar a experiência do jogo mais interessante. A terceira geração é representada pelo Pac-man, um personagem inspirado numa pizza que tinha como companhia quatro fantasmas, os vilões, que o perseguiram pelo labirinto. Apesar de não apresentar narrativa, o Pac-man foi considerado o primeiro herói da história dos videogames. Até aqui, o fim do jogo se dá sempre com a derrota do jogador. Mas para compensar, em alguns deles, existia a pontuação que podia ser comparada com as anteriores ou de outras pessoas. Na geração seguinte, a quarta, os jogos começam a ter uma narrativa. É quando surge o personagem mais famoso da história dos videogames, um encanador baixinho e bigodudo chamado Mario. Ele tinha como missão salvar a princesa Peach das mãos de um gorila gigante, o *Donkey Kong*. Na quinta geração, os jogos já ganham um enredo. O primeiro deles foi o *The Legend of Zelda*, surgido em 1986, e que se tornou um exemplo de narrativa bem acabada e estruturada. A história já vinha escrita no manual do usuário e o ponto de partida do jogo era quando o herói Link entrava na trama. Os jogos de sexta geração têm narrativas que permitem uma interação livre do jogador. Ou seja, existe uma narrativa embutida mas o jogador é livre para explorar o mundo e assim fazer a sua própria narrativa. *Grand Theft Auto* (GTA), é um dos expoentes desses tipos de jogos ao lado da série do *The Sims*. Já os da sétima geração, são formados por jogos online, e se diferenciam dos anteriores por proporcionarem uma interação entre jogadores reais. São RPGs ou mundos virtuais, como o *Second Life*. É uma mistura de rede social e videogame onde o jogador cria um avatar e vive nesse mundo com uma narrativa que se aproxima de nossas vidas e de como vivenciamos o nosso cotidiano.

Guattari a descrevem em *Caosmose e Mil Platôs*? Esquematizando minhas questões, cheguei a conclusão que desejava saber:

- De que forma a narrativa do *Club Penguin* insere as crianças na economia do desejo das redes sociais virtuais que reproduzem os modos de pensar, agir e sentir do mundo capitalista?
- Como se constrói a narrativa interativa em um videogame?
- Quais são as diferenças entre a narrativa presencial e a interativa via redes sociais digitais?
- Quais são as linhas de visibilidade e as linhas de enunciação produtoras da subjetividade capitalística?

### **Naufrágio na Ilha Penguin.**

No início do projeto, buscava estudar as narrativas de videogames<sup>3</sup> online. Comecei a navegar no Youtube e a assistir às simulações de alguns jogos, pois muitos usuários colocam vídeos de suas vivências lúdicas na web como forma, tanto de compartilhamento de experiência, quanto de contribuição de conteúdo para aprendizado de outros usuários. Jogos como o *The Sims*<sup>4</sup>, que simulam vidas virtuais, por exemplo, me deixavam entediada. Talvez a idade compromettesse minha participação nesses mundos pois não estou na faixa dos 15 aos 25 anos, idade que segundo as pesquisas nesse campo, apontam para uma maior audiência. Ao passo que jogos como o *GTA, Grand Theft Auto*<sup>5</sup>, que incitam à violência, me sentia desconfortável. Na busca entre um jogo e outro, encontrei o *Club Penguin*.

Era um domingo de chuva e eu comecei a buscar na web um jogo para o meu filho que desse prosseguimento ao álbum de figurinhas do *Club Penguin*, impresso em papel, que ele

---

<sup>3</sup> Nessa pesquisa vou me referir a *games* quando estiver falando sobre o *Club Penguin* na plataforma de PC *online*. E videogames, de forma geral, pois levarei em consideração que há jogos para plataformas de console da franquia *Club Penguin*. Entre games e videogames existem algumas diferenças. Uma delas é que os consoles de videogames vêm de fábrica com controles ergonômicos especialmente desenhados enquanto que os jogos para PC usam o mouse ou teclado.

<sup>4</sup> Uma série de jogo eletrônico de simulação de vida onde o jogador cria e controla a vida de pessoas virtuais chamadas *Sims*.

<sup>5</sup> A sigla GTA refere-se a *Grand Theft Auto*, um termo referente a roubo de veículos. É uma série de jogo eletrônico centrado num mundo aberto onde o jogador pode escolher as missões para o progresso de uma história global, bem como participar de atividades laterais. A série ganhou controvérsia por sua natureza de temas adultos de violência. A narrativa se concentra em torno de muitos protagonistas diferentes que tentam subir na hierarquia do submundo do crime.

havia acabado de colecionar. Achada a página, foi preciso me cadastrar, criar um avatar<sup>6</sup> e começar a interatividade nesse universo. Nossa experiência inicial, no *Club Penguin*, foi muito prazerosa. A cada minijogo, recompensas em moedas, a cada ambiente, uma nova surpresa, a cada catálogo, uma vontade de adquirir acessórios, roupas, novos iglus, objetos de decoração entre outros. Mas o direito à compra da maior parte dos itens dispostos nos catálogos, é restrito aos assinantes do site. Mesmo assim, durante uma semana, eu e meu filho, com então 5 anos de idade, jogamos no *Club* com avatares sem assinatura. Só que o desejo de consumir itens e experimentá-los socialmente só fazia crescer a justificativa por uma. E todas as vezes que tentávamos realizar determinada compra, uma pequena janela azul se abria sobre a interface dizendo que aquela ação só era permitida à assinantes e nos convidavam “alegremente” a fazer a assinatura com a seguinte frase: “*veja como é legal ser assinante!*”

Definida as prioridades, assegurada a confiabilidade de fazer parte dessa comunidade como assinante para usufruir mais e com melhor profundidade tudo o que o *Club Penguin* oferecia, assinei<sup>7</sup>. Como assinante, durante muitas noites, entrei no *Club Penguin* só para jogar seus minijogos. Joguei para ganhar moedas e ter motivos de troca, comprar novos iglus e decorá-los. Joguei muitas vezes também para simplesmente ouvir a trilha sonora de um determinado minijogo ou outro. Todos os jogos são acompanhados por uma trilha sonora (específica/ singular). Alguns ambientes, durante o período de um determinado tema de festa, também acabam ganhando uma música de fundo. Meu filho também jogava, mas no turno da manhã. Às vezes revezávamos os objetivos. Ele entrava de manhã para jogar e acumular moedas e eu as gastava à noite. Em outras, combinávamos o contrário. Eu acumulava moedas para ele comprar os itens que mais o interessavam. Estipulei o tempo diário dele de permanência no site: de uma hora à uma hora e meia. Nos finais de semana poderia até ficar mais tempo, desde que fizesse intervalos de meia hora com atividades off-line.

Ao perceber o entusiasmo do meu filho no jogo, assim como a sua vibração por cada descoberta, comecei a ter um olhar mais crítico sobre o site. E em pouco tempo, ele se transformou no meu objeto de pesquisa. Ao invés de estudar um jogo para jovens em torno dos 15 aos 25 anos de idade, passei a estudar um jogo cujo universo estava entre os seis e 14 anos. Percebi que estudar a narrativa do *Club Penguin* tinha mais a ver com a minha

---

<sup>6</sup> Um avatar é uma imagem gráfica de um usuário como um personagem num videogame. Em muitos jogos e salas de bate-papo da internet, os participantes escolhem um avatar para poderem entrar num ambiente comum.

<sup>7</sup> Os planos de assinatura no *Club Penguin* custam a partir de R\$ 8,95 ao mês.

disponibilidade de imersão, muito embora minha idade não fosse adequada para a prática. Mas era um game que se enquadrava no que eu estava procurando: um público alvo definido, mesmo que pessoas de outra faixa etária também pudessem jogar sem nunca sabermos quem são; a criação de avatares, personagens virtuais que representam seus jogadores e que simulam vidas num meta-universo onde experimentam conceitos de idades futuras; e o sentimento de pertença a uma comunidade virtual numa rede social online.

Mas por que se preocupar com a narrativa dos videogames? Essa pergunta volta-se para duas questões. Uma pessoal e outra profissional. A primeira está relacionada ao meu filho, Fernando, que está dentro do que se chama hoje de *nativo digital*. Esse termo foi cunhado pelo educador e pesquisador norte-americano, Marc Prensky (2012), ao referir-se às crianças que foram criadas em ambientes dominados pela tecnologia digital. Elas demonstram ter habilidade para lidar com as novas tecnologias. E cada vez mais cedo, vão criando uma identidade virtual seja em redes sociais ou em jogos online. E seguindo a tendência dessa geração, Fernando acabou agregando à sua singularidade digital, quando estava com cinco anos de idade, a inclusão numa rede social própria para a sua idade.

A questão profissional também foi importante nessa escolha, pois trabalho com roteiro de mídia eletrônica há quase 20 anos. E já tendo estudado as narrativas para roteiro de cinema, intrigava-me saber agora, como eram construídas as narrativas para videogames. As pistas acabaram me levando para o *Club Penguin*. A alegria e a satisfação experimentadas por Fernando numa comunidade em que “ele” era o responsável por si, logo me chamou a atenção. Isso porque, no *Club Penguin*, o jogo se dá através de um avatar pinguim incorporado pelo próprio jogador. E é com esse avatar que ele vai se relacionar com os outros pinguins e também jogar os minijogos. Suely Rolnik, psicoterapeuta e pesquisadora de políticas de subjetivação, observa que esse tipo de relação com a alteridade é capaz de produzir no corpo uma alegria. Esta alegria, como *prova da pulsação de uma vitalidade*, seria um dos efeitos produzidos por uma das características do modo antropofágico de subjetivação. De acordo com esse modo, o indivíduo precisa enxergar e querer a singularidade do outro sem preconceitos e sem vergonha de expressar esse querer. Pois é nesta contaminação que a vida se expande, que as forças do desejo se elevam e os devires da subjetividade se encarnam (ROLNIK, 1998).

No entanto, se por um lado minha primeira impressão no *Club Penguin* foi boa, no que dizia respeito à singularidade e à sensação de segurança que o jogo proporcionava - importante para a interatividade de crianças numa rede social - comecei a questionar se a narrativa atrelada a uma economia *in game*, sob matizes do capitalismo, poderia ser benéfica



para alguém com cinco anos de idade. Começamos então, a encarar nessa pesquisa, o conceito de subjetividade como sendo fundamental, já que, como aponta o filósofo francês, Félix Guattari (1992), é a partir da confluência entre instituições/discursos culturais, sociais, econômicos, corporais e incorporais que definimos nossas formas de pensar, agir e sentir.

Verifiquei no jogo *Club Penguin* pistas que podiam me levar a identificá-lo como um dos exemplos de dispositivos produtores de subjetividade contemporânea. Afinal, videogames fazem parte das atividades de lazer dos nativos digitais que vivem num mundo onde o conhecimento é o valor principal e o trabalho imaterial de produção de informações, de signos e de afetos o que mais circula no mercado. E é no mercado de trabalho imaterial, que o negócio dos games é o que mais cresce no mundo. Perde apenas para a indústria bélica, pois já bateu a do cinema<sup>8</sup>. Só no Brasil, o setor faturou R\$ 840 milhões no ano de 2011 e estima-se que possa atingir, em 2016, a quantia de R\$ 4 bilhões, de acordo com um levantamento da consultoria americana *Pricewaterhouse Coopers (PwC)*<sup>9</sup>. Segundo o Ibope, um em cada cinco brasileiros (45,2 milhões de pessoas), são jogadores assíduos ou eventuais.

Os jogos eletrônicos começaram no fim da década de 1950 e início da década de 60 como simples passatempo de programadores ociosos que buscavam diversão no trabalho. De lá para cá, o que antes eram apenas pequenos pontos numa tela, como nos jogos como o *Tennis For Two*<sup>10</sup> ou o primeiro *Tetris*<sup>11</sup>, hoje são verdadeiras obras de arte interativas, o que fez expandir seu público e nascer uma nova indústria.

Com base nisso, acreditamos na importância do estudo deste tipo de jogo levando em consideração que essas discussões estão sempre apresentando novas abordagens, já que na vida digital as transformações se acumulam de forma exponencial. As redes sociais virtuais são um exemplo disso, pois se tornaram um fenômeno nos últimos anos. No Brasil, houve um crescimento significativo do número de usuários no Facebook<sup>12</sup>. De 8,8 milhões em 2010<sup>13</sup>,

---

<sup>8</sup> Disponível em: <http://redatoronline2.blogspot.com.br/2011/11/mercado-de-jogos-cresce-no-mundo.html>. Acesso em: 21 ago. 2013

<sup>9</sup> Disponível em: <http://games.terra.com.br/noticias/0,,OI6228154-EI1702,00-Mercado+brasileiro+de+games+vira+oportunidade+de+negocios.html> Acesso em: 20 out 2012.

<sup>10</sup> "Tennis for Two" foi o primeiro jogo eletrônico do mundo, lançado em 1958, por William Higinbotham, que simulava uma partida de tênis entre dois jogadores. William Higinbotham usou um osciloscópio para criá-lo. O jogo não teve distribuição comercial. Fonte: Wikipedia. Acesso em: 15 set.2013.

<sup>11</sup> Tetris é um jogo eletrônico lançado em 1984 e desenvolvido pelos engenheiros russos Alexey Pajitnov e Dimitri Pavlovsky e pelo aluno Vadim Gerasimov. O jogo consiste em empilhar as peças que descem na tela de forma que completem linhas horizontais. Quando uma linha se forma, ela se desintegra, as camadas superiores descem, e o jogador ganha pontos. Quando a pilha de peças chega ao topo da tela, a partida se encerra. Fonte: Wikipedia. Acesso em 15 set. 2013.

<sup>12</sup> Rede social criada em 2004.

passou para 35 milhões em 2011<sup>14</sup> e para 58,5 milhões em 2012.<sup>15</sup> O Brasil ocupa o terceiro lugar no ranking mundial. Em primeiro lugar estão os Estados Unidos com 166 milhões de usuários e em segundo lugar a China, com 63,52 milhões. De acordo com a “Kids Expert 2011”<sup>16</sup>, realizada anualmente pela *TurnerMedia* e pelo *Cartoon Network*, 88% das crianças brasileiras que foram entrevistadas – com idades entre 6 e 11 anos – já participam de alguma rede social no país. Em média, o primeiro contato com esse universo digital é a partir dos 6,4 anos de idade.

Mundos virtuais<sup>17</sup> dedicados às crianças e aos adolescentes exigem que os responsáveis pelos menores façam o cadastro e forneçam seus e-mails para contato. No entanto, não é difícil burlar esses procedimentos e nem todas as redes se dão ao trabalho de averiguar se quem está do outro lado do computador fazendo o cadastro é o pai de uma criança de 10 anos ou é a própria criança. De acordo com um estudo publicado no periódico *First Monday*<sup>18</sup>, realizado por acadêmicos da Universidade de Nova York, Northwestern, Califórnia e Harvard, pais têm ajudado seus filhos a entrarem em redes sociais mesmo sabendo que essa atitude vai contra à política das próprias redes sociais. A pesquisa aponta que muitas famílias encorajam seus filhos a mentirem a idade. Mas será que a idade mínima devesse ser revista para que crianças não tenham que mentir? Será que estamos subestimando a capacidade de interação social na infância em redes sociais?

O crescimento das redes nos últimos anos e a participação de crianças nesses ambientes virtuais passou a ser um dos focos de algumas pesquisas para tentar compreender esse fenômeno. De acordo com a pesquisa<sup>19</sup>, “*Internet Safety for Kids & Families*” (Segurança de internet para Crianças & Famílias) feita pela empresa de segurança Trend Micro, realizada em sete países, crianças brasileiras são as que entram mais cedo em redes

---

<sup>13</sup> Disponível em: [http://www.rankbrasil.com.br/Recordes/Noticias/061c/Brasil\\_E\\_O\\_Pais\\_Que\\_Mais\\_Cresceu\\_Em\\_Numero\\_De\\_Usuarios\\_No\\_Facebook](http://www.rankbrasil.com.br/Recordes/Noticias/061c/Brasil_E_O_Pais_Que_Mais_Cresceu_Em_Numero_De_Usuarios_No_Facebook) Acesso em 20 out. 12.

<sup>14</sup> Disponível em: [http://www.rankbrasil.com.br/Recordes/Noticias/061c/Brasil\\_E\\_O\\_Pais\\_Que\\_Mais\\_Cresceu\\_Em\\_Numero\\_De\\_Usuarios\\_No\\_Facebook](http://www.rankbrasil.com.br/Recordes/Noticias/061c/Brasil_E_O_Pais_Que_Mais_Cresceu_Em_Numero_De_Usuarios_No_Facebook). Acesso em: 20 out. 12.

<sup>15</sup> Disponível em: [http://olhardigital.uol.com.br/jovem/redes\\_sociais/noticias/mesmo-bloqueado,-facebook-tem-63-milhoes-de-usuarios-na-china](http://olhardigital.uol.com.br/jovem/redes_sociais/noticias/mesmo-bloqueado,-facebook-tem-63-milhoes-de-usuarios-na-china). Acesso em: 20 out. 2012.

<sup>16</sup> Disponível em: <http://economia.ig.com.br/empresas/comercioservicos/criancas-usam-internet-para-comentar-produtos-diz-pesquisa/n1597210133154.html>. Acesso em 01/09/13.

<sup>17</sup> Mundos virtuais para crianças e ou adolescentes: Garota Popular; MiniMundos; Stardoll; Habbo: ourWorld; Wasted Youth; Oh My Dollz; Migux.

<sup>18</sup> Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/pais-ajudam-filhos-a-mentir-idade-para-entrar-no-facebook>. Acesso em: 30 out. 2012.

<sup>19</sup> Disponível em: <http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/10/25/com-media-de-9-anos-brasileiros-sao-os-mais-jovens-no-mundo-a-entrar-nas-redes-sociais.jhtm>. Acesso em: 01 set. 2013.

sociais. O estudo aponta também que os pais brasileiros são menos rígidos que os outros e que seis em cada dez filhos dos entrevistados podem ter perfis nesse tipo de *site*. No Brasil, as crianças entram por volta dos 9 anos de idade e na Índia, a entrada se dá perto dos 14<sup>20</sup>. A idade média mundial em que as crianças entram nas redes sociais é de 12 anos. Número bem próximo à mínima estabelecida pelo congresso *Children's Online Privacy Protection Act – COPPA*<sup>21</sup>, que é de 13 anos. A rede social *Facebook* adota essa idade como sendo mínima para a criação de um perfil. Mas o estudo aponta que, mesmo sendo os mais permissivos, os pais brasileiros são os mais preocupados com a privacidade dos filhos nas redes sociais e procuram saber como agir perante esse novo desafio.

## Metodologia

As primeiras pistas desta pesquisa nos levaram a buscar os conceitos de narrativa, interatividade, subjetividade capitalística, sociedades de controle, redes sociais e virtuais e de desenvolvimento humano. Os principais autores foram: Gilles Deleuze, Félix Guattari, Michael Foucault, Michael Hardt, Howard Rheingold e Janet Murray. Para identificar os elementos da narrativa do *Club Penguin* assim como o do design, dentre outros, utilizamos a bibliografia técnica pertinente à área.

Videogames e jogos para computador podem se enquadrar na definição de meios de comunicação interativos e podem ser abordados sob diferentes perspectivas como o cinema, a ficção seriada televisiva e até a literatura. As semelhanças com o cinema estão nos enquadramentos de câmera, enredo ou estrutura narrativa; nas séries de TV, podem ser encontradas quando o personagem repete o mesmo percurso várias vezes, com pequenas variações, em cada nível; na literatura, podem ser verificadas na biografia dos personagens ou texto do narrador. Soma-se a isso, um mundo digital espacial e um espaço de sociabilidade virtual. Mas mesmo tendo várias áreas para se abordar das Ciências da Comunicação, os jogos digitais desafiam essas abordagens por sua complexidade.

Alguns autores como Espen Aarseth, Jesper Juul entre outros, argumentam que é impossível pesquisar qualquer questão envolvendo videogames sem o ato de jogar por parte do próprio pesquisador<sup>22</sup>. Em defesa desse argumento, incluí na pesquisa minha experiência como jogadora, na qual determinei um período de tempo para jogar, participar e observar o

---

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/10/25/com-media-de-9-anos-brasileiros-sao-os-mais-jovens-no-mundo-a-entrar-nas-redes-sociais.jhtm>>. Acesso em 01 set. 2013.

<sup>21</sup> Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/10/dicas-de-redes-sociais-para-o-dia-das-criancas.html> Acesso em 01/09/2013.

<sup>22</sup> UNIrevista – Vol, 1, n° 3: julho 2006.

site. É preciso, também, levar em conta o ambiente estudado: o ambiente do ciberespaço. Para isso, devemos partir do pressuposto de que a internet não é só um meio técnico, mas um artefato cultural (RECUERO, 2010) criado por seres humanos e fornecendo informações sobre a cultura de seus usuários, que se intercomunicam, interagem, afetam e são afetados. Assim, a informação deixa de ter um caráter apenas informativo. Ela passa a entreter, a produzir relações sociais, a trazer para a sua rede os desejos e afetos do mundo físico, incorporando, ou melhor, servindo de palco para as ações (virtuais) de seus usuários.

E já que a interatividade nesses tipos de jogos se realiza através do encontro de usuários e se expressa em uma dimensão subjetiva, adotei o método da cartografia, proposto por Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995), utilizado em pesquisas de campo voltadas para o estudo da produção de subjetividade. O método da cartografia, segundo estes autores, lida com forças não representáveis de forma transversal e rizomática. Esse método permite agregar técnicas de outros métodos devido a transversalidade com que se debruça sobre o campo estudado. Além disso, como está voltado para a análise de processos, não lida com objetos terminados. Não descreve representações, formas acabadas. Por isso não possui fórmulas para coletar dados. Estes são produzidos ao longo do processo, durante o decorrer da relação entre o pesquisador e seu objeto. Nesse caso, observador e objeto se confundem, pois não existe o distanciamento objetivo típico das pesquisas científicas.

Como esse estudo abrange um contato intersubjetivo com o objeto, o que será levado em consideração, portanto, é a própria experiência do pesquisador no jogar, na relação com os outros jogadores, com o próprio game como dispositivo e a transversalidade das forças que atuam sobre as práticas. Sendo assim, em nossa cartografia, nos apropriamos também da prática etnográfica de observação participante, aplicada à etnografia virtual.

A etnografia virtual, ou *netnografia*, visa estudar as interações sociais que acontecem no ambiente da internet usando técnicas adaptadas da etnografia tradicional. O termo *netnografia* tem sido mais utilizado por departamentos de marketing e de administração, enquanto pesquisadores da área de antropologia e ciências sociais preferem usar o termo etnografia virtual. Nessa pesquisa vamos tratar os dois termos como sinônimos.

### **Produção de dados.**

A primeira pista, surgiu quando ainda procurava definir o game a ser estudado. Após conversar com amigos, colegas de trabalho e de faculdade cheguei a conclusão de que deveria me concentrar em mundos virtuais que simulavam vidas através de avatares. Fui me aproximando, tocando as dezenas de mundos virtuais disponíveis na web, procurando

conhecer os diferentes jogos, onde me inseria de forma absolutamente subjetiva, procurando aqueles que mais me entusiasmassem.

Pesquisei no Youtube, fiz download de alguns jogos no meu computador e criei avatares em alguns deles. Eu achava o *The Sims*, por exemplo, um jogo ideal e eu ainda poderia escolher o tema, dentre os vários que ele possui. Mas me entediava repetir a dinâmica da vida real, com casas planejadas, cidade, comércio, trabalho tal qual nossa vida off-line. Mesmo que criasse uma vida totalmente diferente da minha, a estrutura do jogo, a sociedade que se formaria, era a mesma. Desisti. Procurei então saber qual era o jogo mais vendido e descobri, no departamento de games de uma livraria, que se tratava do GTA, *Grand Theft Auto*. Pratiquei na internet com uma versão *free* do GTA, para ver se me acostumava à ideia de tomá-lo como meu objeto de pesquisa. Assumi, conscientemente, que jogos de violência não me agradavam, o que dificultaria bastante a minha imersão nesse tipo de universo.

Por fim, ao discutir os mundos pesquisados com minha orientadora, as aventuras e desventuras que vivi, mencionei que meu filho, com então cinco anos de idade, também estava experimentando a *vida* num mundo virtual para crianças e adolescentes, o *Club Penguin*, da Disney. Fiz um breve resumo do que se tratava: uma ilha fictícia, coberta de neve, onde pinguins, avatares de seus jogadores, viviam numa espécie de comunidade, formando uma rede social, em que jogavam e se divertiam de forma segura, que é a maior preocupação dos pais com relação aos seus filhos na internet e em redes sociais, e que fazia parte da jogabilidade uma economia que capturava a produção de desejos dos seus consumidores mirins. Após algumas considerações, chegamos a conclusão de que o *Club Penguin* e sua sociedade nos moldes do capitalismo, ofereciam um rico material para o estudo da narrativa e da produção de subjetividade, tornando-se portanto a nossa primeira pista nessa aventura gelada. E, embora parecesse familiar pesquisar um jogo dirigido à faixa dos 6 aos 14 anos de idade, também me parecia exótico pois estou há muitos anos de distância dessa faixa etária. Mas como um bom cartógrafo, teria que me despir de conceitos e pré-conceitos adquiridos nesses anos de diferença.

Usei os avatares que já tinham sido criados para o meu filho: *Galaxye* e *ToinhoGPS*. Interagi mais com o *Galaxye*, por se tratar de um avatar-assinante que me dava a chance de investigar o jogo em toda a sua dimensão. Mas também usei o *ToinhoGPS* para analisar a questão de como não ter uma assinatura poderia interferir no jogo.

Minha entrada no *Club Penguin* para a produção de dados, inicialmente procurou ter uma constância de dias e horários durante a semana, mas devido aos problemas de conexão encontrados durante o período estabelecido, optei por uma flexibilidade maior de horários e

dias. A conexão com o *Club Penguin*, frequentemente caía, congelando a interface devido ao alto número de jogadores online. Por causa disso, quando eu queria estudar a narrativa do jogo, buscando investigar a jogabilidade e o tema de um determinado evento que estivesse acontecendo na ilha, eu procurava entrar nos servidores<sup>23</sup> que estavam com poucos jogadores. E quando meu interesse era interagir com outros jogadores, procurava então os servidores que estivessem quase lotados naquele momento.

Para ampliar a base empírica de dados, a fim de compreender o fenômeno investigado em sua complexidade, fiz um diário de campo. Não anotei, nesse estudo, os nomes de todos os jogadores que estiveram online no mesmo ambiente virtual que eu. Em alguns “encontros” anotei as identificações deles, o código numérico ou o codinome, mas em outros momentos, se o fizesse, perderia as anotações das falas. Também não procurei encontrar os amigos que fiz ao longo do trabalho de campo, quando entrava para jogar no site. Preferi deixar que os encontros fossem marcados pela imprevisibilidade, tal como Caiafa<sup>24</sup> (2007) sinaliza em seus estudos. São encontros citadinos envolvendo uma convivência com desconhecidos.

Durante o trabalho de campo, entrei e joguei para experimentar a jogabilidade dos minijogos<sup>25</sup>, para participar da rede social e também para me sentir pertencente à comunidade desse mundo virtual. Isso inclui ganhar itens<sup>26</sup> grátis, comprar itens só para assinantes<sup>27</sup>, comprar iglus<sup>28</sup> temáticos e itens de decoração para eles, disponibilizar o iglu para visitação e apreciação dos outros jogadores, cuidar dos animais<sup>29</sup> de estimação virtuais, jogar minijogos de multijogadores, de dois jogadores ou de mono-jogador. Também participei de atividades coletivas que o site proporciona. Em uma delas, doei moedas virtuais para a campanha *Coins*

<sup>23</sup> Servidores é o mesmo que dizer salas de bate-papo. Existe mais de uma centena disponível.

<sup>24</sup> Revista online: Comunidade Virtual de Antropologia 18/08/2008  
<http://www.antropologia.com.br/entr/entr43.htm> Acessado em 24 abr 2013

<sup>25</sup> O *Club Penguin* comporta dezenas de minijogos e atividades para os seus usuários. São jogos com uma diegese pertinente ao ambiente ao qual pertencem nesse mundo virtual.

<sup>26</sup> Como a maioria dos itens no jogo só podem ser comprados por jogadores assinantes, é comum em cada evento existir itens grátis para todos.

<sup>27</sup> Qualquer pessoa pode se cadastrar e criar um avatar para jogar no *Club Penguin*. Não precisa ser assinante para jogar. Mas, optar pela assinatura e pagar cerca de 9 dólares mensais permite que a sua diversão seja melhor.

<sup>28</sup> Quando o jogador se cadastra e entra no jogo, ganha um iglu básico que representa a casa do seu avatar na ilha do *Club Penguin*. Se optar pela assinatura, o jogador tem direito a comprar outros iglus e itens para decorá-lo. O não-assinante não tem esse poder de compra.

<sup>29</sup> Os animais de estimação são chamados de *puffles*, no *Club Penguin*. São parecidos com bichinhos de pelúcia mas que necessitam de cuidados especiais como comer, dormir, tomar banho e passear. Para adotar um *puffle*, o jogador deve pagar 800 moedas virtuais. As moedas virtuais são ganhas de acordo com o desempenho do jogador nos minijogos e atividades do *Club Penguin*. Não assinantes podem adotar até 2 *puffles* e os assinantes podem até 20. Caso os *puffles* não tenham suas necessidades satisfeitas pelos seus donos, eles voltam para a natureza.

*for Change* (CFC), que faz com que a Disney anualmente contribua financeiramente para causas humanitárias reais. Troquei algumas palavras, frases e *emojicons*<sup>30</sup> com outros jogadores. Recebi convites de amizade e aceitei-os, assim como também enviei solicitações de amizade recebendo aceites aos meus pedidos. Dentre algumas atividades especiais do site, escolhi ser agente secreto para proteger a ilha e desvendar segredos pertinentes à narrativa. Anotei alguns diálogos ao longo da minha imersão e explorei os idiomas que o site oferece: inglês, português, espanhol e francês<sup>31</sup>. Explorei também os hipertextos do site a procura de informações e os da própria ilha, no jogo. Pesquisei em sites de busca na web e blogs que se referiam ao *Club Penguin* para saber o que se falava sobre ele. Diversos jogadores, a partir de suas experiências no *Club Penguin*, criaram blogs sobre o site, contando o que sabiam, revelando segredos e mistérios de sua narrativa, entre outros assuntos do jogo. Comprei produtos da franquia e utilizei os códigos de destrave de itens online. Ir às compras, virtualmente, nos catálogos de figurino e decoração de iglu era uma das atividades que eu mais gostava de “estudar”.

### **Anonimato**

Durante a minha incursão no jogo, tive que manter anonimato. Em alguns mundos virtuais de jogos online para computador, o jogador pode se identificar. Mas os que são destinados ao público infantil, a comunicação de dados pessoais não é permitida. No *Club Penguin*, em específico, se as informações sobre sua vida forem passadas no jogo, corre-se o risco de ser suspenso dele por 24 horas ou mais. Dessa forma, uma vez feito o login no site, não posso revelar para meus pares que estou fazendo uma pesquisa com eles, pois foge da premissa de segurança do mesmo. Afinal, estou lidando com crianças, apesar de não termos a certeza de que todos os jogadores têm idade entre 6 e 14 anos. Eu sou um exemplo disso. No entanto, conversei por e-mail com o gerente de Marketing responsável por questões do *Club Penguin* na América Latina, e ele mostrou-se bastante interessado na pesquisa e também solícito a responder qualquer dúvida. Ou seja, fora do mundo virtual não era preciso usar anonimato. Mas o fato de não revelar minha identidade no jogo, não diminuiu ou alterou a minha participação nele e nem na pesquisa. Apenas atuei no campo de forma pertinente às suas regras.

### **Trabalho de campo**

---

<sup>30</sup> Ver no Anexo, Figura 12.

<sup>31</sup> O idioma germânico passou a fazer parte do site a partir de novembro de 2011.

Além de ser um ambiente com vários jogos e atividades à disposição dos usuários, o *Club Penguin* também é um ambiente que simula uma vida social com encontros entre os seus “habitantes” e práticas cotidianas inerentes à uma sociedade. O antropólogo Gilberto Velho nos diz, em seu artigo *Observando o familiar*, que para conhecer certas áreas ou dimensões de uma sociedade é necessário um contato, uma vivência durante um determinado tempo pois “[...] existem aspectos de uma cultura e de uma sociedade que não são explicitados, que não aparecem à superfície e que exigem um reforço maior, mais detalhado e aprofundado de observação e empatia” (VELHO, 1978, p.37). Velho também enfatiza, que o colocar-se no lugar do outro e de captar vivências e experiências particulares, exige um mergulho difícil de ser delimitado quanto ao tempo. Estipulei um período mínimo e um máximo de pesquisa e atuação no jogo, que foi entre 3 a 4 meses.

### **Percurso**

O primeiro capítulo é composto por uma abordagem mais aprofundada da netnografia e da cartografia, para depois abordarmos a primeira pista que seguimos, e que nos levou a identificar o *Club Penguin* como um dos dispositivos produtores da subjetividade capitalística, que surge a partir do desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação que, ao mesmo tempo em que permitem a autonomia do usuário, exercem uma vigilância e um controle consentidos (Gilles Deleuze).

No segundo capítulo, abordamos a segunda pista, a que nos levou às práticas e laços que se formam no decorrer do jogo, que refletem os efeitos das relações presentes no capitalismo contemporâneo, que tem como base o consumo e a produção de signos e afetos, tal como descritas por Hardt & Negri.

O terceiro capítulo, trata do universo virtual e segue as linhas de enunciação e visibilidade do jogo, cujos efeitos se refletem, nossa terceira pista, nos processos de subjetivação das crianças que participam do jogo, visto que o público alvo do *Club Penguin* está na faixa dos 6 aos 14 anos de idade.

No quarto capítulo, está o que nos propomos a fazer, uma cartografia do gameplay sob à luz das linhas do dispositivo que operam na transversalidade das relações.

Depois, chegamos às considerações finais.

A pesquisa conta com dois apêndices e um anexo. O primeiro apêndice contém as anotações do trabalho de campo e o segundo, o espaço territorial da ilha com seus lugares e ambientes. O anexo contém figuras de *emoticons* pertinentes à interação dos jogadores.



## 1 CARTOGRAFIA E SUBJETIVIDADE

### 1.1 Mapeando a rede

#### 1.1.1 Netnografia

O neologismo netnografia (net + etnografia) foi criado em 1995 por um grupo de pesquisadores<sup>32</sup> norte-americanos/as que testavam novos equipamentos para o desenvolvimento de uma biblioteca digital da Universidade de Illinois. Ele mantém a premissa etnográfica tradicional, que é preservar detalhes ricos de uma observação e campo etnográfico, mas usando o meio eletrônico para “seguir os atores” (BRAGA, 2008, p.84).

Adriana Braga, em seu livro *Personas materno eletrônicas*, ressalta que já existe uma busca por “[...] adaptar modelos de outros contextos de interação para experimentar e ao mesmo tempo criar as regras que regularão as relações recorrentes nesse ambiente específico” (BRAGA, 2008, p.83).

Os estudos netnográficos consideram a internet como sendo, não apenas um meio técnico, mas um artefato produtor de cultura capaz de afetar a vida social (RECUERO, 2010). Tal qual a etnografia off-line, o pesquisador do campo virtual deve fazer uma imersão na realidade a ser estudada, tornando-se inclusive membro do lugar, um integrante da comunidade. A observação participante demanda contínuo vaivém entre o “interior” e o “exterior” dos acontecimentos: de um lado, captando o sentido de ocorrências e gestos específicos, através da empatia; de outro, dando um passo atrás, para situar esses significados em contextos mais amplos.

Alguns pesquisadores, como Suzana Gutierrez, defendem que a etnografia no ambiente da internet não prescinde de uma estrutura rígida, pois depende do que vem do campo de pesquisa. Gutierrez ressalta que:

Há muito para ser trabalhado e construído em termos de metodologia da pesquisa on-line, pois na rede emergem práticas sociais que, ao mesmo tempo em que replicam modos de ser e fazer tradicionais, são o substrato onde germinam novos modos de ser e fazer. A cibercultura não se coloca como um contexto específico e isolado do contexto sócio-cultural humano, ao contrário, a ligação de tudo o que é humano nela se manifesta com toda a sua força. (GUTIERREZ, 2009, p.6)

---

<sup>32</sup> Os pesquisadores são: Ann P. Bishop, Susan L. Star, Laura Neuman, Emily Ignacio, Robert J. Sandusky & Bruce Schatz.

R. V. Kozinets (1998), também apontado como um dos autores do termo netnografia, adverte que, da mesma forma que a internet facilita a entrada do pesquisador no seu campo de estudo, o mesmo campo também pode se mostrar um terreno fértil para pesquisas superficiais e inconsistentes metodologicamente. Principalmente quando se coleta dados inverídicos provenientes de personagens fabricados (GUTIERREZ, 2009, p.8).

Talvez essa seja a diferença mais marcante entre a etnografia e a netnografia: a ausência de uma observação face a face, fundamento esse, que no início do século XX, embasou a autoridade etnográfica. Chamado de observação participante, o pesquisador se via obrigado a experimentar, tanto em termos físicos quanto intelectuais, o seu campo de trabalho. Tal experiência, enfatizada como real, a partir de um intenso envolvimento intersubjetivo, resultaria na produção de conhecimento (CLIFFORD, 1988, p.20).

Partindo do pressuposto que os ambientes interacionais da CMC (Comunicação Mediada por Computador) são marcados pela ausência física dos usuários, como fazer uma observação face a face? Trata-se, então, de uma participação peculiar, nas palavras de Braga, onde é possível para o pesquisador/a tornar-se invisível. Ou seja, o pesquisador observa sem ser visto e sem interferir na dinâmica da interação observada. Nesse sentido, Braga coloca uma questão sobre ser possível ou não apreender a cultura de um grupo sem participar dele, somente observando, uma observação não-participante. Braga analisa que pode parecer impossível observar sem participar mas que essa forma também seria uma forma de participação.

[...] se trata de uma participação muito peculiar, na medida em que é possível para o/a pesquisador/a tornar-se invisível, ou seja, ver sem ser visto/a, não interferindo em princípio na dinâmica da interação observada, embora se deva levar em conta a possibilidade de a lurker já estar contida na própria enunciação dos/as participantes. (BRAGA, 2008, p.88)

Levando-se em conta as categorias que formam a unidade do fazer etnográfico que, conforme ressalta Braga, inclui participar, observar e descrever, pode-se entender que *lurking* é uma forma de participação. Esse termo, que vem do inglês, significa espreitar. É uma forma de participação em ambientes digitais no qual a pessoa observa as mensagens e imagens deixadas por outros participantes, sem deixar registros escritos. A diferença é que, a informação de que o pesquisador está em cena não está disponível para os demais participantes.

Para a observação participante, no ambiente online, é necessário que o pesquisador faça parte do grupo e obedeça às normas estipuladas por ele para realizar a pesquisa. O pesquisador deve criar uma identidade, que dependendo do campo de trabalho estudado, será

um *nickname*, um avatar ou um perfil podendo comportar os três. Esse ambiente será onde ele irá interagir e formar laços sociais.

Como nosso objeto de pesquisa é um jogo online de multijogadores, podemos verificar que a presença do pesquisador é determinada por aquele que o representa virtualmente, o seu avatar. Mas, este também só será identificado como um pesquisador se expuser aos outros jogadores os motivos reais de sua presença no jogo. Caso não, ele será apenas mais um jogador online entre milhares de outros jogadores. E como os outros, seu avatar vai adquirindo, naquele contexto, um lugar e “identidade” virtuais.

O campo de interação social que configurou-se, nos fez buscar o saber etnográfico mais especialmente voltado para o meio urbano. Janice Caiafa (2007), em seu livro *Aventura das cidades*, caracteriza o meio urbano como sendo heterogêneo e produtor de fluxos que não cessam de atravessá-lo. Na definição de Felix Guattari, citado por Caiafa numa entrevista<sup>33</sup>, a cidade é chamada de “problema cruzamento” para indicar a multiplicidade de vetores que atravessam a experiência urbana e que requerem uma abordagem múltipla. Caiafa (2008) também lembra que Lewis Mumford, autor do livro *A cidade na história*<sup>34</sup> (1998), mostra que as funções urbanas se desenvolvem quando a cidade atrai estrangeiros, *outsiders* que ali chegam por vários motivos. Ela aponta que é na captura das exterioridades que a cidade se constitui; e que a convivência com desconhecidos marca a imprevisibilidade dos encontros citadinos. Um contato que lida mais com a diferença, com o confronto, com a alteridade, do que com o reconhecimento.

### 1.1.2 Cartografia

Antes de falar sobre o método da cartografia, é preciso explicar sua genealogia. O conceito de território defendido por Deleuze e Guattari, no capítulo “*Acerca do Ritornelo*”, em *Mil Platôs* (DELEUZE; GUATTARI, 1997), não se baseia em aspectos utilitários e funcionais, mas privilegia os sentidos e os modos de expressão. Para os autores, é a expressividade que explica uma formação territorial. E essa expressividade pode ser tida como uma assinatura que faz emergir ritmos como qualidades próprias que garantem a formação de certo domínio ou território.

---

<sup>33</sup> Revista online: Comunidade Virtual de Antropologia 18/08/2008  
<http://www.antropologia.com.br/entr/entr43.htm> Acessado em 24 abr 2013.

<sup>34</sup> (AUSTIN, 1998 apud CAIAFA, 2008)

A assinatura não é a indicação de uma pessoa, é a formação aleatória de um domínio. As moradas têm nomes próprios e são inspiradas. “Os inspiradores e sua morada...”, mas é com a morada que surge a inspiração. É ao mesmo tempo que gosto de uma cor, e que faço dela meu estandarte ou minha placa. Colocamos nossa assinatura num objeto como fincamos nossa bandeira na terra. (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p. 123)

Nesse sentido, território significa apropriação, subjetivação fechada sobre si mesma. É onde o conjunto dos projetos e das representações vão resultar numa série de comportamentos nos tempos e nos espaços sociais, culturais, estéticos, cognitivos (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p.338).

Deleuze e Parnet (1998) consideram que indivíduos e grupos são compostos por três linhas de natureza bem diversa. A primeira espécie de linha corresponderia a uma segmentaridade dura, a tudo que está definido como o Estado com suas leis e normas, o trabalho com suas férias, a família e a escola, depois não é mais a escola, é o exército, depois é a fábrica, depois é a aposentadoria. “Em suma, todas as espécies de segmentos bem determinados, em todas as espécies de direções, que nos recortam em todos os sentidos, pacotes de linhas segmentarizadas” (DELEUZE; PARNET, 1998, p.146). A segunda espécie, teria uma segmentarização mais flexível, onde encontramos forças não representáveis. São linhas liminares que revelam a volatilidade numa segmentaridade dura, ou seja, forças que ficam entre o significante e o a-significante. Entre o atual matéria e o virtual. Essas linhas atravessam tanto as sociedades quanto os grupos e os indivíduos traçando pequenas modificações, fazendo desvios, promovendo quedas ou impulsos (DELEUZE; PARNET, 1998, p.146). É um limiar que ultrapassa a segmentaridade dura sem contudo tornar-se visível. Por exemplo, a profissão é um segmento duro, mas o que acontece nas profissões, que conexões, atrações ou repulsões ela produz, são segmentos flexíveis. São linhas de micro-devires. E por último, estão as linhas que nos levam através desses segmentos e através de nossos limiares indo em uma direção desconhecida, imprevisível. É uma linha abstrata e no entanto, é considerada a mais complicada de todas por ser tortuosa e de maior declive. É chamada também de linha fuga, a que traça os devires (DELEUZE; PARNET, 1998, p.148). Um devir é tudo que está por vir, é a potência dentro de um território existencial. Ela é a-significante. São linhas de fuga que desestabilizam o sentido dos componentes das linhas duras como a identidade, uma ideologia ou um modelo político nacional. Mas nem todos têm essa linha. As pessoas podem viver entre duas delas, ou então, ter apenas uma. No entanto, esse terceiro tipo de linha, seria a primeira, a que teria derivado as linhas de segmentarização dura e flexível (DELEUZE; PARNET, 1998, p.148).

Em todo caso, as três linhas são imanentes, tomadas umas nas outras. Temos tantas linhas emaranhadas quanto a mão. Somos complicados de modo diferente da mão. O que chamamos por nomes diversos – esquizoanálise, micro-política, pragmática, diagramatismo, rizomática, cartografia – não tem outro objeto do que o estudo dessas linhas, em grupos e indivíduos. (DELEUZE; PARNET, 1998, p.148)

Esses três tipos de linhas entrecruzam-se constantemente, formando paisagens psicossociais que diferem de uma geografia, já que não correspondem a um território com lugar físico fixo. Nesse caso, cabe ao cartógrafo desembaraçar essas linhas para dar conta do processo de subjetivação.

Quando um cartógrafo começa o seu percurso, nunca sabe onde vai chegar. Não tem um alvo definido, apenas vai seguindo as pistas que surgem pelo caminho. E quando se trata de uma investigação sobre processos de produção de subjetividade, na maioria das vezes, quer significar que a pesquisa vai ser iniciada em um território que já está com um processo em andamento. Ou seja: quando o cartógrafo inicia a pesquisa, ele o faz entre pulsações. Ele entra no meio da história em curso e no momento em que ele torna-se presente, o passado histórico o atravessa e transforma cada instante dos seus passos futuros. É nessa hora que a cartografia aproxima-se da pesquisa etnográfica e lança mão da observação participante.

A observação participante serve como uma fórmula para o contínuo vaivém entre o “interior” e o “exterior” dos acontecimentos: de um lado, captando o sentido de ocorrências e gestos específicos, através da empatia; de outro, dá um passo atrás, para situar esses significados em contextos mais amplos (CLIFFORD, 1998, p.33). No entanto, na cartografia, o *situar esses significados em contextos mais amplos* se dilui na espessura processual. Laura Pozzana de Barros e Virgínia Kastrup, no texto *Cartografar é acompanhar processos* (2009), apontam que a espessura processual surge quando o campo pesquisado não engendra formas representáveis, mas formas não representáveis que se constituem a partir das relações que se estabelecem durante o processo coletivo. Convém, antes de prosseguir, definir o que consideramos como processo nessa pesquisa, pois tal palavra possui dois sentidos distintos: processamento e processualidade. O primeiro remete ao conceito de conhecimento pautado na teoria da informação, onde a pesquisa é entendida e praticada como coleta e análise de informações. As conexões se fazem a partir de regras lógicas, as regras do método.

O segundo sentido da palavra, ocorre quando o território condensa processos que impedem que o ambiente seja composto por formas a serem representadas ou informações a serem coletadas. A espessura processual não permite a fixação de dados, pois estes se apresentam como relações não computáveis, mas sim como processos de subjetivação a partir dos afetos. Assim surge o desafio do cartógrafo: evitar que predomine a busca de informações

para que ele possa abrir-se ao encontro, para que ele possa mergulhar nas intensidades do presente fazendo com que emergjam os afetos dessa realidade (KASTRUP; PASSOS; ESCÓCIA, 2009). É um caminhar contínuo, onde cada passo traz consigo o passo anterior e prolonga-se nos momentos seguintes.

Durante uma cartografia, as experiências vão ocorrendo, às vezes fragmentadas e sem sentido imediato. Mas com a modulação do processo, ela vai tornando-se mais concreta a cada passo. As pistas vão sendo definidas e as respostas delineadas mesmo que momentâneas e nunca definitivas. Outras experiências também podem desdobrar-se durante o percurso e exigir tratamento em separado.

Nesse contexto, um dos principais atributos de um cartógrafo é a atenção. Virgínia Kastrup (2009), psicóloga e pesquisadora nas áreas das ciências humanas e da psicologia cognitiva, em seu texto sobre “*O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo*”, relaciona quatro variedades de funcionamento atencional que nessa pesquisa foram importantes para o trabalho de campo. São elas: o rastreio, o toque, o pouso e o reconhecimento atento.

O rastreio é um gesto de varredura de campo, onde a atenção concentra-se numa espécie de meta ou alvo móvel. Isso quer dizer que o alvo a ser alcançado, atingido, apresenta uma inconstância. Ele não é conhecido a priori. Ele irá surgir de forma mais ou menos imprevisível. O que importa é localizar as pistas que possam identificar a processualidade e é onde faz-se necessário acompanhar as mudanças de posição, de velocidade, de aceleração, de ritmo. A atenção é concentrada e aberta, sem foco, mas busca a sintonia fina com o problema. Algo muito semelhante ao que acontece durante uma sessão de psicanálise, quando o psicanalista ouve aquilo que o paciente diz como se fosse uma canção. Não distinguem-se as palavras até que ele diga algo que chama a atenção, ou que *toque* o psicanalista. Também podemos exemplificar, segundo Deleuze em *Imagem-movimento* (2009) como um plano geral em um filme, quando não identificamos os rostos ou as coisas em suas singularidades. Até que algo nos *toque* por sua diferença absoluta, que vai destoar-se da massa visível, ganhando relevância. O toque está relacionado à percepção háptica<sup>35</sup>, um tipo de visão diferente da óptica. Háptico vem do verbo grego *aptô*, tocar, onde o toque é sentido como uma ligeira sensação, capaz de acionar o processo de seleção. Pode ser tanto algo que leve à distração,

---

<sup>35</sup> Quem usou esse termo pela primeira vez aplicado à imagem, foi Alois Riegl, na tentativa de identificar a *Kunstwollen*, traduzido por “vontade para a arte”, caracterizando “háptica” a qualidade física e tátil da arte egípcia antiga, por contraste com a qualidade “óptica” da arte romana, mas abstrata e associada ao nascimento do espaço figurativo (CASTELLO-BRANCO, 2009, p. 15-17). Disponível em <http://portcom.intercom.org.br> Acesso 17/05/13. Deleuze, numa nota de rodapé, em Francis Bacon: a lógica da sensação (1981), afirma que a visão háptica não designa uma relação extrínseca do olho ao toque, mas uma “possibilidade do olhar”.

quanto algo que faça o cartógrafo ficar em alerta. O que acontece é que algo se destaca do conjunto observado e ganha relevo naquilo que a princípio se mostrava homogêneo e estável. É uma captura involuntária, como um reflexo. E apesar do cartógrafo ainda não saber do que se trata, tal percepção dá lugar a uma reação de orientação. Algo mudou e é preciso ver o que está acontecendo. A importância do toque numa pesquisa de campo mostra que esta possui múltiplas entradas sem se fixar numa única direção para alcançar caminho.

O *pouso* é o terceiro gesto atencional do cartógrafo e indica que a percepção realiza uma parada para se ater ao campo. Segundo Vermersch (apud KASTRUP, PASSOS; ESCÓCIA, 2009) é o momento em que o cartógrafo muda de janela atencional. Vermersch enumera 5 tipos de janelas relacionadas às práticas cognitivas, técnicas e culturais. A primeira chama-se jóia e é uma janela micro cuja atenção é focal, no sentido de acréscimo na magnitude e na intensidade. Essa atenção inibe as bordas do campo perceptivo. O segundo tipo chama-se página do livro, na qual a entrada no campo perceptivo se faz seguida de movimentos de orientação, onde distribui-se a atenção. Na outra janela, a sala, a atenção é dividida. Além de comportar a focalização, essa janela também assimila múltiplos graus de nitidez diferenciados. A janela-pátio, é uma atenção típica de deslocamento e orientação. E a última janela, a paisagem, possui um olhar panorâmico capaz de detectar elementos próximos e distantes e conectá-los por meio de movimentos rápidos. Cada janela que vai sendo criada, é um mundo que se reconfigura. O cartógrafo exclui de forma momentânea todas as outras janelas, mas não exclui a presença dos outros mundos.

O último gesto atencional é o reconhecimento atento. É a hora em que o cartógrafo, atraído para o pouso da atenção, reconfigura o território da observação e assume uma atitude investigativa que pode ser formulada na seguinte expressão: “*vamos ver o que está acontecendo*”. Bergson (apud KASTRUP, PASSOS; ESCÓCIA, 2009, p. 45-47) explica esse movimento de *como a atenção funciona quando se detém*, propondo a distinção entre o reconhecimento automático e o reconhecimento atento. No automático, a ação é a base e o alvo do reconhecimento. Acontece quando nos afastamos da percepção do próprio objeto e realizamos movimentos que prolongam a percepção para obtermos efeitos úteis. Um exemplo disso é quando transitamos por uma cidade que já conhecemos e nos deslocamos com eficiência sem prestarmos atenção no caminho percorrido. Tal reconhecimento não condiz com a atenção do cartógrafo, já que ele está cartografando um território ainda desconhecido, não sendo, portanto, passível de reconhecimento. Por isso, é durante o seu caminhar que vai produzindo conhecimento e, ao mesmo tempo, criando um território de observação.

No reconhecimento atento, destacamos os contornos singulares do objeto. A percepção é lançada para a comparação com imagens do passado que estão em nossa memória. Segundo Bergson (apud KASTRUP, PASSOS; ESCÓCIA, 2009, p.46), o processo do reconhecimento não se dá de forma linear. Ele ocorre na forma de circuitos. A percepção se afasta do presente na busca de imagens do passado e então é relançada à imagem atual, que progressivamente vai se transformando. Em resumo, a percepção vai sendo construída através do acionamento dos circuitos e da expansão da cognição.

Como a cartografia se faz durante um processo, não se encontram os dados prontos, para serem computados. Por isso criam-se dispositivos, com estratégias e procedimentos concretos. Sendo um método processual, adotamos aqui a conceituação do filósofo francês, Michel Foucault, sobre dispositivo:

[...] um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre esses elementos. (FOUCAULT apud KASTRUP; PASSOS; ESCÓCIA, 2009, p.77)

Os dispositivos desempenham funções importantes e, na visão de Foucault, respondem sempre a uma urgência, que se revela por sua função estratégica ou dominante. E seriam compostos por 4 linhas de naturezas diferentes. São elas: linhas de visibilidade, de enunciação, de força e de subjetivação. Essas linhas podem tanto se afastarem quanto se aproximarem uma das outras (DELEUZE, 1990). Para Foucault, desemaranhar essas linhas seria, “[...] em cada caso, traçar um mapa, cartografar, percorrer terras desconhecidas” (DELELUZE, 1990, p.1). É o que ele chamou de “trabalho em terreno.”

Na leitura deleuziana de Foucault, as primeiras linhas são formadas pelas curvas de visibilidade e curvas de enunciação. A visibilidade nesse caso, não está se referindo à luz que ilumina os objetos em geral, mas às linhas que formam figuras variáveis e inseparáveis do dispositivo. Ou seja, cada dispositivo tem seu regime de luz. A medida em que esta se difunde, distribui-se não apenas no visível, mas também faz ver o invisível. O objeto não existe sem essa visibilidade que a luz do dispositivo opera. É a parte concreta, materializável do objeto. São as formas como as relações se manifestam, as ações, as imagens, as cores. Foucault dá como exemplo, o dispositivo “prisão” como sendo uma máquina ótica onde é possível ver sem ser visto. Mas, assim como a prisão emergiu como visibilidade, também trouxe enunciados com ela. A enunciação é a parte abstrata, enunciável das palavras e das subjetivações.



Se há uma historicidade dos dispositivos, ela é a dos regimes de luz; mas é também a dos regimes de enunciação. Pois as enunciações, por sua vez, remetem para linhas de enunciação nas quais se distribuem as posições diferenciais dos seus elementos; e, se as curvas são elas mesmas enunciações, o são porque as enunciações são curvas que distribuem variáveis, e, porque, uma ciência, em um determinado momento, ou um gênero literário, ou um estado de direito, ou um movimento social definem-se precisamente pelos regimes de enunciações. Não são sujeitos nem objetos, mas regimes que é necessário definir em função do visível e do enunciável, com suas derivações, suas transformações, suas mutações. (DELEUZE, 1990, p.2)

Voltando ao exemplo da prisão, que Foucault nos dá sob à luz de Deleuze (DELEUZE, 2005, p.42), ela é uma formação de meio, o meio carcerário e é também uma *forma de conteúdo*, que é o prisioneiro. No entanto, a prisão, não remete a palavras que ela designaria, mas a palavras e conceitos diferentes como a delinquência ou o delinquente. Esses, por sua vez, exprimem uma forma de enunciar as infrações, as penas e seus sujeitos. A esta formação de enunciado, Foucault chamou de *forma da expressão*. *Forma de conteúdo*, é a visibilidade, o concreto. *Forma de expressão*, é o enunciável, o abstrato. As duas são linhas heterogêneas mas não param de entrar em contato uma com a outra. Cada uma arrancando, investindo um segmento dentro da outra (DELEUZE, 2005, p.40).

Mas Foucault definiu a “prisão” também pelo “Panoptismo” onde ora ele a determina concretamente, como um agenciamento visual e um meio luminoso, e ora abstratamente como uma máquina que atravessa todas as funções enunciáveis, “impondo uma conduta qualquer a uma multiplicidade humana qualquer (DELEUZE, 2005, p.43).

[...] na periferia uma construção em anel; no centro, uma torre; esta é vazada de largas janelas que se abrem sobre a face interna do anel; a construção periférica é dividida em celas, cada uma atravessando toda a espessura da construção; elas têm duas janelas, uma para o interior, correspondendo às janelas da torre; outra, que dá para o exterior, permite que a luz atravesse a cela de lado a lado. Basta então colocar um vigia na torre central, e em cada cela trancar um louco, um doente, um condenado, um operário ou um escolar. (FOUCAULT, 1997, p.190)

Esta multiplicidade a ser considerada, deve ser reduzida, enquadrada. Foucault chamou essa dimensão informe de diagrama, como sendo um mapa, uma cartografia que se estende ao campo social. É onde o poder opera um enquadramento de todo o campo (DELEUZE, 2005, p. 44). “É que o diagrama é instável ou fluido, não para de misturar matérias e funções de modo a constituir mutações. Finalmente todo diagrama é intencional, e em devir” (DELEUZE, 2005, p. 44-45).

O terceiro tipo que o dispositivo implica, são as linhas de forças. Essas linhas retificam as curvas anteriores, de visibilidade e de enunciação, alinhando-as, endireitando-as. Elas limitam e controlam o objeto agindo como setas penetrando as coisas e as palavras. As linhas de forças atuam de um ponto a outro na relação passando por todos os lugares do dispositivo.

É uma linha que trata da dimensão do poder. Ela envolve os trajetos de uma linha com outra, operando idas e vindas entre o ver e o dizer e inversamente. Mas por estar estreitamente mesclada com outras linhas, ela é invisível e indizível (DELEUZE, 1990, p.2).

Por último, estão as linhas de subjetivação. Deleuze as define como sendo processos. Ou seja, operando produção de subjetividade num dispositivo. A linha de subjetivação acontece quando o dispositivo permite que um processo exista ou que o torne possível. É também chamada de linha de fuga pois escapa às linhas anteriores. “É um processo de individuação que diz respeito a grupos ou pessoas, que escapa tanto às forças estabelecidas como aos saberes constituídos: uma espécie de mais-valia” (DELEUZE, 1990, p.3).

## 1.2 Produção de Subjetividade:

A dupla de filósofos franceses Gilles Deleuze (1925-1995) e Félix Guattari (1930–1992) nos guiou nos conceitos de produção de subjetividade e de subjetividade capitalística. Para ambos os filósofos, a subjetividade está no centro das questões políticas e sociais contemporâneas. Em *Caosmose*, Guattari (1992) ressalta três eixos que nos incitam a ampliar a definição da subjetividade e que ultrapassam a definição clássica entre sujeito individual e sociedade. São eles:

a irrupção de fatores subjetivos no primeiro plano da atualidade histórica; o desenvolvimento maciço de produções maquinicas de subjetividade e, em último lugar, o recente destaque de aspectos etológicos e ecológicos relativos à subjetividade humana. (GUATTARI, 1992, p.11)

Um dos exemplos que Guattari cita para ilustrar a irrupção de fatores subjetivos é a queda da cortina de ferro, que não ocorreu por insurreições armadas, mas pela “[...] cristalização de um desejo coletivo aniquilando o substrato mental do sistema totalitário pós-stalinista” (GUATTARI, 1992, p.12). Mais recentemente, podemos ver a nova subjetividade quando vemos um jovem fazendo parte de uma comunidade virtual. Até então, as relações comunitárias se davam de forma presencial, restritas a um espaço físico, com concordância entre tempo de lugar, o que fazia com que a produção de novos desejos, comportamentos e formas de lidar com o mundo se transformasse mais lentamente. Com o advento das novas tecnologias de informação e comunicação, as relações mediadas pelo computador ultrapassaram fronteiras e permitiram que os diferentes devires culturais se colocassem em contato, contaminando de forma virótica as maneiras de pensar, agir e sentir, tanto do

Ocidente quanto do Oriente. No Oriente, conceitos como democracia e liberdade, somados ao consumo dos modos de vida ocidental e ao capitalismo financeiro se impuseram às comunidades orientais, despertando novas demandas por mais qualidade de vida, mais consumo, mais liberdade - etc. Os modos de ser, agir e sentir da subjetividade ocidental se opunham aos modelos tradicionais comunitários da região, provocando distúrbios como a *primavera árabe*<sup>36</sup>.

Estes acontecimentos nos remetem ao segundo eixo, onde Guattari acredita que as máquinas sociais podem ser consideradas como equipamentos coletivos de enunciação, quando se somam às máquinas tecnológicas de informação e comunicação, já que “[...] operam no núcleo da subjetividade humana, não apenas no seio das suas memórias, da sua inteligência, mas também da sua sensibilidade, dos seus afetos, dos seus fantasmas inconscientes” (GUATTARI, 1992, p.14).

Guattari ainda observa que a produção maquínica<sup>37</sup> de subjetividade possui dois caminhos distintos: ela pode trabalhar tanto para o melhor como para o pior. Vai depender de como se articulam os agenciamentos durante o processo de subjetivação. Ele também aponta que talvez só as evoluções tecnológicas, conjugadas a experimentações sociais dos novos domínios podem nos fazer entrar numa *era pós-mídia* que tenha como característica a reapropriação e a re-singularização da utilização da mídia, com o acesso aos bancos de dados, às videotecas, interatividades etc.

Quanto ao terceiro eixo, Guattari recorre ao etólogo e psicanalista Daniel Stern, que mostra, ao explorar as formações subjetivas pré-verbais da criança, que existem níveis de subjetivação que se manterão paralelos ao longo da vida, que não se limitam às formas verbais e visuais presentes no mundo, se referindo ao caráter trans-subjetivo das relações, presentes desde as primeiras experiências infantis, ainda no útero da mãe.

Por outro lado, valoriza o caráter trans-subjetivo, desde o início, das experiências precoces da criança, que não dissocia o sentimento de si do sentimento do outro. Uma dialética entre os “afetos partilháveis” e os “afetos não-partilháveis” estrutura, assim, as fases emergentes da *subjetividade*. (GUATTARI, 1992, p.16)

Guattari (2011) ressalta que, mesmo que pensemos a partir da história contemporânea, ou das produções maquínicas de subjetividade, ou tendo como base etologia da infância, sempre

<sup>36</sup> Período da história recente marcado por uma onda de protestos e revoluções ocorridas no Oriente Médio e norte do continente africano contra os governos do mundo árabe, em 2011.

<sup>37</sup> O termo *maquínico* aqui se refere não à mecânica, um sistema relativamente fechado sobre si mesmo que mantém relações codificadas com seu exterior. Mas às máquinas como sendo um *phylum* comparável ao das espécies vivas onde “[...] engendram-se umas às outras, selecionam-se, eliminam-se, fazendo aparecer novas linhas de potencialidades.” (GUATTARI, 2011 p. 385)

vamos encontrar o mesmo questionamento da individuação subjetiva sendo trabalhada pelos *Agenciamentos Coletivos de Enunciação*. Essa expressão, para Deleuze e Guattari (2011), se refere à linguagem, encarada como uma combinação variada do que se passa entre pelo menos dois termos, não repousando nem em um e nem em outro, mas nas relações que se estabelecem entre eles. Esses termos, são elementos heterogêneos, que podem ser de ordem biológica, social, maquínica, gnosiológica, imaginária. O resultado dessa combinação permite devires que atualizam outras formas de sentir, pensar e agir. Por exemplo, o agenciamento entre a palavra “cadeira” e um objeto cadeira que permite que as pessoas se sentem é um agenciamento de conteúdo e de expressão formando um enunciado coletivo.

Partindo deste princípio, Guattari (2011) formula uma definição inicial, mas englobante de subjetividade, referindo-se a ela como um conjunto de meios que possibilitam que instâncias individuais e/ou coletivas sejam criadas como território<sup>38</sup> existencial auto-referencial, adjacente ou em relação com uma alteridade ela mesma subjetiva.

### 1.2.1 Subjetividade Capitalística:

Hoje, o capitalismo já reconhece que a produção de subjetividade é mais importante e começa a ganhar mais valor do que a própria produção material. Por isso, a subjetividade denominada capitalística, é projetada na realidade do mundo físico e na realidade psíquica, incidindo nos “[...] esquemas de conduta, de ação, de gestos, de pensamento, de sentido, de sentimento, de afeto, etc” (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p.51).

Em “*Micropolíticas: cartografia do desejo*”, Guattari (2011) acrescenta o sufixo “ístico” ao capitalismo por considerar necessário criar um termo que designe não apenas as sociedades qualificadas como capitalistas,

[...] mas também setores do assim chamado “Terceiro Mundo” ou do capitalismo “periférico”, assim como as economias ditas socialistas dos países do leste, que vivem numa espécie de dependência e contra-dependência do capitalismo. Tais sociedades, segundo Guattari, funcionariam com uma mesma política do desejo no campo social, em outras palavras, com um mesmo modo de produção da subjetividade e da relação com o outro. (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 413)

É uma subjetividade que não se insere apenas no registro das ideologias, mas no próprio coração das pessoas, nas suas formas de ver o mundo, de se articularem com o meio urbano,

---

<sup>38</sup> Segundo Guattari, território “[...] é o conjunto dos projetos e das representações nos quais vai desembocar, pragmaticamente, toda uma série de comportamentos, de investimentos, nos tempos e nos espaços sociais, culturais, estéticos, cognitivos”. (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 388)

com os processos maquínicos do trabalho e com a ordem social que é suporte dessas forças produtoras (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p.34). E isso faz do homem que vive numa sociedade dominada por essa modelização um sujeito maquínico. Entenda-se maquínico, no sentido de máquinas teóricas<sup>39</sup>, sociais e estéticas que produzem desejo. Nesse caso, o sujeito maquínico é aquele produzido por esse agenciamento de máquinas, incluindo as biológicas. Essa subjetividade, essencialmente fabricada seria diferente da que, segundo uma tradição da filosofia e das ciências humanas, estaria no domínio de uma suposta natureza humana.

Guattari (2011) também aponta que sem um trabalho prévio de formação das forças produtivas e das forças de consumo, sem um trabalho que integre os meios de semiotização econômica, comercial, industrial, as realidades sociais locais não poderão ser controladas. É de se imaginar, segundo Guattari (2011), que uma revolução, uma mudança no campo social em nível macropolítico ou macrosocial, concerne à essa produção da subjetividade.

Tudo que é produzido pela subjetivação capitalística – tudo o que nos chega pela linguagem, pela família e pelos equipamentos que nos rodeiam – não é apenas uma questão de ideia ou de significações por meio de enunciados significantes. (GUATTARI, 2011, p.35)

Trata-se de formar uma conexão direta entre as máquinas produtivas, as máquinas de controle social e as instâncias psíquicas que definem a maneira de perceber o mundo. Guattari (2011) vai nos dizer que aqueles que têm uma percepção do mundo diferente de uma perspectiva dos esquemas dominantes, são as sociedades “arcaicas” por ainda não terem incorporado o processo capitalístico.

Mas Guattari (2011) observa que a máquina de produção de subjetividade capitalística se instaura desde a infância,

“[...] desde a entrada da criança no mundo das línguas dominantes, com todos os modelos tanto imaginários quanto técnicos nos quais ela deve se inserir.” (GUATTARI, 2001, p.49) Aceitamos tudo isso porque partimos do pressuposto, de que está é ‘a’ ordem do mundo, ordem que não pode ser tocada sem que se comprometa a própria ideia de vida social organizada.” (GUATTARI, 2011, p.51)

A relação do homem com o mundo, no que diz respeito à natureza, aos fatos, ao movimento, ao corpo, à alimentação, e consigo mesmo passa a ser fabricada.

---

<sup>39</sup> Máquina teórica é um conceito sobre a execução de operações computacionais, definido pelo matemático inglês Alan M. Turing (1912-1954). “Trata-se de uma máquina que visava iluminar as noções de calculabilidade em geral, permitindo reduzir todos os métodos de cálculo a um conjunto subjacente, simples e básico de operações. No seu todo, essa máquina é composta por um certo número de estados, sendo capaz de ler símbolos localizados em quadrados numa fita infinita. Alguns quadrados podem estar vazios. As operações básicas são desempenhadas pela máquina em resposta a uma combinação de: (1) o estado em que a máquina está e (2) o símbolo que ela está lendo, naquele momento, no quadrado.” (SANTAELLA, 1997, p.39)

### 1.3 Trabalho imaterial

As três sociedades, soberania, disciplina e controle, que Hardt e Negri (2001), referem-se no livro *Império*, representam três paradigmas. O primeiro quando a agricultura e a extração de matérias-primas dominaram a economia; o segundo quando a indústria e a fabricação de bens duráveis ocuparam uma posição privilegiada; e o terceiro e atual paradigma, onde a oferta de serviços e o manuseio de informações são o cerne da economia.

A pós-modernização ou a informatização da produção substituiu as técnicas tradicionais das máquinas industriais pela inteligência cibernética da informação e pelas tecnologias de comunicação. A transição para uma economia informacional acarretou uma mudança em nossa noção de humano e da própria humanidade e envolveu mudanças na qualidade e natureza do trabalho. O trabalho realizado em serviços que se baseiam na troca contínua de informações e conhecimentos cujo bem resultante não é material e nem durável, chama-se trabalho imaterial. Trabalhadores imateriais são as mães, empregadas domésticas, professores, enfermeiros, publicitários, jornalistas, designers, intelectuais e todas as pessoas que, durante suas relações sociais e individuais, produzem o cotidiano em que vivemos.

Nos países dominantes, a qualificação primária geral para o trabalho solicita familiaridade com a tecnologia da computação. Tanto que símbolos e informações desse modelo informatizado estão bastante difundidos. Se antes a classe trabalhadora aprendia a agir como máquinas dentro e fora da fábrica, os processos se aproximam cada vez mais das atividades realizadas pelos computadores que passam a ser reconhecidos como a ferramenta universal. As tecnologias de comunicação e seu modelo de interação estão se tornando mais e mais indispensáveis às atividades laborais.

Nesse sentido, o trabalho resultante dessa informatização da produção tende a se tornar trabalho abstrato. Esse é um lado do trabalho comunicacional imaterial. O outro lado é o trabalho afetivo do contato e interação humanos. Como exemplo, os serviços de saúde que se baseiam essencialmente em cuidados e a indústria do entretenimento que está centrada na criação e manipulação de afetos. Os autores explicam que essa produção, troca e comunicação afetivas estão associadas ao contato humano, que pode se dar no mundo físico ou no mundo virtual, como ocorre na indústria do entretenimento.

É o trabalho imaterial que impulsiona a pós-modernização da economia global. Os autores ressaltam também que a cooperação é inerente ao trabalho imaterial. Pois, o aspecto cooperativo, não é imposto de fora, mas imanente à própria atividade laboral. A informação e a comunicação são as verdadeiras mercadorias produzidas.

Ainda nos anos 1980, quando fala sobre o *Nascimento da Biopolítica*, Foucault (2008) aponta a importante transformação que o neoliberalismo americano fez nos conceitos sobre o trabalho. Para os neoliberais, nos Estados Unidos, o salário deixa de ser remuneração pelo número de horas trabalhadas para se transformar em renda produzida pelo capital cognitivo do trabalhador imaterial. O capital cognitivo, que determina as competências do trabalhador é adquirido ao longo da vida de cada indivíduo. São as relações afetivas, os livros lidos, a vida cultural e a inserção nas redes, virtuais ou presenciais. Nesse caso, as competências se transformam em ferramentas de trabalho. Sendo assim, todo trabalhador é dono de sua ferramenta. Isso provoca uma transformação radical na relação entre o burguês, que seria o dono da ferramenta de trabalho e o trabalhador, que segundo Marx era alienado dos meios de produção e do fruto de seu trabalho. É por isso que, atualmente, informação, comunicação e afetos vão além de um papel fundamental nos processos de produção, e passam a ser o próprio produto. A criação de um comercial de propaganda ou de um roteirista de videogame e os afetos produzidos por um professor ou um enfermeiro são produções cujo bem final mais importante não é o produto material, mas sim os processos de subjetivação que produzem. A subjetividade capitalística é que vai manter a sociedade de controle.

Na década de 1990, Deleuze escreveu que a sociedade em que vivemos hoje é uma sociedade de controle e enumerou três modelos de sociedade para poder explicar os processos de transição entre cada uma delas. O primeiro, eram as sociedades de soberania, que tinham como objetivo e função delegar ao soberano o poder de decidir sobre a morte mais do que gerir a vida. O soberano era o dono do corpo de seu súdito e podia dispor dele da forma que desejasse. No segundo modelo, eram as sociedades disciplinares, que Foucault havia situado nos séculos XVIII, XIX e XX como procedentes dos grandes meios de confinamento. Nestas sociedades, as instituições que as constituíam, - escola, família, hospital, prisão, fábrica, etc – eram baseadas em espaços fechados, permitindo a visibilidade e o controle dos corpos através das técnicas disciplinares de separar, catalogar e organizar. Mas Foucault (apud DELEUZE, 1992) observou que esse modelo perdurou por um curto período de tempo pois ele sucedia às sociedades de soberania. E no terceiro modelo, as sociedades de controle foram se instalando lentamente, passando a predominar depois da Segunda Guerra Mundial.

Nas palavras de Deleuze (1992), os diferentes internatos das sociedades disciplinares, eram variáveis independentes cuja linguagem é analógica; moldes distintos. O indivíduo saía de uma instituição e partia do zero em outra: ia da escola para o exército, do exército para a fábrica. O indivíduo possuía uma assinatura e o número da matrícula, que o identificava no meio da massa. As palavras de ordem predominavam, a vigilância seguia o modelo do

dispositivo *Panóptico de Bentham*, onde um olho central observa a todos em todos os locais. Esse dispositivo foi descrito por Michael Foucault no livro “Vigiar e Punir” (2009 [1975]).

No *Panóptico de Bentham*, pelo efeito da contra luz, percebia-se da torre os cativos nas celas da periferia. Cada um estava sozinho, individualizado e constantemente visível. Daí vem o efeito considerado o mais importante desse dispositivo: o de fazer com que o próprio detento assegure o funcionamento automático do poder independentemente daquele que o exerce. Ou seja, a própria estrutura da torre, onde ocorre a vigilância, sustenta uma relação de poder com os detentos sem que o próprio dono do poder precise estar visível. Nesse sentido, Bentham (apud FOUCAULT, 2009) colocou o poder como invisível e inverificável. O detento vê a silhueta da torre que o inspeciona mas nunca sabe se está sendo observado. Mas deve ter certeza de que sempre podia sê-lo. Daí a linha de visibilidade.

A base de uma sociedade disciplinar dependia do controle dos corpos domesticados. Já nas sociedades de controle, o que deve ser “domesticado” é a própria subjetividade dos indivíduos. Daí a importância fundamental da produção da informação, de signos e de afetos, transformados em mercadoria e oferecidos no mercado através do marketing e da publicidade.

Deleuze (1992) faz corresponder a cada sociedade certos tipos de máquina capazes de exprimir as formas sociais pelas quais foram criadas. As máquinas da época das sociedades soberanas eram simples, alavancas, roldanas, relógios etc. Nas sociedades disciplinares eram as ferramentas da Revolução Industrial, as máquinas da linha de montagem. Nas sociedades de controle, se operam máquinas informatizadas e computadores.

Hardt (1996), procura compreender a sociedade de controle de Deleuze relacionando-a ao ponto de vista de outros autores: com Fredric Jameson, busca compreender a passagem da sociedade moderna pós-moderna; com Francis Fukuyama, analisa o “fim da história”; e com Étienne Balibar, as novas formas de racismo em nossas sociedades. Hardt (1996) observa que, inicialmente, o que caracteriza a passagem da sociedade disciplinar à sociedade de controle é o desmoronamento dos muros que definiam as instituições e as fronteiras que determinavam os países soberanos. Considerando que a soberania moderna é concebida em termos de território e da relação desse território com o exterior de suas fronteiras, então esse desmoronamento, provoca uma mudança na maneira pela qual o poder marca o espaço. Hardt (2000), para explicar melhor, recorre aos primeiros teóricos modernos da sociedade, de Hobbes a Rousseau, para os quais a ordem civil era um espaço limitado e interior, distinto da ordem exterior da natureza. Analogamente, os teóricos da psicologia moderna compreendiam, em termos espaciais, que as pulsões, as paixões, os instintos e o inconsciente metaforicamente, “[...] eram como um fora no âmbito do espírito humano, como um



prolongamento da natureza bem no fundo de nós” (HARDT, 2000, p. 359). A soberania do indivíduo fica entre a ordem natural das pulsões e a ordem civil da razão ou da consciência. O processo de modernização repousa na interiorização do fora da civilização da natureza.

No mundo pós-moderno, a dialética do dentro e fora, ordem civil e natural, chega ao fim. Jameson (apud HARDT, 2000) vai dizer que isso ocorre porque, no processo de modernização, a natureza desapareceu para sempre. Mas no sentido de que as forças naturais assim como fenômenos e psiquismos não são entendidos como fora. E nem percebidos como independentes da ordem civil. Tudo agora está dentro.

O mesmo aconteceu com a dialética que definia a relação entre o público e o privado na teoria da política liberal. Enquanto o indivíduo moderno podia estar no aconchego da sua privacidade, o público estava fora de sua casa. E a política, ocupando o fora, fazia com que a ação do indivíduo ficasse exposta ao olhar dos outros e onde também procura ser reconhecida. Com o processo de pós-modernização, o público está cada vez mais privatizado. Hardt (2000) cita como exemplo o encontro casual, substituído pelo agrupamento de todos em espaços que não são privados como os *shoppings*, galerias comerciais, condomínios, etc. A privatização foi tamanha, que perdeu-se a noção da organização social do que seja espaço privado/espaço público, dentro/fora.

Hardt (2000) observa também a análise da sociedade do espetáculo, realizada por Guy Debord ainda na década de 1960 (apud HARDT, 2000). Nessa análise, o espetáculo é simultâneo, unificado e difuso, o que não permite a distinção do dentro e do fora. A noção do público como o lugar do fora tornou-se universalizada e sublimada nos espaços virtuais do espetáculo.

Francis Fukuyama (apud HARDT, 2000), filósofo norte-americano, afirma que a passagem histórica que estamos vivendo se define pelo fim da história. A era dos conflitos principais terminou e portanto,

[...] a potência soberana não mais afrontará seu Outro, não mais será confrontada com o seu fora, mas, antes, estenderá progressivamente suas fronteiras até enlaçar todo o planeta com seu domínio próprio. [...] O fim dessa história introduziu o reino da paz. Só que na realidade entramos na era dos conflitos menores e interiores. (HARDT, 2000, p. 360).

Hardt (2000) aponta que o capitalismo é contra qualquer divisão entre dentro/fora e contrário às exclusões. Mas o *não há mais fora* chegou ao mercado capitalista sinalizando que a realização do mercado mundial é o ponto de chegada dessa tendência. “Em sua forma ideal, não há um fora do mercado mundial: o planeta inteiro é seu domínio” (HARDT, 2000, p. 361). A soberania, nesse caso, repousa sobre um espaço liso, contrário ao estriado da

modernidade que se funda num jogo dialético com o fora a ele submetido. Mas o espaço liso contemporâneo é atravessado em todos os sentidos, por tantas linhas de fissura que lhe dão uma aparência uniforme. Nesse espaço não há o lugar do poder, pois ele se encontra em todos os lugares e em nenhum deles. Hardt (2000) vai definir esta configuração da soberania contemporânea como um Império, considerado como uma *utopia*, ou, antes, um não-lugar.

Ao falar sobre o que chama de racismo imperial, Hardt (2000) observa que no mundo contemporâneo, o racismo aumentou tanto em extensão como em intensidade. E se temos a impressão de um suposto declínio é porque ele apenas mudou de forma e de estratégia. E se na modernidade o racismo se concentrava nas diferenças biológicas essenciais às raças, na pós-modernidade, essas diferenças foram substituídas por significantes sociológicos e culturais. Segundo o filósofo francês, Étienne Balibar (apud HARDT, 2000), esse racismo se caracteriza como diferencialista, sem raça. E a cultura preencheu o papel que a biologia ocupava. A cultura maleável e fluida pode se transformar ao longo da história e se misturar, gerando híbridos. No entanto, ressalta, deve haver um limite para a flexibilidade das culturas na pós-modernidade, pois existem diferenças insuperáveis entre algumas culturas e tradições. A posição cultural baseia-se numa teoria igualmente forte que inclui separação e segregação sociais, pois como unir servos e croatas, hutus e tutsis<sup>40</sup>? Todas as identidades são, em princípio, iguais sob a condição de agir tendo por base as diferenças.

Para Deleuze e Guattari (apud HARDT, 2000), do ponto de vista do racismo não há exterior e nem pessoas de fora. A prática racista não está nos termos de exclusão, mas como estratégia de inclusão diferencial. Não tem mais como ser excluído do campo, pois não há fora para se estar. Na sociedade de controle, o racismo diferencial integra todos em sua ordem para depois orquestrar as diferenças por um sistema de controle. A tendência das noções fixas e biológicas dos povos é de se tornarem fluidas e amorfas. Mas sem fronteira fixa, deslocando-se continuamente, a superfície desestabiliza as noções de lugar. Hardt ressalta que:

“O império sempre aceita as diferenças raciais e étnicas que encontra, e sabe utilizá-las; mantém-se à distância, observa esses conflitos e intervém quando um ajuste se faz necessário. Toda tentativa de permanecer o outro, com relação ao império é vã. O império se nutre de alteridade, relativizando e gerindo-a.” (HARDT, 2000, p. 367)

O fim do fora tem implicações importantes na forma de produção social de subjetividade, principalmente quando a tecnologia elimina distâncias no tempo e no espaço, reunindo o diferente e integrando-o num imenso sistema mercadológico cujos efeitos se refletem tanto no mundo material quanto no virtual.

<sup>40</sup> Hutus e Tutsis são dois dos três grupos étnicos presentes em Ruanda e no Burundi. O terceiro grupo é o Twa.

## 2 INTERATIVIDADE NO CIBERESPAÇO

### 2.1. Cooperação

A capacidade do ciberespaço de conter diferentes culturas, o transformou num espaço heterogêneo com sistemas multilinguistas ou multi-idiomáticos. Há sites em diferentes idiomas integrando diferentes códigos. Esta miscigenação dos signos se relaciona com os aspectos local e global muito presentes na atualidade política de âmbito internacional. O que se mostra é que, de um lado, existem diferentes características locais, com formas linguísticas próprias de determinadas culturas, que podem ajudar a entender e a compreender as culturas e formas de vida de uma minoria. E de outro lado, a exibição de símbolos de uma determinada cultura, pressupõe a assimilação desses símbolos por outras culturas que os tomam como seus, e isso pode acontecer fora do contexto. E entram no terreno da globalidade. O resultado é uma miscigenação semiótica que acaba por estabelecer formas linguísticas comuns entre pessoas muito distantes entre si e com diferentes referências culturais (ROYO, 2008).

Outra característica que o ciberespaço possui é o jogo online com multijogadores. Segundo o diretor executivo de entretenimento interativo para a *America On-Line*, Lawrence Schick (1998 apud PRENSKY, 2012), o online é uma das formas preferidas de entretenimento, não só pela facilidade de encontrar jogos e parceiros em qualquer lugar e a qualquer momento, mas também pelo desafio de jogar contra uma mente humana em vez de um computador de inteligência artificial. São dezenas de sites para encontrar parceiros e jogar. São sites de jogos, sites com jogos, sites sobre jogos e sites para jogos individuais disponíveis na internet. Em paralelo a isso, existem os bate-papos e discussões sobre como jogar determinado jogo, ou como vencê-lo ou resolver problemas. Esses são alguns dos recursos mais utilizados por todos esses sites de jogos. Isso fez crescer uma comunidade autogerada, bem servida e altamente ativa de aprendizes, segundo Clark Aldrich. Além do que eles podem aprender, a partir das habilidades desses jogos, se aplicam para a vida (apud PRENSKY, 2012, p.306).

No livro *Smart Mobs* (Multidões Inteligentes), Rheingold (2005) fala sobre sua busca por indicações que o levassem a compreender quais eram as forças sociais que atuavam nas multidões inteligentes. Esse termo, criado por ele, se refere a uma ação coletiva guiada por conexões derivadas dos serviços de informação que se tornaram possíveis com as tecnologias sem fio. A peregrinação de Rheingold o levou até Marc A. Smith, a quem ele considera seu guru em matéria de cibersociologia. Ao questionar Smith sobre o que leva as pessoas, numa

comunidade virtual, a trocaram informações com outras pessoas, mesmo sabendo que jamais se encontrarão, Rheingold (2005) obtém como resposta três fatores: o capital de rede social, o capital de conhecimento e uma comunhão. O autor então observa que os participantes colocam um pouco dos seus conhecimentos e impressões online e também retiram conhecimento e oportunidades de socialização mais do que investiram nessa interação.

Em outro momento, alguns anos mais tarde, Rheingold (2005) novamente encontra Smith e pergunta sobre o que aconteceu quando as comunidades virtuais passaram do PC (Personal Computer) fixo para o celular. Smith responde que os novos meios transformam a forma com que as pessoas cooperam. São novos modos de comunicação que modificam a forma como percebemos o mundo, a maneira como vemos os outros. No entanto, o eixo da cooperação, dos bens públicos, da representação de si e da reputação, que norteiam esse universo de relações, ainda estão ligados. A cooperação existe em todos os ambientes. Biólogos, economistas, estrategistas de guerras nucleares também se interessam pelos jogos sociais.

O sociólogo Elinor Ostrom (apud RHEINGOLD, 2005), em suas pesquisas, conseguiu reunir diversos exemplos de comunidades que produziram bens públicos e os conservaram durante séculos. Ostrom estudou as formas como os grupos gerenciam os recursos florestais no Japão, os pastos na Suíça e os sistemas de irrigação na Espanha e nas Filipinas. No Japão, por exemplo, é confiscada uma parte do saquê previsto para as pessoas que cometeram alguma infração. Os japoneses recompensam quem denuncia um infrator. Na Espanha, as passagens dos usuários são sincronizadas para que eles possam vigiar uns aos outros. O resultado de sua pesquisa foi que todos os esforços para organizar uma ação coletiva, devem levar em consideração um certo número de problemas como a luta contra o *free-riding*<sup>41</sup>, os problemas de engajamentos, a organização de novas instituições e a vigilância do compromisso das pessoas diante do conjunto de regras.

Rheingold (2005) também cita o economista, Mancur L. Olson, que nos anos 50 descobriu que, nos tipos de jogos onde as pessoas podiam ganhar ou perder dinheiro, pequenos grupos tinham comportamentos mais cooperativos do que os grandes grupos. E à medida que esses mesmos grupos repetiam-se e também podiam comunicar-se entre eles, a cooperação entre os elementos de cada grupo aumentava. O que ficou evidenciado para Olson, é que a reputação é um motivo recorrente nos processos de cooperação.

---

<sup>41</sup> Aqueles que usam um bem público sem contribuir para isso (ou que super consomem, com o risco de não deixar nada para os outros) são chamados de *free riders*.

Podemos entender que, uma vez ligadas em redes, as pessoas tendem a cooperar entre si, seja em prol dos bens públicos, ou pela representação de si e da reputação. É uma ligação que existe em diferentes ambientes. Não precisa haver a figura/personagem de um chefão que controla tudo, mas precisa existir uma vigilância consentida para garantir infrações aos *free-riders*, quando necessário. No caso de jogos sociais online, a cooperação, interação e reputação entre os jogadores/usuários é fundamental para o desenrolar da narrativa.

## 2.2 Construções Narrativas

Narrativas de videogames e de games para computador pouco diferem do modo narrativo presencial tradicional. Murray (2003), observa que as histórias transmitidas de forma oral, presencial, possuem uma maior repercussão entre os membros da cultura na qual tiveram origem, do que para os estrangeiros. E o mesmo acontece nas histórias inventadas coletivamente em ambientes virtuais. Tanto as histórias de natureza tribal quanto as de ambientes virtuais, “[...] podem parecer triviais ou de segunda mão para alguém de fora, mas podem ser fascinantes e ter uma ressonância emocional para os participantes” (MURRAY, 2003, p.259). E o que acaba sendo importante é a forma como essa história é narrada, o que no caso de um videogame sua construção depende do desempenho do jogador no game.

No ensaio *O Narrador* (1936, 1985), escrito na terceira década do século 20, Walter Benjamin fala sobre a experiência embutida na arte de narrar e de como ela interage com seus ouvintes. Para Benjamin, a narrativa tem por base a experiência daquele que acumula vivências e que, ao encontrar ouvintes sedentos por sabedoria, compartilha-as narrando conforme o interesse de quem as recebe. Assim, o narrador incorpora os afetos provocados pela história nos ouvintes. Vale lembrar que a narrativa, tal como Benjamin (1936, 1985) a descreve, sempre tem em si uma natureza utilitária, que se manifesta como um ensinamento moral, uma sugestão prática, um provérbio ou norma de vida. De qualquer maneira, o narrador é um homem que sabe dar conselhos.

É preciso também contextualizar a época em que Benjamin escreveu *O narrador*. O próprio autor fala sobre os ex-combatentes da Primeira Guerra, que tendo voltado para suas casas não compartilharam suas experiências nos campos de batalha. Eles voltavam mudos e pobres em experiência comunicável provocadas pelos afetos produzidos nos campos de batalha. E os livros que surgiram sobre a guerra, dez anos depois, nada tinham a ver com experiências transmitidas oralmente. O conteúdo dos livros era informativo demais, característica ausente na narração. Esta é, ela própria, num certo sentido, uma forma artesanal

de comunicação que não está interessada em transmitir o “puro em si” da coisa narrada como uma informação ou um relatório. A narrativa mergulha a coisa na vida do narrador para em seguida retirá-la dele (BENJAMIN, 1985, p.205, [1936]).

A verdadeira narração, para Benjamin, faz com que o narrador intervenha decisivamente no ato de narrar com seus gestos, aprendidos na experiência do trabalho, que sustentam de várias maneiras o fluxo do que é dito. E o trabalho a que se refere é o de artesão. Paul Valéry, citado por Benjamin (1936, 1985), ressalta que a antiga arte de narrar traz uma coordenação típica do artesão, que é uma coordenação da alma, do olhar e da mão que ele aplica no trabalho que realiza. Mas com o advento do capitalismo, os novos modos de produção emergindo a partir da Revolução Industrial, a figura do artesão foi sendo suprimida pela do operário da fábrica, da mesma forma que a figura do narrador foi sendo substituída pelos meios de comunicação. O ouvinte, que antes participava de forma ativa de uma narração presencial, a partir da interação com o narrador, passou a se tornar passivo no sentido de não interferir no encadeamento narrativo. Segundo Benjamin (1936, 1985), o romance impresso, que substituiu a figura do narrador, era um gênero sem abertura para a interação entre aquele que conta, o escritor, e aquele que o lê, o leitor. As histórias orais, por serem obras inacabadas e coletivas, acumulam em si o imaginário social de quem as conta, enquanto que o romance impresso coloca em cheque essa tradição.

No mundo contemporâneo, a arte narrativa dos jogos eletrônicos traz novas formas de se narrar histórias. Os games, que estão na categoria de entretenimento, evoluíram comportando até narrativas cinematográficas. Há filmes que inspiraram games e games que inspiraram filmes. Um dos exemplos clássicos são *Indiana Jones* e *Lara Croft*, respectivamente. Mas nem sempre é o conteúdo narrativo que torna uma experiência de jogo satisfatória.

Narrativas de videogames também podem apresentar diferentes desfechos, relacionados aos muitos caminhos disponíveis. Mas cada um desses caminhos deve levar o jogador para um final convincente que, além de fazer sentido, também deve corresponder às ações escolhidas durante a jornada, que estão ligadas ao tema inicial do jogo.

Novak (2010) destaca que os temas podem estar relacionados à conceitos filosóficos, podendo ser uma pergunta, um obstáculo, um mistério a ser solucionado ou o que a imaginação do roteirista permitir. O cenário, deve estar vinculado ao gênero. Já o enredo, deve fazer parte da estrutura da narrativa, contendo elementos que orientam o desenrolar da história. Mas também, segundo Novak (2010), pode ser determinado pela forma como o game é jogado, o que envolve as reações do jogador aos desafios propostos pelo game. Sendo

assim, enredo e modo de jogar, podem estar interligados. E a chave que torna os desafios e obstáculos do jogo interessantes, deve estar associada à história através de diferentes efeitos narrativos que otimizam a tensão dramática, como a luz, a perspectiva e o som, por exemplo.

A mecânica do jogo tem como objetivo transformar as ideias da narrativa em resultados práticos. Isso envolve procedimentos que vão desde a descrição da estrutura e dos formatos de narrativa até sua integração aos outros elementos do game, como a plataforma utilizada, o gênero e o modo do jogador jogar. Por isso, não basta ter uma boa ideia para a narrativa. É importante saber como ela será desenvolvida e que elementos vai dispor para dar ao jogador a sensação imersiva. Caso contrário, se a história não for atraente, o jogador pode perder o interesse em continuar jogando. Nos games que simulam mundos virtuais, é preciso despertar a crença do jogador nesse mundo<sup>42</sup>.

O importante também, é fazer com que a experiência do jogador seja bem-sucedida. Segundo Javier Royo (2008), designer e especialista em projetos de identidade visual e internet, a experiência envolve o conjunto de sensações, valores e conclusões que o jogador obtém a partir da interação com a interface de um website. E essa experiência não é só um resultado funcional, mas também estético (ROYO, 2008, p.105).

Os componentes visuais devem apoiar a narrativa e estar em todas as imagens, sejam elas fixas ou em movimento. São eles que transmitem estados de ânimo, emoções, ideias e estruturam o visual (BLOCK, 2010, p.1). Os componentes visuais básicos de acordo com Bruce Block são: espaço, linha, forma, tonalidade, cor, movimento e ritmo. Eles até podem ser ignorados durante a concepção de um trabalho, mas certamente, estarão sempre na tela. Há componentes visuais que já possuem características emocionais ligadas a ele, como o vermelho por exemplo, que já foi codificado como sinal de perigo. Mas o significado vai depender também, em que momento determinadas cores serão empregadas na narrativa e o papel que elas exercem nesse contexto. Block (2010) defende que a experiência visual caminha em paralelo com a experiência da narrativa.

O público deseja ser levado em uma jornada. Quando ele observa qualquer tela, quer ser levado para um mundo que tem estrutura da narrativa e estrutura visual. Mesmo que a jornada dure apenas 10 segundos, ele quer a jornada e quer a estrutura. Não apenas a estrutura da narrativa, mas a estrutura visual. (BLOCK, 2010, p.284)

O layout de desenho animado oferece um controle visual maior, pois tudo o que compõe o jogo foi criado (BLOCK, 2010, p.282). As chances de atingir o público consumidor

---

<sup>42</sup> Oi Futuro Cabeça – Literatura Expandida com Janet Murray e participação de Cristiane Costa. Oi Futuro Flamengo. Rio de Janeiro. 21/09/2011.

são maiores pois tudo terá sido programado e elaborado em seus mínimos detalhes. Sem contar que as telas de televisão e de computador não usam o sistema aditivo, onde as cores se sobrepõem quando se misturam. As cores nesse tipo de tela se devem a um sistema chamado de mistura ótica. Mesmo que um *software* de computador seja calibrado como RGB (aditivo) ou CMYK (subtrativo), a tela do computador ou televisão irá misturar as cores por mistura ótica.

Se examinarmos telas de televisão e de computador com uma lente de aumento, veremos que a tela é composta de centenas de fileiras de minúsculos pontos ou quadrados vermelhos, azuis e verdes. Isso acontece em telas de televisões convencionais com tubo, telas de plasma e de LCD. (BLOCK, 2010, p. 297)

Quanto a questão da inserção de valor num game, se a ideia for bem planejada, passa despercebida, mas é capaz de produzir uma sensação de realidade que vai manter o jogador “ligado” ao enredo, já que as relações econômicas fazem parte da interação do cotidiano dos seres humanos (NOVAK, 2010). Por isso, muitas situações econômicas do mundo real podem ser adaptadas para os ambientes virtuais, como diferentes instituições monetárias e leilões sob diferentes regras entre outros.

### 2.3 Gameplay

O ciberespaço é um lugar onde há um intercâmbio entre fluxos de informação e de trânsito de usuários. Nas palavras de Royo (2008) é uma construção social em todos os aspectos feita à imagem e semelhança do mundo transitável fisicamente. O autor ressalta que esse termo “à imagem e semelhança” é tamanho, que todos os objetos e processos realizados pelo homem no mundo físico estão sendo representados e digitalizados na internet. Seria então, um espaço de ação paralelo, mas com autonomia e características próprias do meio. No ciberespaço, o que se movimenta são as representações dos usuários ou as de objetos que vão de encontro ao que se deseja buscar. A navegação ocorre por meio de fluxos de informação, que são manipulados através de ferramentas eletrônicas que constituem extensões de nossos corpos. Ao substituímos nossos corpos por essas próteses eletrônicas, passamos a usar uma comunicação pictográfica através de ícones e metáforas visuais no ciberespaço. O que equivale a dizer, que a nossa presença em um *chat* se dá através de um cursor capaz de gerar fluxos de informação.

Esse cursor é um dispositivo físico, um mouse, ou uma tela tátil. No entanto, esta relação não tem a mesma proximidade que temos com os objetos no mundo físico, como quando usamos uma bicicleta com a qual nos movimentamos. No ciberespaço, os ícones e as



barras de ferramentas representam uma camada intermediária que se interpõe entre os objetos virtuais e o usuário. Esta camada é a interface gráfica.

Ao descrever o trabalho do design de jogos interativos, Royo (2008) enfatiza que os profissionais que trabalham com a análise e programação da informação criam ferramentas que aproximam o usuário daquilo que ele busca. Sendo assim, quando este quer comprar um livro na internet, está consumindo dois produtos diferentes. A saber, o livro que vai comprar e um catálogo de livros. O catálogo funciona como um dispositivo que o usuário vai utilizar para alcançar esse produto ou ferramenta (ROYO, 2008, p.29).

Para o escritor Jesus de Paula Assis, que desde 1992 se dedica ao desenvolvimento de projetos multimídia e roteiros de games, o conceito de *gameplay* é o que vai distinguir a linguagem dos videogames dos outros meios de expressão.

Videogames são interativos como qualquer coisa na vida real, que reage somente depois de nossa intervenção; também são expressivos, podendo ter história e roteiro, como filmes; têm interface como qualquer programa ou qualquer painel de um aparelho; mas só eles têm essa característica que faz com que o balanço entre as possibilidades de interação, o desenvolvimento da tensão e a experiência exploratória se torne algo imersivo. (ASSIS, 2007, p.17)

Segundo Assis (2010), um *gameplay* deve compor as ações dos jogadores, suas estratégias e motivações. Deve também conter um balanço entre regras fixas e flexíveis, o que permite que o jogador com o tempo, desenvolva um estilo pessoal de jogo. No caso do exemplo do jogo *Tetris*, que possui diferentes formas de arranjo dos blocos, pode-se dizer que é possível criar um estilo quando o jogador busca criar linhas horizontais cheias (de blocos) para eliminá-las o mais rapidamente possível ou procura criar várias linhas nas quais falta apenas um ponto de preenchimento, que, com a escolha da peça apropriada, serão todas preenchidas de uma vez.

Também é função do *gameplay* conter coerência e economia de recursos. Em um videogame de aventuras, por exemplo, as opções de armas devem ser diferentes umas das outras e ter especificidades evidentes, pois se uma for mais eficiente que a outra o jogador pode começar a questionar a coerência e a mecânica do jogo. Isso prejudica a sensação de imersão.

Outra característica importante num *gameplay* são os dispositivos de entrada e saída de dados, que devem estar adequados aos objetivos do jogo e a forma como o jogador interage. *Tetris*, continuando como exemplo, seria desastroso se fosse necessário usar o mouse

ao invés do teclado ou de um joystick<sup>43</sup>. De acordo com Assis (2010), as teclas permitem movimentos mais precisos e discretos enquanto o mouse, nos traria uma sensação de imprecisão às jogadas.

## 2.4 Interatividade

Num videogame, há vários tipos de interatividade que afetam a jogabilidade. De acordo com Novak (2010), a interatividade pode ser entre jogador-game, jogador-jogador, jogador-desenvolvedor e jogador-plataforma. Mas em cada um desses modos o mais importante é a decisão do jogador demonstrando a importância de seu papel na construção da narrativa (NOVAK, 2010, p.189).

No primeiro modo, jogador-game, o usuário interage somente com o próprio game e sua plataforma. Mesmo que existam personagens interagindo com o jogador, eles são gerados por um sistema de inteligência artificial. É uma interatividade que envolve questões de representação espacial, mapeamento, ambiente, atmosfera e conteúdo do game. Há jogos de multijogador que usam o modo de interatividade jogador-game, mas que na verdade são games mono-jogador expandidos, pois não há interação entre os jogadores.

No segundo modo, jogador-jogador, a interação vai além do próprio game, envolvendo outros jogadores. A conexão entre eles depende da forma como se comunicam entre si e como jogam juntos. Isso inclui comportamentos cooperativos ou competitivos. Nesse tipo de interatividade, encontramos modos de competição unilaterais, quando dois ou mais jogadores competem com um único jogador, e modo multilateral, quando três ou mais jogadores competem entre si.

A interação jogador-desenvolvedor permite que os jogadores interajam com os próprios desenvolvedores do game. Essa interatividade pode ocorrer por meio de salas de bate-papo e fóruns de discussão existentes no site do game. Em alguns casos, os desenvolvedores acompanham os comentários dos jogadores e até participam das conversações.

---

<sup>43</sup> O joystick é um periférico dos computadores ou aparelhos de controle diversos, composto por uma haste fixada a uma base que transmite um ângulo de duas a três dimensões. É usado frequentemente para controlar videogames, e tem geralmente um ou mais botões de pressão cujo estado pode também ser lido pelo computador. Fonte: Wikipedia. Acesso em 15/09/2013.

No quarto modo, jogador-plataforma, é feita uma conexão entre um jogador e o *hardware* e *software* da plataforma do game. Isso inclui os recursos gráficos ou de áudio do sistema, os dispositivos de controle, a memória, a bateria e a capacidade de armazenagem.

O nível de interatividade nos games é considerado superior à interatividade que qualquer outra mídia possa proporcionar aos seus usuários (NOVAK, 2010, p.139). Os jogadores não estão limitados a desempenhar o papel da audiência tradicional. Eles também podem colaborar na narrativa e, às vezes, até podem ser os próprios narradores (NOVAK, 2010, p.140) já que na maioria dos jogos a construção da história está vinculada à aparente liberdade de escolha atribuída aos jogadores. Eles podem optar por uma combinação de caminhos e experimentar a história de maneiras diferentes a cada momento. Principalmente, em se tratando de um mundo virtual onde a narrativa vai sendo construída a partir da interação entre os jogadores e a dinâmica do jogo.

Para o escritor de designer de games, Jesse Scheel (2011), o jogo não é a experiência. O jogo é o dispositivo que possibilita uma experiência. E no processo de desenvolvimento de games, cabe ao designer a tarefa de elaborar uma dinâmica que possibilite o jogador vivenciar uma experiência. Scheel, em seu livro, exemplifica isso com uma antiga questão Zen:

“Se uma árvore cai na floresta e não há ninguém para ouvir, ela produz som?” [...] Se nossa definição de som é moléculas vibrando no ar, aí sim, a árvore produz um som. Se a nossa definição de som é a experiência de ouvir um som, então a resposta é não, a árvore não produz um som se não houver alguém lá. (SCHEEL, 2011, p.11)

A preocupação dos designers de jogos não deve estar voltada para a árvore, mas para a experiência de ouvi-la. Faz-se necessário, portanto, explorar o universo da narrativa próprio para videogames.

## 2.5 Realidades imersivas

Em muitos jogos e salas de bate-papo, os participantes têm que escolher um avatar para poderem entrar num ambiente coletivo. Nos mundos virtuais, os avatares funcionam como uma máscara. Murray (2003) observa que as máscaras criam as fronteiras da realidade imersiva e sinalizam que estamos representando e não atuando como nós mesmos. O uso de máscaras indica um limiar que nos permite entrar no mundo artificial e manter uma parte de nós mesmos fora dele. Limiar é um termo antropológico. Vem da palavra em latim que significa soleira e é usado para descrever experiências que se realizam em algum lugar entre o mundo da vivência cotidiana e o mundo do sagrado (MURRAY, 2003). Murray (2003) usa

esse termo para indicar o limiar entre o mundo que pensamos ser externo e real e os pensamentos em nossas mentes, vistos como fantasias. É quando o contador de histórias capta nossa atenção e nos enleva num estado cheio de sensações e emoções reais por objetos imaginários. Essa é a definição de Murray (2003) sobre o transe imersivo.

Segundo Murray (2003), os jogos são recreativos e não oferecem nenhum benefício imediato para a nossa sobrevivência. No entanto, eles constituem ensaios para a vida, pois é jogando que temos a oportunidade de encenar nossa relação mais básica com o mundo. E isso inclui o desejo de vencer a adversidade e de sobreviver às inevitáveis derrotas, “[...] de modelar nosso ambiente, de dominar a complexidade e de fazer nossas vidas se encaixarem como as peças de um quebra-cabeça” (MURRAY, 2003, p.141).

Murray (2003) observa que as crianças costumam brincar com um determinado brinquedo ou que repetem à exaustão uma determinada experiência imaginária até que esta tenha sido assimilada em toda a sua ambivalência emocional. A partir desse ponto, as crianças estão prontas para transferir sua sensibilidade para o mundo como um todo. Donald Winnicott, psicanalista inglês (apud MURRAY, 2003, p.165), chamou esse estágio de “campo cultural completo”. Murray ainda ressalta que acontecimentos encenados têm o poder de transformar tanto os fatos narrados quanto os dramatizados, pois os assimilamos como experiências pessoais.

Steven Johnson (2012), citado como um dos mais influentes pensadores do ciberespaço<sup>44</sup>, enfatiza que muito mais do que livros, cinema e música, os games obrigam o jogador a tomar decisões. O romance ativa a imaginação e a música pode despertar emoções, mas são os jogos que fazem com que a pessoa, no futuro, tenha uma postura que pode ir muito além da imaginação ou das emoções. Eles forçam a pessoa a decidir, a escolher, a priorizar. Na sua percepção, “[...] nenhuma forma cultural pop exige o mesmo tipo de atividade do aparato decisório do cérebro” (JOHNSON, 2012, p.39).

Johnson (2012) ainda observa como os games podem fazer com que as crianças aprendam sem perceber que estão aprendendo. Ele argumenta que “[...] o poder cativante dos jogos está relacionado à capacidade que eles têm de estimular os circuitos naturais do cérebro ligados às recompensas” (JOHNSON, 2012, p.34). As recompensas mantêm presa à tela a atenção do jogador. E na maior parte do tempo o que atrai é querer saber o que vem a seguir. É uma forma elementar de desejo extremamente incentivada nas narrativas dos games que representam o mundo capitalístico.

---

<sup>44</sup>Link: [http://www.zahar.com.br/catalogo\\_autores\\_detalhe.asp?aut=Steven+Johnson](http://www.zahar.com.br/catalogo_autores_detalhe.asp?aut=Steven+Johnson). Acesso em: 05 out. 2012.

Segundo Johnson (1997), quando combinamos o mouse com os ícones no computador, estamos lidando como uma nova linguagem em que não há verbos. O que queremos fazer ao manusear o mouse movendo a seta que corresponde a ele, até uma palavra na interface, ou um ícone, e nele clicamos, estamos querendo dizer: abra. Nós damos o comando, solicitamos uma ação, e em lugar dos verbos, antes proferidos, agora temos a ação de nossas mãos. Temos essas extensões corporais que falam e agem por nós.

Marc Prensky (2012), criador dos termos “nativos digitais” e “imigrantes digitais”, escreveu um livro chamado *Aprendizagem baseada em jogos digitais*, em que nos diz que jogos podem ser uma forma divertida e eficaz para se aprender os mais diversos conteúdos. É um recurso que pode ser utilizado tanto na escola, quanto no treinamento institucional.

Jogos como *SimCity*<sup>45</sup> e *Star Up*<sup>46</sup>, são dois tipos de jogos que Prensky exemplifica como tendo conteúdos que podem ser úteis para o treinamento de negócios. *SimCity* é um jogo de simulação para apenas um jogador e cujo objetivo é criar uma cidade e administrar bem os recursos dela para que a mesma não entre em falência. O avatar do jogador é o prefeito dessa cidade e será expulso dela caso a leve à falência. O *Star Up* é um simulador de gestão comercial e financeira, onde os jogadores devem criar uma empresa de alta tecnologia a partir do zero e torná-la bem sucedida.

Prensky (2012) acredita que os jogos digitais funcionem principalmente por três razões: a primeira é colocar a aprendizagem num contexto do jogo proporcionando um envolvimento; a segunda é o processo interativo de aprendizagem empregada e a terceira é a maneira como esses dois são unidos (PRENSKY, 2012, p.209).

A simulação é um gênero de jogos de computadores que, por muito tempo, estava confinada apenas a jogadores, cientistas e militares. Mas hoje, é palavra-chave no campo de treinamentos. As definições para simulação variam entre:

Qualquer criação sintética ou falsificada; a criação de um mundo que se aproxima do real; algo que cria a realidade do ambiente de trabalho, ou qualquer outro lugar; um modelo matemático ou de algoritmo, aliado a um conjunto de condições iniciais, que permite a previsão e a visualização com o passar do tempo. (PRENSKY, 2012, p. 292)

Para Prensky (2012), todas essas definições de simulação são válidas, mas a que ele considera mais interessante é a que sustenta o termo não como um substantivo, mas como um verbo. Por exemplo, se um objeto simula algo, então trata-se de uma simulação. Se um brinquedo simula algo, trata-se de uma simulação. Se é uma história ou um jogo simulando

---

<sup>45</sup> Jogo da empresa norte-americana Maxis, criado em 2008, pelo mesmo criador do The Sims, Will Wright.

<sup>46</sup> Lançado em 2000 pela desenvolvedora francesa MonteCristo Multimedia.

algo, também trata-se de simulações. Então, as ferramentas podem ser simulações. Ou seja, pode-se ter um jogo que não é uma simulação ou uma simulação que não é um jogo. Para ser um jogo, uma simulação precisa ter alguns elementos estruturais que fazem dela uma situação extraordinária. Esses elementos podem ser as regras do jogo, um objetivo a ser alcançado, um desejo de vencer, o espírito competitivo, cooperativo, etc. Segundo Elliott Masie (apud PRENSKY, 2012), estudiosa em busca da reforma do sistema educacional e dos treinamentos, todos esses elementos não têm apenas um impacto psicológico, mas um impacto fisiológico sobre as pessoas (apud PRENSKY, 2012, p.293).

Prensky (2012) dá o exemplo do simulador de voo, que foi concebido em 1930 como um dispositivo de entretenimento para exposições. E até 1934, o seu criador, o piloto Edwin Link, o vendeu para parques de diversão. Mas depois, resolveu explorar o conceito de treinamento de pilotos e o vendeu para a aeronáutica. No entanto, Prensky afirma que apesar de haver pessoas que adoram voar em simuladores de voo, eles podem ser chatos e os compara à forma de dirigir o carro para o trabalho todos os dias ou de fazer qualquer movimento repetidamente. O que vai fazer a diferença, é poder aprender e competir durante uma simulação de voo. Isso seria possível quando objetivos, regras, desafios como emergências e algumas vezes narrativas são acrescentados à simulação. Ou seja, é quando a simulação também se torna um jogo. Masie (apud PRENSKY, 2012) completa essa opinião dizendo que transformar uma simulação em jogo muda nossas inibições pois tentamos coisas nos jogos que possivelmente não tentaríamos na vida. “Há uma permissão para sairmos de nosso tipo de estabilidade, afirmou” (MASIE apud PRENSKY, 2012, p.295).

Segundo Prensky (2012), muitos dos “jogos” de simulação são como uma série de mini-interpretações de papéis nos quais o jogador está sendo abertamente direcionado para uma resposta “correta”. Para manter o envolvimento dos jogadores é preciso tornar as simulações divertidas da perspectiva do jogador. E para ser prazeroso e divertido ao mesmo tempo, o jogo deve ser baseado num modelo realista. De acordo com Marc Robert<sup>47</sup> (apud PRENSKY, 2012), chefe do departamento de marketing de uma empresa de jogos comerciais, o importante é também que os jogadores pensem que se estão se saindo bem no jogo, de certa forma há um paralelo na realidade.

Os primeiros jogos de simulação que tornaram-se populares foram os que tinham uma interface altamente intuitiva e divertida. O que existia antes era uma apresentação sob a forma de números. Eram representações bastante abstratas do que estava acontecendo. Com o

---

<sup>47</sup> Chefe do departamento de Marketing da Monte Cristo, empresa francesa especializada em simulações de gestão.

*SimCity*, exemplo que Prensky (2012) cita no sentido de uma interface mais dinâmica, o jogador podia ver cada elemento da cidade crescer ou decair. Objetos eram construídos arrastando-se os ícones, os quais mudavam dinamicamente dependendo das variáveis no modelo subjacente. Uma estrada tinha trânsito ou podia chegar a ficar deserta, fábricas cresciam ou faliam e assim por diante.

Todas essas versões dos games que simulam vivências do mundo presencial, com seu devir, implicam em produção de subjetividade. Elas descrevem um ambiente social que, pela ótica de Vygotsky (1998), vai representar um papel muito importante no desenvolvimento infantil. A criança, quando nasce, já faz parte do mundo social e, desde então, a sua visão de mundo vai sendo formada através da interação com os adultos ou crianças mais experientes do que ela. A criança vai internalizando o real através dessa relação interpessoal. Mas a principal teoria de Vygotsky (1998), é a que propõe a existência de dois níveis de desenvolvimento infantil. O primeiro nível chama-se *Zona de Desenvolvimento Real*, onde estão os conceitos que já dominamos. Esta zona engloba as funções mentais que já estão completamente desenvolvidas, que seriam o resultado de habilidades e conhecimentos adquiridos pela criança. E o segundo nível, *Zona de Desenvolvimento Proximal*.

“O nível de desenvolvimento real caracteriza o desenvolvimento mental retrospectivamente, enquanto a zona de desenvolvimento proximal caracteriza o desenvolvimento mental prospectivamente.” (VYGOTSKY, 1998, p.97)

O nível do real é estimado pelo que uma criança realiza sozinha. É onde estão as habilidades que ela domina sem a ajuda de outras pessoas. Na zona proximal, é o que só consegue fazer com a ajuda de alguém. Mais adiante, ela conseguirá fazer sozinha. A medida em que vai aprendendo, também vai se desenvolvendo. O processo de aprendizado influencia o processo de desenvolvimento e vice-versa.

De acordo com Vygotsky (1998), cada período do desenvolvimento infantil tem uma atividade principal e o ato de brincar ajuda nesse processo. É próprio da criança dar a cada objeto um sentido e, quando o faz, começa a formar um pensamento abstrato. Na idade pré-escolar, por exemplo, quando a criança deseja realizar determinadas tarefas que não são próprias de sua idade, como dirigir um carro ou cozinhar, ela resolve essa contradição com o ato de brincar.

Para resolver essa tensão, a criança em idade pré-escolar envolve-se em um mundo ilusório e imaginário onde os desejos não realizáveis podem ser realizados, e esse mundo é o que chamamos de brinquedo. (VYGOTSKY, 1998, p.122)

Brincando de faz-de-conta, o jogo simbólico da vida, a criança através da imitação vivencia comportamentos sociais antecipadamente de idades futuras. Ela realiza coisas que não pode fazer. Esse esforço de agir como adulto amplia o desenvolvimento das ações futuras e também cria conceitos sobre o mundo. A criança está numa zona de desenvolvimento em potência que vai desembocar numa zona de desenvolvimento real.

Mas, retomando nosso referencial teórico básico, verificamos que para Deleuze e Guattari, esses processos descritos por Vygotsky em outro contexto teórico, fazem parte dos processos de subjetivação, que são a forma com que se definem as singularidades de cada um de nós, tal como foi descrito mais acima.



### 3 REALIDADE DIGITAL

#### 3.1 Universo Virtual

Existem diversos sites de mundos virtuais na internet com opções de assinatura dedicados à mesma faixa etária do *Club Penguin* (CP). O *Migux*, por exemplo, foi criado em julho de 2008, por desenvolvedores brasileiros, para crianças na faixa dos 5 aos 12 anos de idade. Assim como o CP, o *Migux* utiliza avatares e os jogadores podem conversar entre si, decorar as casas de seus personagens, participar de gincanas e de outros jogos, entre várias atividades. Quanto à segurança, as conversas entre os usuários são gravadas e quem quebra as regras é banido. *MiniMundos*, lançado em junho de 2009, também tem o mesmo perfil do CP e do *Migux*. O jogador cria e personaliza seu avatar, bate papo com outros jogadores, possui uma casa para decorar e mobiliar e também lida com uma economia *in game*. O *Habbo Hotel*, criado em julho de 2008 pela Disney, é uma comunidade virtual que simula um hotel para maiores de 13 anos de idade, cujo acesso demanda uma assinatura. Os assinantes são chamados de *Habbo Club*. Os jogadores podem customizar os quartos de hóspedes com itens comprados com *Habbo Moedas*. Os quartos podem ser criados por qualquer membro e podem ser trancados para permitir acesso apenas a usuários específicos ou detentores da senha. Também existem no *Habbo* os *pets*, animais de estimação virtuais, que podem ser comprados e mantidos nos quartos de hóspedes. *OurWorld* é uma ilha no céu criada por um grupo de crianças que estavam cansadas do mundo real e queriam um mundo virtual que expressasse sua criatividade e imaginação. A ilha flutuante funciona inteiramente para o lazer, a diversão e os jogos. A moeda nesse mundo virtual se chama *flow* e serve para recompensar os jogadores que interagem socialmente. Quanto maior a interação, maior a recompensa. Os usuários podem escolher entre diversas atividades sociais incluindo minijogos, dançar em baladas, integrar uma banda e/ou assistir vídeos. Foi lançado em setembro 2008 e em 10 de fevereiro de 2009 anunciou que concluiu um acordo de distribuição de longo prazo com o *Miniclip*<sup>48</sup>, site da internet que hospeda jogos online, resultando na integração de *OurWorld* no *Miniclip.com*.

De acordo com Novak (2010), mundos virtuais são ambientes que simulam a existência de um lugar a ser habitado e a permitir a interação de seus usuários durante 24 horas por dia.

---

<sup>48</sup> Site criado em 2001 por Robert Small.

Esses mundos são baseados no conceito de mundos persistentes (*Persistent-State World* ou PSW), onde os personagens dos seus jogadores estão sempre disponíveis para serem acessados, permanecendo no tempo. A persistência faz com que um jogo nunca termine e também com que a produção de conteúdo obedeça a um processo contínuo de atualização. O PSW é comum nos jogos online de múltiplos jogadores em massa.

Além da atualização constante, outro elemento que mantém o interesse dos jogadores é a capacidade que o jogo tem de atribuir uma noção de valor a cada objeto presente na narrativa. Se a ideia de valor for bem planejada, passa despercebida, mas sendo capaz de produzir uma sensação de realidade que vai manter o jogador “ligado” ao enredo, já que as relações econômicas fazem parte da interação cotidiana dos seres humanos (NOVAK, 2010). Por isso, muitas situações econômicas do mundo real podem ser adaptadas para os ambientes virtuais, como diferentes instituições monetárias e leilões sob diferentes regras entre outros.

Outra questão sobre transferência de valores acontece com os avatares. Segundo Novak (2010), quando o representante do jogador no jogo é um avatar, é possível que o jogador atribua uma identidade pessoal a ele. Para Harvey Smith, designer e diretor de criação de games, “[...] os aspectos mais poderosos da história se desenrolam na cabeça do jogador, não na tela” (apud NOVAK, 2010, p.155). Smith chama esse conjunto de interações de Efeito Imago, quando o jogador atribui significados pessoais ao avatar e à natureza do avatar e por consequência, desperta-se no jogador sentimentos sobre como ele idealiza sua própria natureza (apud NOVAK, 2010, p.155).

Uma característica que também aumenta a identificação entre jogador e avatar, é a utilização de figuras de animais como avatares, dando-lhes ações próprias de humanos assim como vestimentas e acessórios. Esse tipo de jogo, geralmente são mais voltados para famílias e crianças (NOVAK, 2010). O Ponto de Vista (POV) de um jogo também é uma característica que aproxima o jogador do seu avatar. Os jogos que acontecem em terceira pessoa, quando o jogador pode ver seu avatar na tela, permitem que o jogador retenha uma imagem mental do avatar. Não é uma sensação de habitar um corpo e ver o cenário a partir dos seus olhos. Mas ver constantemente o avatar, coloca o jogador como um observador, ao invés de personagem. “Entretanto, os jogadores tendem a estabelecer uma conexão mais próxima como personagem na tela à medida que o game progride” (NOVAK, 2010, p.167).

A proliferação do uso da internet, por parte dos consumidores, pode expandir seus campos de ação e de desenvolvimento. As narrativas desses mundos fictícios também entram na convergência dos meios de comunicação através do fluxo de conteúdo entre as múltiplas plataformas de mídia. Segundo Jenkins (2008), autor do livro *Cultura da Convergência*, desde

meados dos anos noventa é possível identificar, a partir de produções norte-americanas, narrativas transmidiáticas na indústria do entretenimento. O público pode cooperar, interferir e até mudar o rumo da narrativa. Isso envolve transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. Assim como a narrativa, os mundos também podem ter características transmidiáticas. Mundos transmídias referem-se a mundos de fantasia nos quais pode-se acessá-los por meio de várias e diferentes mídias como por exemplo, material impresso, vídeo, animação, brinquedos, jogos e muitos outros. Tais produtos são vendidos como portas de entrada para esse mundo onde cada qual leva a diferentes partes dele. Se o mundo for bem construído, e quanto mais portas de entrada ele tiver, mais real e sólido esse mundo tenderá a se tornar na imaginação dos seus consumidores. São mundos que fazem sentido em qualquer uma de suas portas de entrada e que também lidam com realização de desejos (SCHEEL, 2011, p.306-7).

### 3.2 O Club Penguin

Adentramos nesse mundo gelado e virtual criando uma existência digital na figura de um pinguim. As primeiras tarefas são dar um nome para o avatar, escolher uma cor e criar uma senha. O cadastro segue os padrões usuais de segurança que prescinde de uma autorização de pais ou responsáveis para validar a inscrição no site. Esse avatar é a representação online do jogador. A criação é simples e rápida. Os passos já vêm marcados na interface: 1- crie um nome; 2- escolha uma cor; 3- crie uma senha; 4- e-mail dos pais ou responsáveis. Nessa mesma página também está o acordo com os termos de uso e as regras do *Club Penguin*.

Na interface seguinte, aparece um pinguim com uma frase escrita num balão ao lado dele: “para começar a jogar, peça para seus pais checarem seus e-mails.” Após a checagem do e-mail, clicando no link recebido, o pinguim é ativado e o jogador está apto para jogar. Mas até que o nome seja aprovado, o novo usuário aparecerá na tela, durante o jogo, com o número de sua inscrição. A aprovação do nome pode levar até 2 dias para ser liberada.

Depois de clicar em login, o jogador é direcionado para uma página de fundo azul (Figura 1) onde aparece o seu pinguim já customizado com a cor e o nome que foram escolhidos na hora em que foi feito o cadastro. Nas próximas vezes em que entrar no jogo, o pinguim aparecerá customizado com os mesmos atributos e características com que fora deixado da última vez que o jogador tiver saído do jogo. Na interface seguinte (Figura 2),

além do pinguim escolhido, estão o espaço para senha, nome e opções de registrá-la ou não no computador que estiver sendo usado. Também há um recado, imitando um *Le Post-it*, notas adesivadas, com a seguinte frase: “mantenha sua senha em segredo”.

Figura 1: Interface de escolha do avatar



Fonte: Club Penguin, 2011.

Figura 2: Interface de Login



Fonte: Club Penguin, 2011.

Na próxima interface (Figura 3), um quadro de forças delimitam a interação. Podemos escolher dentre as dezenas de servidores disponíveis com qual queremos entrar para jogar. Os servidores funcionam como salas de bate papo, que é por onde se tem acesso ao jogo em si. Cada um tem um nome sugestivo com a diegese do site: Patins, Cubo de Gelo, Botas de Esquimó, Chocolate Quente, entre outros. Mas a escolha do servidor pode levar em consideração não só o nome, mas também outros fatores de acordo com o objetivo do jogador. A escolha pode ser pelo tipo de bate-papo. Se for pelo bate-papo seguro, além de contar com frases pré-definidas e os *emoticons*, também é possível digitar frases. Já no bate-papo superseguro, o jogador não conta com a digitação de frases e esse tipo de interação é identificada na interface por um balão ao lado do nome do servidor. A interface da relação dos servidores também informa se há amigos online e em qual eles estão naquele momento. Um ícone com dois pinguins aparece ao lado do nome do servidor fazendo essa indicação. E uma outra informação que pode interferir na escolha de servidor, é a quantidade de jogadores que estão online naquele momento, podendo ser visualizada pela quantidade de traços na cor verde após o nome do servidor correspondente, como mostra a figura 3.

Figura 3: Interface de Servidores



Fonte: Club Penguin, 2011.

Os servidores interligam jogadores do mundo todo, estando disponíveis em 5 idiomas. São 160 servidores em inglês, 66 em português, 71 em francês e 75 em espanhol<sup>49</sup>. O quinto idioma, o alemão, entrou depois que fiz este levantamento. O servidor Antártida, por exemplo, é comum a todos os idiomas. O jogador pode alterar a opção de idioma quando quiser, mas ao fazer a troca, terá também que fazer novamente o login para voltar ao jogo. Originalmente em inglês, o *Club Penguin* foi aos poucos agregando outros idiomas e passando também a operar em escala internacional estabelecendo Canadá como base e abrindo escritórios na Inglaterra, Brasil, Austrália e Argentina.

De imediato, quando entramos pela primeira vez no jogo, somos informados de que ganhamos um iglu e 500 moedas virtuais. Dentro do jogo, ao clicarmos em nosso próprio pinguim, vemos que ele tem um cartão<sup>50</sup> que informa a quantidade de moedas do jogador e apresenta um ícone que dá acesso ao Livro de Selos do mesmo. O cartão também possui acesso a um inventário, uma espécie de arquivo onde o pinguim guarda itens, acessórios e roupas para customizar sua aparência durante o jogo. Essa aparência pode ser feita, desfeita, refeita quantas vezes o jogador quiser ao longo de sua permanência online. O inventário já

<sup>49</sup> Levantamento de números de servidores à época da pesquisa, outubro de 2011.

<sup>50</sup> Ver Figura 5, p.68.

vem com dois itens que são um boné de beisebol e um plano de fundo para o cartão, chamado *Novo Jogador*.

O jogo conta com uma opção de adesão à uma assinatura que traz uma diversão extra para os usuários. Essa opção está sempre visível, e de diversas maneiras, em todas as páginas do site pelas quais o usuário navega antes de fazer login. Na página inicial, na barra de menu superior, tem um link para a seção de assinatura, na parte inferior, há a frase “A assinatura paga permite acesso a recursos” e na lateral oposta, há também um link cuja legenda é “ativar cartão de assinatura”. Querendo dizer a mesma coisa, mas de forma diferente, a própria chamada de um determinado evento da ilha pode ressaltar itens que só podem ser conquistados por usuários assinantes.

O jogo é gratuito, mas fazer uma assinatura implica em ter um leque maior de opções para se divertir. O jogador assinante pode comprar outros iglus e decorá-los com uma diversidade de itens disponíveis nos catálogos específicos de compra. O não-assinante não tem direito a ter outro iglu além daquele básico que ganhou e também não poderá comprar itens para decorá-lo. A quantidade de adoção de *puffles* também é limitada para os não-assinantes. Enquanto os assinantes podem ter até 20 *puffles*, os não-assinantes só podem adotar<sup>51</sup> até dois. Todos os catálogos de compras<sup>52</sup> apresentam restrições assim como alguns níveis de minijogos ou acessórios que aumentam o desempenho do jogador, estando disponíveis só para assinantes. Isso tudo é explicado no site no momento em que o usuário se cadastra e, é também lembrado durante o jogo através das impossibilidades de compra nos catálogos do jogo.

Para experimentar ir às compras sem assinatura, usei o avatar *ToinhoGPS*, um não-assinante. No catálogo Estilo Pinguim, ao clicar numa roupa, abriu-se uma janela azul dizendo que era preciso ser assinante para comprá-la. E abaixo dessa informação a seguinte frase: “veja como é legal ser assinante.” Os não-assinantes só podem comprar outras cores

---

<sup>51</sup> Adotar é o termo que se usa para se adquirir um *puffle*. Eles custam 800 moedas virtuais cada um.

<sup>52</sup> São 14 catálogos de compras distribuídos pela ilha conforme a sua temática: Catálogo Estilo Pinguim (roupas, novas cores para os pinguins, acessórios, planos de fundo para o cartão do jogador e pin de bandeiras); Figurino (figurino de roupas que são usadas nas peças de teatro do Club e outras de acordo com as festas temáticas); Catálogo dos Tesouros (itens especiais de destrave de códigos online); Iglu Novo em Folha (iglus novos que acompanham a narrativa temática de cada ocasião e os tradicionais em cores e tamanhos variados); Iglu Doce Iglu (itens de decoração para o seu iglu); Catálogo Pinguim Afinado (instrumentos musicais); Catálogo de Esportes (itens que melhoram o desempenho do jogador no jogo); Acessórios para Pets (itens necessários para seu *puffle*); Obras de Artes Marciais (roupas, acessórios e instrumentos próprios para artes marciais); Jogue Melhor (Dance Club; Pesca; Esqui; Praia; Prainha).

para customização do pinguim, planos de fundo e pins<sup>53</sup> com as bandeiras de países. Sapatos, cabelos e fantasias especiais são vendidos só para assinantes.

No nosso primeiro dia de pesquisa, na observação participante no jogo, encontramos um jogador sendo excluído de uma brincadeira por dois outros jogadores. Era uma ação que condizia com a prática de *bullying*. Um pinguim não-assinante, que chamaremos de Pinguim1 ao longo do trabalho, se aproximou de dois outros pinguins vestidos de palhaços e que estavam fazendo movimentos sincrônicos de dança<sup>54</sup>. As frases eram as seguintes:

- pq não posso dançar? (Pinguim1)
- sai pra lá
- vc não é assinante.

A roupa de palhaço só estava à venda para pinguins assinantes e por esta razão, Pinguim1 não tinha como comprá-la. Pouco depois, os três pinguins saíram do ambiente em que estávamos. Em outro dia<sup>55</sup>, aconteceu novamente uma situação como esta. Três palhaços estavam dançando quando um quarto pinguim tentava participar também da brincadeira. Era só ele chegar perto que os demais iam para o outro lado do ambiente. Novamente o quarto pinguim tentava se aproximar deles mas era advertido pelos outros:

- sai
- vc não é assinante

Em outro momento, ao visitar<sup>56</sup> o iglu de um jogador, um grupo de jogadores discutiam a questão da assinatura. Um deles dizia que iria se tornar assinante no dia seguinte e outro dizia que seu outro pinguim era assinante. Eu me aproximei e perguntei a eles porque queriam ser assinantes e um deles respondeu que poderiam comprar muitas coisas.

A Disney, atual proprietária do jogo, justifica o uso de assinaturas para poder manter pessoas trabalhando na segurança do site e no desenvolvimento do mesmo, provendo um site dinâmico e criativo. Outra justificativa da Disney, por cobrar por mais diversão, seria porque o site não aceita publicidade de terceiros nos domínios do *Club Penguin*. É quase que notório que publicidade dirigida ao público infantil é considerada antiética, pois as crianças não têm condições de interpretar criticamente as mensagens publicitárias e podem com isso, ser manipuladas por elas. Considera-se abusiva toda publicidade que tem como público alvo

---

<sup>53</sup> *Pin* é um item de customização que no jogo, fica escondido pela ilha para o jogador encontrar. Um *pin* novo é escondido a cada duas semanas.

<sup>54</sup> Diário de Campo: 16/09/11 - Servidor: Zero Grau - Avatar: Toinho GPS

<sup>55</sup> Diário de Campo: 20/09/11 - Servidor: Avalanche - Avatar: Toinho GPS

<sup>56</sup> Diário de Campo: 19/10/11 - Servidor: Boreal - Avatar: Galaxy

menores de 12 anos de idade. Seria a violação do conceito do que seria uma vida boa para e com outrem em instituições justas.

Dizer para as pequenas que precisam de toda a coleção de bonecas ou para os pequenos que não serão aceitos no grupo se não tiverem o relógio e a sandália que brilha equivale a falar que somente terão amor, felicidade, se consumirem esses produtos. (HENRIQUES, 2012, p.56)

O que existe no site é um apelo do próprio jogo embutido no discurso e na narrativa do mesmo.

No link *Pais e Responsáveis*, a Disney tematiza 4 justificativas de se escolher o *Club Penguin* como uma experiência online divertida e segura para seus filhos. A primeira chama-se “Bem-vindo” e diz que o que importa é divertir as crianças e proporcionar tranquilidade aos pais e responsáveis e os convida a fazer uma parceria nesse sentido. A segunda temática é a “Segurança” com a presença de moderadores, bate-papo seguro, ambientes sem publicidade e ferramentas especiais que teriam o objetivo de controlar a imersão das crianças online. A terceira justificativa é “Aprendizado”, pois enquanto as crianças jogam no CP, estariam também explorando conceitos de leitura, matemática, negociação, trabalho em equipe, solução de problemas, raciocínio crítico, entre outros. A última temática é “Cidadania Global”, que estimularia e capacitaria as crianças a fazerem a diferença e a ajudar os outros em suas próprias comunidades e no mundo inteiro.

Nessa mesma página, destinada aos pais e responsáveis, há uma chamada direta sobre como fazer uma assinatura, outra para conhecer as ferramentas que gerenciam a conta dos filhos e uma terceira para ter acesso ao que os outros usuários comentam a respeito. Há também a exibição dos selos de prêmios e de reconhecimento que o site já ganhou e também links para acessar as páginas do CP em redes sociais.

Na seção *Brinquedos*, onde a Disney exhibe alguns produtos temáticos do CP que são vendidos de forma off-line, há a informação de que eles podem ser adquiridos somente nas lojas Target participantes, que são a *Disney Online Store* ou as que tiverem disponíveis no país do cadastro do usuário. A disponibilidade do produto também pode variar de acordo com a loja. No texto dessa informação, há a seguinte mensagem:

Exclusivos Chapéus para *Puffles*! Construa incríveis iglus, brinque de doces ou travessuras, ou vá para as pistas juntos... com chapéus iguais. Esses brinquedos de pelúcia vêm com chapéus exclusivos. Cada brinquedo possui um código especial que destrava o mesmo chapéu no *Club Penguin*. Disponíveis por tempo limitado.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> [www.clubpenguin.com](http://www.clubpenguin.com)



Ainda nas páginas iniciais do site, em determinadas chamadas para alguma festa na ilha, pode ser que venha a indicação de que assinantes terão uma diversão diferencial. Pode ser desde o acesso a uma fantasia especial até o acesso a um ambiente novo na ilha. Dentro do site, o jornal *Club Penguin News (CPN)* divulga os eventos da ilha, fornece dicas para se desvendar mistérios ou achar itens que estão escondidos em algum lugar. E também avisam quando há algum item ou atividade especial só para os assinantes. Nos catálogos de consumo, existem poucos itens que podem ser adquiridos pelos não-assinantes. Eles podem folhear os catálogos mas não podem comprar a maioria dos produtos. Mesmo que o jogador não-assinante tenha um número considerável de moedas virtuais, ele não poderá fazer muitas compras.

As 500 moedas virtuais ganhas no início do jogo, são só o começo de um acúmulo de capital que pode alcançar cifras muito maiores do que esta. Até porque, há itens que chegam a custar 10 vezes mais do que esse valor. Mas não é muito difícil acumular moedas. Há muitas opções de se conquistá-las. Todos os minijogos<sup>58</sup> recompensam o jogador com moedas virtuais de acordo com o desempenho dele. Há também atividades exercidas durante o jogo que são remuneradas, como Agente Secreto e Guia de Turismo. Uma outra opção é o destrave de itens online com a compra off-line de algum produto da franquia. São livros, brinquedos, material escolar, álbuns de figurinhas, entre outros. O site conta também com plataformas secundárias que são *Wii*<sup>59</sup> e *Nintendo DS*<sup>60</sup> onde as moedas conquistadas podem ser transferidas para sua conta online. E, alguns desses produtos vêm com uma assinatura de 30 dias para o jogo online.

Mas para fazer parte do jogo, existem 4 regras que devem ser respeitadas pelos usuários. Quem não segue as regras pode ser banido temporária ou permanentemente. A primeira regra é respeitar os outros, “- não somos a favor de *bullying* ou de maltratar os outros.”<sup>61</sup> A segunda regra, não permite linguagem ou comportamentos inadequados ou maldosos, incluindo palavras de baixo calão, racismo, drogas, sexo ou álcool. A terceira, não permite que o jogador compartilhe informações pessoais como seu nome real, telefone, endereço, e-mail ou senha. E a última regra, pede-se para o jogador não trapacear pois não permitem uso de programas de terceiros.

---

<sup>58</sup> Jogos dentro do jogo (*Club Penguin*) como um todo.

<sup>59</sup> Nome de um console de videogame da Nintendo lançado em 2006.

<sup>60</sup> Nintendo DS (Dual Screen). Videogame portátil desenvolvido e produzido pela Nintendo lançado em 2004.

<sup>61</sup> [www.clubpenguin.com](http://www.clubpenguin.com)

A Disney investe na segurança com suporte personalizado e moderadores online. Isso inclui ferramentas disponíveis para pais e responsáveis acessarem e conferirem o histórico das crianças. Eles também podem fazer um controle de horas integrado ao jogo que permite decidir a hora do dia e o período da visita das crianças ao CP, além de monitorar questões como pagamento e possível banimento. Com isso, a empresa garante a segurança de uma interatividade sem riscos. Mas isso não impede que jogadores quebrem as regras e ultrapassem os limites do bom relacionamento. Os que não respeitam as regras do jogo, são punidos ficando por até 48 horas sem poder entrar no jogo ou são banidos para sempre, dependendo da gravidade do ato.

Os jogadores são observados por moderadores online, pelos próprios usuários e têm suas frases digitadas filtradas por um sistema de segurança. Todos os passos dados pelos jogadores no site são registrados pelo sistema e podem ser rastreados caso haja um reporte sobre ele. Todas as ações dos jogadores também são contabilizadas como a quantidade de moedas sendo acumuladas, novos amigos sendo adicionados, o desempenho deles nos minijogos, as atividades realizadas, as necessidades de seus *puffles* sendo supridas ou não, enfim, nada passa despercebido pelo sistema do computador. Ações como, por exemplo, o jogador percorrer de uma vez só a Ilha indo a todos os lugares e ambientes, ganha como recompensa um selo de “pinguinando”<sup>62</sup>. Ou se for dançar na pista do Dance Club e usar o *emoticon*<sup>63</sup> de sorriso, ganha um selo correspondente.

Os jogadores que participam das atividades de Guia de Turismo ou de Agente Secreto, podem ser chamados de “trabalhadores sociais”. Eles prestam um serviço para o próprio *Club Penguin* na medida em que promovem a ilha oferecendo aos seus pares um tour por ela ou quando procuram protegê-la daqueles que não respeitam as regras de boa conduta, respectivamente. Para essas atividades, os jogadores recebem uma quantia mensal de 350 moedas virtuais. Fora do site, os jogadores continuam promovendo a ilha, mas de outra forma. Eles passam de consumidores a comunicadores. Muitos deles, criam blogs sobre o CP e postam as novidades do site assim como também, suas próprias experiências no jogo. Alguns desses blogs recebem informações em primeira mão sobre o que está por vir no CP, antes mesmo de ser divulgado nos canais oficiais da franquia. Quando esses blogueiros não conseguem mais dar continuidade às postagens, geralmente por compromissos escolares,

---

<sup>62</sup> Termo usado pela temática do jogo que significa dizer *andando pela ilha*.

<sup>63</sup> Ver Anexo, Figura 12.

costumam passar a tarefa para alguns de seus seguidores fazendo prolongar a existência daquele canal de comunicação entre o CP e seus fãs.

Há uma seção no site que explica através de perguntas e respostas a política da empresa que está por trás do jogo e qual o seu diferencial. O objetivo apresentado é o de proporcionar uma diversão para as crianças e tranquilizar os pais por elas estarem num ambiente seguro. Tanto que os jogadores trocam mensagens entre si sem saberem o nome verdadeiro um do outro. Não sabem também a nacionalidade, a etnia, o credo ou os componentes culturais e sociais. Mas sabem que estão se relacionando com pessoas que jamais se encontram no mundo off-line. À exceção, claro, quando se marca, no mundo físico, encontros com pessoas do seu círculo de relações sociais para encontrarem-se de forma online no jogo.

Os encontros também ocorrem de forma imprevisível. Muitos jogadores convidam os demais para visitarem seus iglus, independente de serem amigos ou não no jogo. O que nos remete ao conceito de imprevisibilidade apontado por Caiafa<sup>64</sup> (2008).

O jogador tem a opção de deixar o seu iglu aberto à visitação de amigos ou de todos. O caminho para ir até o iglu de um jogador, é acessando o cartão<sup>65</sup> de pinguim dele e depois clicar no ícone de iglu. Ou ir até o Mapa de Lugares e clicar na região do mapa onde estão os iglus. Na interface que surge dos iglus, tem uma pequena janela na lateral direita com a lista dos jogadores que estão com os iglus abertos à visitação. Além do convite ao iglu, também tem outros convites que são frequentes durante as interações: *festa no meu iglu* e *aula no meu iglu*. O próprio *Guia oficial do Club Penguin*, lançado em 2010, dá dicas sobre como receber os “amigos” no seu iglu e também como portar-se quando visitá-los. Um outro convite que os jogadores costumam fazer é: *quem quer ser meu par?* Para esse convite, a intenção é ter uma companhia para passear pela ilha, bater papo ou jogar algum minijogo juntos.

A página “Comunidade” do site, contém todos os canais de interação da Disney com internautas e usuários cadastrados. Nele estão os ícones para a galeria de artes dos fãs, com desenhos, fotografias e pinturas; os melhores iglus decorados da semana e as últimas notícias do blog oficial. A Disney também oferece atividades que incluem *receitas*, *fazendo arte*, *para brincar lá fora* e *desenhos para colorir*. Tem as opções de papel de parede, histórias em quadrinhos, *banners*<sup>66</sup>, enquetes e aplicativos. No link “cidadania global”, está a campanha *Coins For Change* (CFC), uma ação da Disney para ajudar financeiramente causas sociais no

---

<sup>64</sup> CAIAFA, 2008.

<sup>65</sup> Ver Figura 4, p. 67

<sup>66</sup> Forma publicitária usada em propaganda para qualquer tipo de divulgação.

mundo. Ela ocorre sempre no mês de dezembro e solicita a participação dos jogadores para a escolha de qual causa dentre três, que a Disney contribui financeiramente, deve receber uma porcentagem de recursos maior que as outras duas. O jogador escolhe uma das opções de quantas moedas quer doar e depois, qual a causa. A causa mais votada recebe 40% do total e as outras duas, 30% cada uma. As três causas são: oferecer assistência médica para pessoas mais necessitadas no mundo; proteger a Terra; e construir lugares seguros para crianças crescerem e se desenvolverem com dignidade. A chamada na seção Cidadania Global justifica estas ações com a seguinte frase: “Temos o compromisso de encorajar as crianças a agirem, ajudar aos outros e a mudar o mundo.”

Através do blog “Novidades”, é possível medir a “temperatura” dos fãs. Em alguns *posts*, há mais de duas centenas de comentários. É uma das mídias que os usuários do *Club Penguin* podem contribuir para o conteúdo narrativo do jogo. Eles podem definir qual tema de festa desejam encontrar no jogo e até qual fantasia deve estar à disposição como item temático. No segundo semestre de 2012, devido a um grande número de pedidos dos fãs, segundo a justificativa da própria Disney, a empresa lançou uma revista mensal de mídia impressa com atividades e passatempos sobre o CP.

Ainda na seção “Comunidade”, estão os banners do próprio CP disponibilizados para fãs colocarem em seus blogs pessoais ou comunidades virtuais que tenham criado. A operação é simples. Basta copiar o código e inseri-lo na programação do seu destino. Sempre que um novo evento acontece na Ilha, o banner é atualizado automaticamente.

A comunicação entre os jogadores é feita através de bate-papos, *emoticons*, ações do avatar e pelo envio de cartões pré-definidos para cada tipo de ocasião e desejo. Há cartões, por exemplo, que são um convite para um encontro em um determinado local da ilha. O cartão já vem com um link para caso o convidado aceitar, ir direto para o lugar. A caixa de mensagens do jogador também funciona como um canal de comunicação do *Club Penguin* para com os jogadores. Toda mensagem recebida, enquanto o jogador estiver online, é informada na barra inferior de menus da interface do jogo.

Algumas ações do jogador no jogo, são questionadas pelo próprio sistema para confirmá-las. Quando se deseja jogar um minijogo e clicamos no ícone dele, uma janela azul se abre com uma pergunta: “você quer jogar Surf na Caçamba? Sim / Não.” Quando se quer comprar um item, também é perguntado ao jogador se ele deseja comprar, assim como é informado quantas moedas vão ser retiradas do seu inventário e a quantidade de moedas que ele possui. Após escolhermos a opção “sim”, outra janela se abre dizendo que o item já está

no inventário do jogador. Assim também são os pedidos de amizade, com a mensagem de confirmação.

A interação com outros jogadores às vezes falha, podendo frustrar a comunicação. Durante o trabalho de campo, a conexão caiu diversas vezes. Ao retornar, tendo que fazer login novamente e passar por algumas interfaces, perdia o contato com os outros jogadores. Em outros momentos, aconteceu o contrário. Os outros jogadores sumiam durante a interação. Eles podiam ter perdido o interesse e ido para outro ambiente sem avisar. Pois se não os vemos andando em direção às setas de saída, podem ter acessado o Mapa para se locomoverem. Ou, o tempo diário de permanência deles no jogo pode ter se esgotado.

Muitos jogadores após jogar um minijogo de multijogadores, costumam enviar pedidos de amizade entre si. Basta clicar no pinguim do outro jogador para acessar o cartão dele, e escolher o ícone Adicionar Amigo.

O cartão de cada pinguim (Figura 4), é uma forma de apresentá-lo para os outros jogadores, pois através dele é possível saber um pouco de sua personalidade. Nesse cartão, o jogador pode customizar o seu pinguim colocando plano de fundo, pin, roupa, cabelo ou chapéu, acessório para segurar em uma das mãos (nadadeiras) e sapatos.

Figura 4: Cartão do pinguim visto por outro jogador



Fonte: Club Penguin, 2011.

É na barra de menu do cartão do pinguim que estão os ícones para se enviar um pedido de amizade a ele, visitar o iglu dele, caso este esteja aberto à visitação, enviar uma mensagem, ver o livro de selos dele, ignorá-lo de sua interface e até denunciá-lo aos moderadores, se este for o caso.

O cartão do pinguim, também passa uma outra informação para quem o acessa. É possível saber se o pinguim é ou não um assinante. Para quem é assinante, aparece uma insígnia própria de acordo com o tempo que o usuário daquele pinguim clicado tem de assinatura no CP. Isso é notado pela quantidade de traços que a insígnia possui. Para os não-assinantes, há só uma estrela. No exemplo da Figura 4, vemos que esse pinguim tem menos de seis meses de existência pois sua insígnia não tem traços.

Quando o jogador clica no seu próprio pinguim, como o exemplo de cartão da Figura 5, podemos perceber que apesar do cartão ser similar ao da Figura 4, contém outras informações e itens. Na parte inferior do cartão tem as informações sobre a quantidade de moedas que ele tem e um link para o seu Livro de Selos. Esse livro guarda todos os selos que o jogador conquistou no CP, conforme sua habilidade nos minijogos, a sua interatividade na Ilha e as atividades das quais fizera parte. Na lateral desse cartão está o inventário que comporta todos os itens, acessórios e roupas que o jogador acumulou, comprou e ganhou durante seu tempo de permanência na ilha até aquele momento. A barra de rolamento lateral do inventário, permite o acesso à totalidade dos itens.

Figura 5: Cartão do pinguim



Fonte: Club Penguin, 2011.

Dentro da narrativa, há itens que estão escondidos ou mistérios para se desvendar. Os participantes então, que já conhecem os segredos, ajudam os outros dizendo o que é preciso fazer. Eles se valem de seu capital de conhecimento dando dicas para os outros. No entanto,

às vezes só a dica não é suficiente. É preciso recorrer ao Youtube e ver se há algum tutorial a respeito.

A colaboração e a cooperação são práticas que norteiam esse universo de relações do *Club Penguin*. Há atividades dentro do jogo que só são possíveis quando há a participação e ou cooperação entre os jogadores. Pode ser desde uma dança coletiva ou uma ação com uma finalidade específica. A horta-comunitária<sup>67</sup>, que fica na Casa da Mina, é um exemplo disso. É preciso uma ação em conjunto para irrigar a horta, cuja colheita se transforma em comida armazenada no galpão. Para um jogador só, fica quase impossível finalizar a atividade. Mas quando há a cooperação de mais de um jogador, as etapas fluem. São elas: irrigação, plantio, amadurecimento, colheita e armazenamento.

Mas também há aqueles jogadores que ao invés de colaborar, preferem atrapalhar a interatividade dos outros. Durante a Festa de Natal, no ambiente Padaria<sup>68</sup>, enquanto um grupo de jogadores se unia para fazer doces, jogando bolas de neve nos recipientes das máquinas, um outro jogador queria ficar implicando com eles:

- não queremos ouvir sua vez
- parem de incomodar ele e trabalhem
- *emoticon de careta*<sup>69</sup>
- *emoticon de careta*
- *emoticon de careta...*
- pare e vai trabalhar
- não
- fala que ele não passa de uma lagosta
- um biscoito por favor
- algum pedido
- nham
- obg
- eu vou mudar de roupa
- uniformes aqui
- tenso (alguém sentado)

Um dos jogadores parece ter ficado um pouco irritado. Alguns entram para jogar com as regras do jogo. Outros, entram para fazer tumulto e perturbar a ordem. Tem jogadores que estão ali, experimentando o jogo pela primeira vez, então querem fazer tudo conforme as instruções e se irritam quando outros não deixam. Um dos jogadores escreveu “tenso” para expressar seu sentimento naquele momento.

Em outra vez<sup>70</sup>, quando acontecia a Festa Submarina, um jogador dizia que estava pondo veneno na água. Enquanto que outro, pedia para ele parar e um terceiro dizia que

---

<sup>67</sup> Ver Figura 9, p. 113.

<sup>68</sup> Diário de Campo: 23/12/11 (dia) - Servidor: Zero Grau - Avatar: Galaxy

<sup>69</sup> Ver Figura 12, p. 142.

estava limpando (a água do veneno). Mas o jogador que dissera colocar veneno, o fez de novo, deixando um dos jogadores aborrecido a tal ponto de ameaçar reportá-lo para os moderadores. Essa ameaça ganhou apoio de um outro jogador. Seguem as seguinte falas:

- o meu pinguim assinante foi banido ontem (Pinguim2)
- eu estou pondo veneno nas águas (Pinguim3)
- mentira
- para
- limpando a água do veneno
- pondo mais veneno (Pinguim3)
- argh nada a ver
- (...)
- sai daí
- saia por favor
- estou pondo veneno aqui (Pinguim3)
- deixe o em paz
- vou te reportar
- reporta
- meu amigo tá triste

Mesmo tendo a Disney montado um esquema de segurança, alguns jogadores conseguem burlar as regras. Existem blogs e sites na internet, de jogadores que passam nome e senha de pinguins não-assinantes dizendo que são avatares antigos e que por isso têm muitos itens no seu inventário. Há outros internautas, que colocam nome de pinguins e suas respectivas senhas dizendo serem de pinguins assinantes. Os primeiros comentários dessas postagens revelam que alguns conseguiram entrar no site com esses pinguins. Mas passado um tempo, os últimos comentários já indicavam o contrário, que os pinguins anunciados encontravam-se banidos para sempre. Em outros blogs, há postagens que trazem códigos para destrave de itens online e também formas de se tirar proveito de falhas no sistema do site. Um deles avisa que apertando a tecla *tab*, na hora de receber tíquetes de uma determinada festa, o contador automaticamente acrescenta ao total ganho, dezenas de milhares de tíquetes a mais ao jogador.

O jogo tem uma narrativa principal com personagens e histórias sobre cada um deles. A narrativa principal diz respeito à ilha em si, o que ocorre dentro dela, alterações causadas pelos personagens ou pela natureza, como terremotos, áreas que se revelam, etc. Paralelamente, existem sub-narrativas que atendem diferentes expectativas e motivações das crianças na ilha. Na sub-narrativa pirata, por exemplo, o Capitão Rockhopper é a figura central, e ele aparece a cada 3 ou 4 meses. Sempre que esse pirata está envolvido em alguma aventura, os pinguins são chamados a participar dentro dessa temática com navios, tesouros

---

<sup>70</sup> Diário de Campo: 03/01/12 - Servidor: zero Grau - Avatar: Galaxy



escondidos, descobertas, exploração, etc. Durante sua estada na ilha, o personagem também interage com os jogadores. Se um jogador fizer um pedido de amizade a ele, ganha uma foto autografada.

As “festas”, como são chamados qualquer evento que altere o ambiente total ou parcial da ilha, possuem narrativas temáticas ou têm a ver com uma determinada época do ano como a Festa de Halloween, a Festa de 1º. de Abril e a Festa de Natal. Outras festas podem acontecer só uma vez, e também podem introduzir algum ambiente novo na ilha ou um novo minijogo. A ilha, durante as festas, além de receber uma decoração especial com enfeites, também traz objetos clicáveis, itens grátis e itens especiais em alguns catálogos do site. Há também festas que acontecem na ilha e que são destinadas só para os assinantes (2010).

Durante as festas são propostas algumas atividades para os jogadores participarem. Muitas dessas atividades, trazem itens que servem para customizar o pinguim e realizar algumas ações de acordo com a diegese da festa. Pode ser um conflito a ser solucionado, um enigma a ser decifrado ou qualquer outra atividade condizente com a narrativa. O jogador não é obrigado a participar das atividades que as festas promovem. Como o jogo é um mundo persistente, a narrativa evolui com ou sem a participação do jogador nela ou independentemente da frequência dele no site.

Logo nos primeiros dias de uma festa, alguns lugares da ilha ficam superlotados. Tem-se a impressão de que todos os jogadores do *Club Penguin* estão online para conhecer a decoração nova, explorar os ambientes da ilha e experimentar os minijogos e as atividades daquele evento. Jogos de luz e músicas adequadas também reforçam a estrutura narrativa das festas. Elas duram em média até 14 dias e quando acabam, quando tudo volta a ficar como era antes, dá uma sensação de vazio e também de retorno à ordem.

Como exemplo de como as festas temáticas são inseridas na narrativa do jogo, citamos a Festa Halloween/2011. Essa festa foi anunciada quinze dias antes de começar, no jornal da ilha, o *CPN*<sup>71</sup>. A matéria principal procurava despertar o interesse dos jogadores dizendo que criaturas estranhas tinham sido vistas na ilha próximas à Loja de Presentes e que um caçador de fantasmas estava trabalhando no caso. E também avisava que o caçador estaria precisando de ajudantes. Isso queria dizer, que os jogadores poderiam também caçar fantasmas. Então, era para a Loja de Presentes que os jogadores deveriam se dirigir em busca do catálogo de roupas para adquirir o uniforme de caça-fantasmas e o detector das Sombras 3000. Os itens custavam, respectivamente, 450 e 350 moedas virtuais. Depois de colocados em seu

---

<sup>71</sup> Diário de Campo: 07/10/11 – Servidor: Zero Grau – Avatar: Galaxy.

inventário e, o pinguim devidamente customizado, apertava-se a tecla D, do teclado, para o trabalho começar. Em pouco tempo, muitos caçadores de fantasmas estavam procurando fantasmas pela ilha. Mas a roupa e o acessório de caça-fantasmas só estavam disponíveis para os assinantes. Na seção de Dicas do *CPN*<sup>72</sup>, o jogador era incentivado a economizar suas moedas para gastá-las com itens de decoração no concurso de melhor iglu.

Quando a festa começou, assinantes e não-assinantes puderam participar da caça aos doces fantasmas e ganharam fantasias e itens grátis escondidos pela ilha. A recompensa por ter participado da caça aos doces foi um plano de fundo temático para colocar no cartão do seu pinguim. Alguns lugares ficaram totalmente diferentes com a temática da festa. O Teatro, por exemplo, virou uma superprodução com cenários e efeitos especiais para os jogadores encenarem uma peça. Em todos os ambientes, havia a expectativa de um *easter-egg*<sup>73</sup>, ou de um objeto que acionasse alguma ação. Alguns deles, ao passar o mouse e clicar, eram velas que acendiam, fantasmas que flanavam e sons imitando assombro.

O Iceberg é um lugar que fica à nordeste da ilha, um pouco afastado da sua margem direita. Só é possível chegar até ele acessando o Mapa dos lugares. Na *Festa Halloween/2011*, o iceberg se transformou numa abóbora gigante. Os pinguins iam para lá e começavam a cavar o chão com a britadeira. A britadeira é um acessório adquirido no lugar *Caverna da Mina*. Ele é usado para esburacar o chão da caverna a fim de encontrarmos moedas. O Iceberg/abóbora, ao ser esburacado, surgiam os contornos do nariz, olhos e boca típicos de uma abóbora do dia das bruxas. Ao final da dinâmica, o Iceberg virou uma abóbora toda iluminada por dentro. Depois que os eventos terminam, ficam registrados em livros guardados no ambiente da Sala de Leitura<sup>74</sup>.

O concurso do melhor iglu decorado, acontece durante algumas festas temáticas. A *Festa Halloween/2011* foi uma delas. Os iglus que tiraram os primeiros lugares, tinham uma quantidade muito grande de itens de decoração. Mal dava para ver o próprio iglu. O concurso seguinte, foi durante as festividades do Natal. O concurso se chamava *Feliz Iglu Novo*. A maioria dos iglus que ganharam, foram aqueles que também tinham repetido e amontoado itens decorativos.

Os jogadores estão numa ilha com o objetivo de se divertir. Para isso, eles terão à disposição ambientes compostos por minijogos, várias atividades e uma rede social para

---

<sup>72</sup> Diário de Campo: 14/10/11 – Servidor: Boreal – Avatar: Galaxy.

<sup>73</sup> *Easter-eggs*, a tradução é ovos de páscoa. São como surpresas escondidas para o jogador encontrar. É preciso passar o mouse até que apareça o ícone da mãozinha no lugar do cursor, encontrando a surpresa.

<sup>74</sup> Ver Apêndice B: Figura 11, p. 141.

interagir com os outros jogadores. Eles podem escolher o que desejam fazer enquanto estiverem online.

O mundo do *Club Penguin* é uma realidade colorida e de sensações. Temos a impressão de que estamos dentro de um grande gibi animado de histórias em quadrinhos, cujas páginas são os lugares e ambientes pelos quais os pinguins transitam. Escolhemos quais páginas devem vir a seguir e determinamos a última, quando saímos do jogo. E em todas as páginas a cor azul está presente. Ela é plano de fundo de todas as páginas iniciais. É também a cor de fundo de todas as janelas interativas pelas quais o sistema do computador dialoga com o usuário.

Os avatares têm contornos que os separam dos demais. São delineados por traços que os delimitam do fundo da tela. Eles se movimentam no jogo quando clicamos com o mouse em algum ponto da tela para onde queremos que eles se dirijam. Na barra de menu inferior temos as opções de dar outros movimentos a eles. Podemos colocá-los para dançar, acenar ou sentar. E se formos ler o jornal *CPN*, enquanto o jornal se abre em nossa tela para lermos, o seu pinguim estará na tela, naquele ambiente virtual, segurando um jornal.

A perspectiva do jogo é isométrica, comportando uma paisagem ligeiramente inclinada com um ângulo de 30 a 45 graus. O Mapa da Ilha está sempre disponível para o jogador no canto inferior esquerdo da interface. Ao clicá-lo, aparece uma outra interface com um mapa de toda a ilha nos dando a dimensão do seu território assim como de sua topografia. Esta interface comporta também quatro opções de hiperlinks na barra superior que torna mais fácil e rápida a interatividade dentro desse ambiente: Jogos, Lugares, Lojas e *Puffles*. Ao clicarmos em uma dessas opções, o mapa territorial aparecerá adaptado à opção desejada. Pode-se acessar também todas estas opções, “pinguinando” pela Ilha. Ou seja, percorrendo o território a “pé” através da interface do jogo. A interatividade é feita através do mouse e do teclado.

No lugar *Plaza* (Figura 6), por exemplo, há uma seta à esquerda que leva o avatar ao lugar *Forte Nevado*. A seta à direita, o leva para o lugar *Floresta*. E levantando a tampa do bueiro, que fica em frente ao *Pet Shop*, há uma passagem secreta para o subterrâneo onde está o ambiente *Piscina*. No ambiente *Piscina*, se seguirmos à direita, chegaremos ao ambiente *Mina*, que por sua vez possui três opções de ação para o jogador: jogar o minijogo *SOS Puffle*, ou o minijogo *Surf na Caçamba*, ou ir para o ambiente *Caverna da Mina*. Voltando para o ambiente *Piscina*, se seguirmos para a esquerda, entramos no ambiente *Caldeira*, onde estão algumas edições anteriores do jornal *CPN*. Na *Caldeira* há uma escada que, subindo por ela, chegamos até o interior do *Dance Club*. O acesso à escada fica camuflado numa caixa de som

ao lado da pista de dança. Ao sairmos pela porta do *Dance Club*, chegamos ao lugar *Centro*<sup>75</sup>, que fica separado do lugar *Plaza*, pelo lugar *Forte Nevado*. Relembrando, o lugar *Plaza* é onde está o bueiro que permite descermos para o ambiente *Piscina* no subterrâneo. Tudo está interligado. As conexões são extensivas.

Figura 6: Lugar Plaza



Fonte: Club Penguin, 2011.

O Mapa é uma rede fluida que forma-se e que também pode ser acessada por outras interfaces como a do Mapa. Esses espaços são delimitados pelas conexões que os atravessam. Mas não são como diagramas arborescentes, resultantes de hierarquias sucessivas a partir de um ponto central ao qual remete cada elemento local. São como treliças, linhas entrecruzadas, comparadas também a um sistema em rizoma, termo tomado de empréstimo da botânica, capazes de derivar infinitamente ao estabelecer “[...] conexões transversais sem que se possa centrá-los ou cercá-los” (GUATTARI, 2011, p.388). Os rizomas, raízes de alguns tubérculos como aipim e batata-doce, crescem horizontalmente em paralelo ao solo, podendo ser subterrâneo ou superficial e formam gemas ao longo de sua extensão de onde surgem as brotações.

Apesar do *Club Penguin* ser um jogo de multijogadores online, é possível jogar minijogos sozinho, mesmo que sejam jogos que dependam de um oponente. O sistema do computador faz o papel do outro jogador, caso demore muito para conseguir um adversário. Em outro momento, o sistema de inteligência artificial, gerado pelo computador, também

<sup>75</sup> Ver o Diagrama da Figura 11, na página 141.

interage com o jogador seja através da caixa de mensagens, das caixas de diálogo, das janelas informativas, dos avisos das necessidades dos *puffles* e da própria narrativa.

O modo de interatividade, jogador-jogador, está presente em todos os ambientes da ilha seja através do chat, minijogos ou de atividades cooperativas. O próprio espaço frequentado pelos usuários permite a interação entre os jogadores, assim como minijogos são só para dois ou mais jogadores. Há também algumas atividades na ilha que prescindem da participação de mais de um jogador.

Na interatividade jogador-desenvolvedor, a Disney tem procurado fazer conexões entre diferentes mídias e plataformas para gerar novas histórias. As atividades existentes no *Club* como os minijogos, os eventos, os comentários no blog, etc. têm relação com a narrativa principal do site. E essa narrativa influencia as outras mídias e plataformas, assim como é influenciada também por elas. Isso inclui videogames, produtos de consumo, músicas e filmes-curtas e vídeos do *Club Penguin* que são exibidos no canal de TV da Disney ou no Youtube. As crianças acabam se envolvendo em diferentes frentes e com diferentes níveis de profundidade.

E por fim, na interatividade que acontece entre jogador-plataforma, é possível fazer a transferência de moedas virtuais ganhas de uma plataforma para outra. O desempenho de um jogador num jogo do *Club Penguin* para DS ou para Wii, pode resultar num acúmulo maior de moedas na plataforma online.

### 3.3 O avatar e o jogador

No *Guia Oficial do Club Penguin* (2010), o jogador também é incentivado a mostrar uma personalidade. De acordo com o guia, a expressão dessa personalidade começa com a escolha do nome, a cor do pinguim e um plano de fundo para o cartão do pinguim. Estes são itens acessíveis para todos os pinguins, assinantes e não-assinantes. Depois, o guia mostra que a personalidade não é só uma questão de aparência mas também aquilo que o jogador faz dentro do *Club*.

Mostre seu jeito pela maneira como cumprimenta outros pinguins, ou como desafia alguém para uma corrida no Morro Abaixo, ou dançando quando está feliz ou ajudando outro pinguim com carinho de perdido. (NOLL, 2010, p.10)

O avatar é uma figura manipulável pelo jogador. Ele responde aos comandos do usuário. Entre o avatar e o jogador estão o mouse ou o teclado, a tela do computador e

enunciados clicáveis. Ou seja, existe uma distância entre o jogador e o avatar que é diferente da distância que existe entre uma criança, por exemplo, brincando com um boneco em suas mãos. Mas outros fatores podem aproximar o jogador e seu avatar de forma que a distância entre eles quase desapareça.

Na observação empírica do meu filho, Fernando, essa distância entre jogador e avatar ficou muito próxima, a ponto dele experimentar o devir jogo, um transe imersivo na narrativa. Num primeiro momento da sua interação, ele ficou tão interessado pelos *puffles* que em poucos dias comprou oito. Gastou 6.400 moedas para adotá-los<sup>76</sup> pois cada *puffle* valia 800 moedas. Mas precisou também, de outras centenas delas para comprar comida, brinquedos e acessórios para os *puffles*. O cardápio é variado: pizza, cenoura, torta, chiclete ou rosquinhas. Cada cor de *puffle* tem um brinquedo específico, de modo que o brinquedo de um *puffle* não serve para outro *puffle* de cor diferente. Fernando começou a fazer as contas pois quando precisava comprar algum item e não tinha moedas suficientes, ia jogar para ganhá-las. Experimentou vários minijogos e identificou um deles em que conseguia ganhar mais moedas em menos tempo. Mas uma semana depois, ele passou a cuidar só de 2 ou 3 *puffles* por dia, pois para suprir todas as necessidades que são comer, tomar banho, pentear o pelo, brincar e dormir, são preciso, entre clicar e arrastar o mouse, interagir 16 vezes com várias interfaces. Como eram 8 *puffles*, eram 128 cliques. Fernando não aguentou essa matemática e passou a diminuir seus cuidados com eles, se não, também não teria tempo para jogar minijogos sem se preocupar com as recompensas. Até que um dia, quando acessou o seu iglu, descobriu que estava faltando um *puffle*. Era o primeiro que ele havia comprado e dado o nome de Laranjinha. Tudo indicava que o animalzinho de estimação havia voltado para a natureza. Quando as necessidades de um *puffle* não são garantidas, ele volta para a natureza e o jogador o perde. Por alguns minutos, Fernando acreditou que o seu estava realmente perdido na floresta e se sentindo abandonado, então pediu ajuda chorando para tentarmos encontrá-lo. A explicação de que tudo não passava de desenhos virtuais não fez sentido para Fernando naquele momento. Comprar outro *puffle* e lhe dar o mesmo nome também não valia pois seria o de número nove e não o primeiro. Só ficou mais calmo quando, no devir jogo, acreditando que na Floresta a esta hora estava escuro, seria melhor voltarmos no dia seguinte para procurá-lo. Na manhã do outro dia, o *puffle* voltou a aparecer no iglu como se nada tivesse acontecido. Acredito que isso foi um *bug* do sistema ou o próprio gameplay da narrativa simulando a perda de um *puffle*.

---

<sup>76</sup> Usa-se o termo adoção para a compra de *puffles*.

Na página para Pais e Responsáveis do site do *Club Penguin*<sup>77</sup> está a seguinte frase cujo título é *Aprendizado e Desenvolvimento*: “Criamos jogos que expõem as crianças a conceitos sobre solução de problemas, trabalho em equipe, pensamento crítico e ATÉ matemática. (mas sempre esperamos que eles não notem).”<sup>78</sup> A chamada ainda destaca os conceitos com os quais os jogadores estão sujeitos a encontrar e praticar no site:

Habilidades motoras (Nossos jogos proporcionam a seu filho ou filha a oportunidade de praticar a coordenação visual e motora, habilidades motoras específicas e a antiga arte da digitação); Criatividade (As crianças podem ser criativas de várias maneiras, desde a composição de estilo do pinguim à decoração de um iglu. Isso sem precisar encher o sofá de cola); Trabalho em equipe (Adoramos quando as crianças trabalham em equipe. É por isso que criamos labirintos malucos, escondemos ovos de dinossauros e inventamos mistérios para que eles solucionem); Gestão financeira (Dinheiro não cresce em árvore. Ao jogar minijogos para ganhar moedas, os jogadores podem economizar para conseguir os itens que mais gostam); Conscientização (Com a campanha da *Coins For Change*, os jogadores podem fazer doações. E a generosidade sempre nos surpreende); Socialização (Guerrinhas de bola de neve e desfiles de moda são mais divertidos com os amigos. Por isso, fazemos de tudo para garantir que haja muitas maneiras de se fazer novos amigos pinguins); Responsabilidade (Ajudamos seu filho ou filha a crescer sem estresse. Você ficaria surpreso se visse o número de pinguins que trabalham na Pizzaria ou pedem por tábuas de passar para colocarem em seus iglus).<sup>79</sup>

No que diz respeito às habilidades motoras, o minijogo Concurso de Dança, que fica no Dance Club, é um bom exemplo. Para jogar, clica-se no Pôster do Concurso de Dança que está fixado na parede do ambiente e escolhe-se uma das opções: dançar sozinho ou competir com outros jogadores. Depois, há outra escolha para fazer se referindo ao nível de dificuldades que queremos ter no jogo. A dinâmica consiste em fazer com que o pinguim, que está numa pista de dança, se movimente de acordo com as setas que aparecem ao lado dele. Ganha-se pontos de combo quando acertam-se várias setas seguidas. A pontuação aumenta se o jogador tiver um *puffle* roxo e levá-lo para jogar com ele. Nesse jogo, usa-se o teclado para jogar. E se o jogador preferir, pode fazer uma aula experimental antes de iniciar a partida.

Ainda no ambiente do *Dance Club*, há também um minijogo que se chama *DJ3K* e consiste no jogador usar sua habilidade motora e criatividade para compor uma música. Na cabine do estúdio de gravação, tal qual uma de verdade, há várias máquinas. Tem uma para fitas de áudio cassete, duas vitrolas para disco de vinil, uma máquina de CD player, um teclado musical, uma caixa de som e a mesa de som com vários botões. Clica-se para começar a gravar e também para parar de gravar com os mesmos ícones que estamos acostumados a

<sup>77</sup> <http://www.clubpenguin.com/pt/parents> acessado em 24/07/2013.

<sup>78</sup> Os recursos de caixa alta e de texto entre parênteses são do próprio *Club Penguin*.

<sup>79</sup> <http://www.clubpenguin.com/pt/parents> acessado em 24/07/2013.

usar em aparelhos eletrônicos de gravação e reprodução de áudio. Se o jogador tiver comprado algum disco temático de vinil, no catálogo DJ3K Jogue Melhor<sup>80</sup>, ele pode usá-lo como base para fazer a sua composição. Caso não, usa o disco padrão do próprio minijogo. E conforme a música do disco de base escolhido vai sendo tocada, o jogador vai apertando os vários botões que tem nos aparelhos da cabine proporcionando um som dinâmico e singular. Os sons são de vários instrumentos musicais como: tambor, bateria, flauta, violão, guitarra e teclado. É possível adicionar batidas, linhas de baixo, repetições e efeitos sonoros. Quanto mais combinações forem feitas durante a música, mais moedas o jogador ganha ao final. E se o jogador tiver um *puffle* amarelo e levá-lo, ele vai ficar dançando e com isso, a pontuação aumenta. Os assinantes podem salvar suas composições para mais tarde elas servirem de fundo musical do seu iglu.

O Desafio Ninja é um exemplo de minijogo que lida com estratégia. Os jogadores usam cartas com os elementos da água, do fogo e da neve. É preciso saber que o fogo derrete a neve, que a neve congela a água e que a água apaga o fogo. O Sensei, personagem mestre ninja da ilha, fornece as primeiras cartas. Se o jogador quiser ter um leque maior, ele precisa comprar cartas no mundo off-line e fazer o destrave do código online. No jogo, ganha quem conquistar primeiro um elemento de cada, em três cores diferentes de carta, ou três elementos iguais com três cores de carta diferentes. Por isso, é bom ter mais cartas para realizar mais opções de jogadas. Esse minijogo, também tem uma dinâmica de perguntas e respostas que fazem parte da narrativa. O objetivo é conquistar todas as faixas, para se tornar um ninja. Existe uma escala de cores de faixa que vai da branca à preta. Ao se tornar um ninja, o jogador ganha uma faixa para os olhos que lhe dá o poder de ficar invisível na ilha quando quiser. O oponente é um outro jogador e quando a partida termina, aparecem os dois pinguins, um de frente para o outro, se cumprimentando pelo desafio vivido. A não ser quando o oponente é o próprio Sensei, jogamos com o sistema de inteligência artificial do jogo. A trilha sonora desse jogo também contribui para a sensação imersiva.

---

<sup>80</sup> No Catálogo DJ3K Jogue Melhor, desse minijogo, existem vários discos que servem de base para a composição. Eles custam, cada um, 75 moedas virtuais. Os temas dos discos são: *som da selva, só na ginga, 10-cibéis, clima de festa, a nota da casa, invasão monstrenga e reggaetron.*



## 4 OBJETO À VISTA

### 4.1 Cartografia de uma ilha possível

Ao entrarmos nesse mundo, criado com regras de boa convivência e entretenimento, encontramos elementos de interação social, aprendizado e diversão como nos fora prometido nas páginas iniciais do site. Mas não é só isso. As produções semióticas da informática operam no núcleo da subjetividade humana atingindo nossas formas de pensar, nossa sensibilidade, nossos afetos e nossas formas de atuação no mundo.

Forma-se, então, um mapa de sentido que faz parte de uma rede fabricada por máquinas territorializadas. Mas a produção de subjetividade capitalística é uma produção industrial e se dá em escala internacional. A rede do *Club Penguin* une crianças e adolescentes de várias partes do mundo. Elas conseguem se comunicar por meio de 5 idiomas. Também vemos que a Disney conta com escritórios em alguns países como pontos estratégicos para monitorar e dar suporte aos seus usuários.

#### 4.1.1 Linhas de visibilidade

Quando o usuário vai fazer o login, seu avatar aparece na tela exatamente customizado como fora deixado na última vez que saiu do jogo. A visibilidade dessa customização traz consigo a última experiência do jogador vivida no jogo. Cuidados com quem usa o mesmo computador ou quem tem acesso à senha do seu pinguim, também são sempre lembrados nessa interface, mostrando que o site se preocupa com a segurança dos seus usuários. Após o login, o jogador começa a definir que tipo de interação quer ter durante o jogo. A interface que exibe a lista dos servidores, como já mencionado, possui enunciados visíveis. Enunciados na forma de ícones sobre se há amigos online ou não, e em que servidor estão; se o bate-papo é restrito ou filtrado e se há poucos ou muitos jogadores em cada um dos servidores. As relações começam a se formar aqui, nessa etapa após o login.

Logo após o primeiro login, onde o usuário passa a jogador, a visibilidade da monetarização aparece como um cartão de boas vindas. É quando o jogador ganha um saco de 500 moedas douradas, esta é a imagem que aparece na tela. Não sabemos a quantidade senão pela mensagem junto à imagem dizendo a quantia. Aqui o regime de luz e de enunciado estão juntos. Uma linha atravessa a outra. Essas moedas representam um capital inicial que insere o

jogador na economia do desejo. Ele irá circular pela ilha e fazer compras através de catálogos específicos. Terá autonomia nas suas escolhas de compra, desde que tenha moedas o suficiente ou que tenha o poder da assinatura para ter acesso à totalidade do que é oferecido.

A moeda é uma linha de visibilidade que reforça a ideia do capitalismo. Ela permeia as relações de consumo e de serviços prestados no jogo assim como compras off-line de produtos da franquia. Todos os minijogos recompensam os jogadores com moedas conforme seu desempenho. E como descrito, para algumas atividades, o jogo paga um “salário” mensal. Outra forma de ganhar moedas acontece quando destrava-se itens online, com códigos de produtos da franquia comprados pelo jogador. As moedas ganhas podem ser vistas como um conjunto de forças entre minijogos e atividades no jogo e também segundo a visibilidade que elas evocam por onde estiverem presentes.

Junto com as moedas, o jogador também ganha um iglu. Independente do jogador ser um assinante ou não, o iglu é para ser considerado como lar nesse mundo virtual. Isso está explícito no título do catálogo com itens de mobília e decoração: *Lar Doce Iglu*. Novamente, uma parceria entre visibilidade e enunciado. E apesar do iglu ganho ser um modelo básico, ele serve como território de referência existencial para o pinguim. A ideia é tomá-lo como residência para convidar amigos, fazer festas e abrigar seus *puffles*, se os tiver. Como só os assinantes podem decorar, mobiliar e trocar de iglu, conseguem ser mais expressivos que os jogadores sem assinatura. Nesse sentido, o território referencial de um assinante pode ser trocado, transformado, recolocado conforme o desejo do seu dono.

Os concursos de decoração de iglu, que valem só para assinantes, pois os não-assinantes não têm como comprar itens de decoração, nos remete ao conceito de ritornelo, em que o canto de um pássaro demarca um limite territorial, um território de referência, uma expressividade. Nesses concursos, há uma expressividade em cada um dos iglus inscritos. Sendo que para reforçar a repetição, vemos dezenas de objetos repetidos, na decoração dos ganhadores que tiraram os primeiros lugares do concurso. Com isso, ao mesmo tempo em que visualizamos a decoração, visualizamos também a quantidade de moedas consumidas de todos aqueles itens agrupados, repetidos, em busca de uma harmonia na qualidade expressada. O iglu mais bonito vence e ganha 50.000 moedas como prêmio. Os que ficaram entre as primeiras dezenas do concurso, também ficam à vista para os milhões de usuários cadastrados e ganham valores um pouco menores de moedas virtuais.

A expressividade também ganha espaço de visibilidade no Cartão do Pinguim. Quando ele é acessado pelo próprio jogador, tornam-se visíveis a quantidade de moedas no seu inventário, a quantidade de selos e todos os seus pertences para customização do pinguim e do

cartão. É possível visualizar, experimentar, compor, recompor a aparência do pinguim e/ou do cartão quantas vezes desejar. O plano de fundo do cartão, também enquadra o pinguim numa paisagem ou num ambiente conforme o tema escolhido dando ao pinguim uma qualidade de expressão. Forma-se um território existencial, cuja expressividade esboça uma (pseudo)identidade ou uma assinatura. Nesse território, o jogador privilegia sentidos e modos de expressão.

Mas o Cartão do Pinguim de um jogador, também fica visível para os outros jogadores acessarem-no. No entanto, quando clicado, o cartão que aparece para o outro jogador, é diferente. Ele possui uma porta de entrada para um contato interativo maior entre os dois jogadores. A barra de menu, na parte inferior do cartão, possui opções de escolha que tanto pode aproximá-los quanto afastá-los. As opções disponíveis são: fazer amizade, visitar o iglu, enviar mensagens, ver o livro de selos, ignorar o jogador de sua interface ou reportá-lo ao moderador. Todas estas opções estão representadas por símbolos. Mas quando passamos o mouse em cima delas, vemos seus enunciados. Vemos aqui, novamente, que os regimes de luz e de enunciação andam juntos.

O Livro de Selos, também pode ser visto como um livro de visibilidades que comporta dezenas de enunciados. Cada selo ao trazer uma figura impressa com a imagem de qual situação confere, torna visível o perfil daquele jogador dentro do jogo. Pelo Livro de Selos, ficam visíveis o desempenho do jogador nos minijogos e suas habilidades. Mas tanto o Cartão do Pinguim, quanto o Livro de Selos dele, tornam visíveis também a condição de assinante ou de não-assinante dos jogadores. O Cartão do Pinguim do assinante vem com uma insígnia, assim como o Livro de Selos pode ser customizado. A visibilidade dessas informações podem ser vistas como um fator territorializante com mais meios de expressividade frente aos demais.

Essa maior expressividade pode ficar visível não só quando se acessam as informações do cartão dos outros jogadores. Mas também nas relações que eles travam entre si nos lugares e ambientes da ilha. Ao mesmo tempo em que somos jogadores, também somos observadores. Dividimos os mesmos espaços e interagimos com as mesmas ferramentas. Vemos pinguins iguais ou diferentes sem saber se essa diferença também acontece no mundo off-line. Interagimos com palavras, frases, sem saber se os outros jogadores falam o mesmo idioma ou não. Mas uma certeza temos, nesse mundo virtual existe só um idioma. O idioma da pluralidade. Se fazemos o login em espanhol, os pinguins que aparecerão na interface, não importa se eles digitam em inglês ou francês, estarão falando também em espanhol.

Visualizamos as interações com o idioma que escolhemos interagir. Nesse caso, torna-se bastante visível a ideia do fim das fronteiras característico do período pós-moderno.

Os encontros no *Club Penguin* parecem seguir uma imprevisibilidade típica de cidades que recebem estrangeiros. Podemos chamar de estrangeiros os jogadores do CP por serem eles de nacionalidades diversas e também por não divulgarem suas identidades. Eles trocam outro tipo de informações mesmo sabendo que as relações ali estabelecidas não vão além do ambiente onde estão. A referência territorial, não só assegura e regula a coexistência dos membros de uma mesma espécie como também torna possível a coexistência de um máximo de espécies diferentes num mesmo meio, especializando-os. O que vemos na interatividade dos jogadores, são personagens (pinguins) rítmicos compondo paisagens melódicas. Essa melodia pode ser expressa pelas ações entre eles, pela customização do avatar e pelo bate-papo. As paisagens vão se formando e se atualizando segundo a segundo por pinguins que entram e saem dos ambientes.

Também encontramos, como já descrito, lugares e ambientes no CP, que são a representação do lar, da sala de leitura, dos estádios de futebol, praças públicas, lanchonetes, teatros, praias, etc, por onde o jogador é submetido à ação. As linhas de visibilidade e de enunciação reproduzem o cenário contemporâneo do mundo em que vivemos fazendo com que o jogador interaja com objetos e temas pertinentes a esses locais. A repetição entre os dois mundos, o ritornelo, a harmonia entre o atual e o virtual persistem pela ilha. A arte das poses, das posturas, das silhuetas, passos e vozes, tão presentes num ritornelo, estão impressos nas interfaces do jogo.

A segurança no jogo, também faz um ritornelo, mas de tempo, quando remete ao sistema penitenciário em fins do século XVIII cujo princípio permitia que os cativos fossem observados constantemente sem que seus observadores fossem vistos. Podemos comparar o sistema de visibilidade do *Panóptico de Bentham* com o sistema de visibilidade que o *Club Penguin* produz. O sistema de rastreamento do computador, da ação dos moderadores online, dos bate-papos, fazem parte de um sistema que torna os jogadores visíveis ao mesmo tempo em que registra suas interações.

Assim como o *Panóptico de Bentham* permite estabelecer diferenças entre os seus vigiados através da observação detalhada de cada um deles, levando em conta o desempenho dos seus vigiados, aptidões, características, evoluções, e até o cálculo de seus salários entre outras coisas, o CP o faz. Nas linhas de visibilidade desse panóptico virtual, registra-se o desempenho dos usuários nos jogos, sendo calculada a recompensa em moedas virtuais e o arquivamento de dados no seu inventário; registram-se as aptidões dos jogadores e

recompensas com selos, fazendo com que suas características fiquem sendo exibidas de acordo com as escolhas nas suas formas de pensar, agir e sentir, assim como as relações que o jogador estabelece com os outros jogadores; registra-se também o quanto de moeda capital acumulam e gastam.

Como apontado, no trabalho de campo, verificamos a materialização da cooperação quando um jogador responde ao chamado de ajuda de outro jogador, para irrigar a horta comunitária. Em pouco tempo, outros jogadores também começaram a participar dessa dinâmica. Vemos neste, um exemplo de atividade que estimula a cooperação entre os jogadores. A maioria são crianças e adolescentes de diferentes partes do mundo que, de repente, estão trabalhando em conjunto por um bem comum. Eles jogam bolas de neve numa engenhoca que as transforma em água, que irriga a horta, onde crescem plantas com alimentos, que são ensacados e consumidos.

Existe entre os jogadores de videogame, de um modo geral, um sentimento de camaradagem principalmente no que se refere à algo comum a todos. É como se fosse um bem público onde todos podem usufruir dele. Os tutoriais postados no Youtube são de jogos de computador e de outras plataformas também. Entre os jogadores do CP, não é diferente. São vários tutoriais de minijogos e de outras atividades do *Club Penguin* no Youtube. Buscar ajuda num tutorial para conquistar itens ou desvendar mistérios é uma prática comum. Isso não quer dizer que o jogador está causando um dano ou enganando o bem público, que é o jogo. Mas está fazendo parte de um sentimento de comunhão que existe entre os jogadores.

Mas há também, como descrito, jogadores que querem atrapalhar a interatividade dos outros jogadores. No exemplo dado, durante a Festa Submarina<sup>81</sup>, um jogador dizia que estava pondo veneno na água e outro jogador dizia que ia reportá-lo se ele não parasse de fazer aquilo. Essa prática, reforça o sentimento de comunidade onde os esforços para se organizar uma ação coletiva, levam em consideração problemas com aqueles chamados de *free-riders* e com os problemas de engajamento cooperativo. Existe uma vigilância do compromisso das pessoas diante do conjunto de regras. O *Club Penguin* incita os jogadores a colaborarem na manutenção da ordem na ilha com o seguinte apelo: “Se você vir algum pinguim quebrando as regras clique nele (pinguim) e depois em M para reportá-lo a um moderador.” É uma vigilância consentida pelos jogadores.

Há jogadores que conseguem burlar regras ou encontrar meios para obter vantagens no jogo. Eles encontram falhas no sistema do jogo e conseguem reverter isso em benefício

---

<sup>81</sup> Diário de Campo: 03/01/12 - Servidor: zero Grau - Avatar: Galaxy

próprio. Depois, esses jogadores, postam suas descobertas em blogs ou no Youtube ensinando aos outros jogadores como se deve proceder. O capital de conhecimento pode tanto contribuir para ajudar os usuários a evoluírem no jogo, quanto contribuir para incentivá-los a violar as regras.

Ao analisarmos os elementos visuais do jogo, verificamos que a cor azul é a que predomina no site. Ela está ligada à narrativa, que explora o ambiente marinho com personagens e objetos pertinentes. A começar pela figura do jogador, um pinguim, e de alguns personagens da ilha, como o Capitão Rockhooper, um pirata. Podemos ver também que a cor azul, é uma cor primária e fria, sendo associada à água, ao gelo e ao céu. Segundo a psicologia das cores, o azul transmite lealdade, tranquilidade e segurança.

Como a perspectiva do jogo é isométrica, o jogador sente-se mais próximo e mais envolvido com os eventos do que se fosse uma vista aérea ou de cima para baixo. Os pinguins se movimentam no jogo através da interação do jogador com o mouse, se destacando da paisagem, do lugar ou do ambiente em que se encontram pelos contornos que os separam dos mesmos. São como figuras móveis que transitam, dançam ou acenam na tela à nossa frente em resposta aos comandos do mouse ou do teclado com a interface.

Os pinguins podem parecer marionetes de um teatro virtual onde não vemos as linhas que sustentam os bonecos mas que mesmo assim, articulam movimentos que lhes dão vida. Os pinguins, são mais do que bonecos animados, representam uma parte de jogador no outro lado da tela. O avatar, como forma manipulável de representação do jogador, figura sobre o plano de fundo no ciberespaço, onde forma e fundo fazem parte do mesmo universo.

Tal como apontamos nas linhas de visibilidade, o jogo conta com objetos clicáveis, alguns deles ocultos. Tal procedimento, lhes confere uma função tátil-háptica onde o olho procede pelo toque. O jogador vai em busca de algo que se destaque dentre os objetos dos ambientes. É um amontoado de sensações, de possíveis recompensas e de desejos capturados quando um dos objetos clicados revela a surpresa.

As linhas de visibilidade também iluminam atividades no jogo que se materializam em tarefas que podem produzir algum efeito na vida dos jogadores. Uma dessas atividades é a adoção de *puffles*, onde os jogadores lidam com o conceito de responsabilidade e de autogerenciamento. O cuidado com um *puffle*, mesmo que de forma virtual, cria hábitos nos jogadores. O *puffle* aparece cansado, precisa dormir. O *puffle* aparece sujo, precisa tomar banho. Aparece magro, deve comer. E assim por diante. Na interface dos cuidados com os *puffles*, a energia de cada tarefa também é visualizada aumentando ou diminuindo conforme as necessidades vão sendo supridas. E o jogador vai agindo e reagindo conforme as imagens

que vai recebendo. São ícones, símbolos, signos, afetos que interagem com o jogador. Mas não é só o cuidado com os animais que essa atividade proporciona. Ela implica no jogador o ser capaz de se autogerir para manter um padrão de vida virtual no jogo, que o permita “sustentar” seu(s) *puffle(s)*. Pois é preciso consumir comida, brinquedos e acessórios.

Assim como as linhas iluminam ações com efeitos positivos, também iluminam ações que são desaprovadas, não só pelo jogo, mas também por nossa sociedade. Estamos nos referindo ao *bullying*. Ao identificarmos uma interação com a prática do *bullying*, visualizamos um dos efeitos que a diferença entre ser ou não ser um assinante, pode provocar. Por mais que todos os pinguins tenham a mesma compleição de tamanho, cor e oportunidades de comunicação entre si, a escala de valores dentro do jogo opera um desequilíbrio nas relações. Também é possível ver jogadores insatisfeitos por não poderem dispor de uma assinatura.

#### 4.1.2 Linhas de enunciação

As linhas de enunciação, como representam a parte abstrata do dispositivo, enunciando palavras e subjetivações, estão presentes na narrativa, na abordagem para se aderir a uma assinatura, nos incentivos de compra, nos afetos monetarizados dos *puffles*, enfim, elas são *formas de expressão*. Mas para explicar melhor, é preciso começar pela narrativa do jogo.

A narrativa do *Club Penguin* é uma narrativa contínua e transmidiática. Contínua porque está sempre se renovando com as festas temáticas e acompanhando as mudanças e transformações sociais e tecnológicas pelas quais o mundo vem passando ao longo desses anos. Com isso, ambientes novos vão sendo agregados, minijogos sendo inseridos e novos itens sendo consumidos. O design das interfaces também vai sendo alterado para cada vez mais proporcionar uma melhor imersão. E tal como já descrito, a narrativa do *Club Penguin* interage de diversas formas com outras mídias. Moedas ganhas no *DS* ou *Wii* podem ser agregadas à plataforma online, assim como códigos que acompanham produtos da franquia, destravam itens online, além de gerarem moedas também. O blog do site é um canal de entrada para a participação dos usuários na narrativa do jogo. Quando há enquetes nos posts para saber qual fantasia os fãs do jogo gostariam que fizesse parte de um evento, o jogador não fica somente na posição de consumidor. Ele também transforma-se em comunicador pois seus desejos são levados em consideração e acabam fazendo parte da narrativa e da produção

de subjetividade do jogo. A Disney mostra que acompanha as tendências do mercado e que insere seu público na economia do trabalho imaterial.

A comunicação no CP segue uma rede de signos, afetos e sentidos através dos ícones, discursos e relações que se estabelecem entre os jogadores. A caixa de mensagens do jogador é outro canal de comunicação. Por ela circulam mensagens do administrador para o jogador e mensagens entre os próprios jogadores. Durante o jogo, o sistema do computador está sempre enviando informações para o jogador. São informações sobre as necessidades dos *puffles*, sobre as solicitações de amizade, sobre alguma mensagem nova que tenha entrado na caixa de correio e avisos quando algum amigo está online naquele mesmo servidor. Durante o jogo, essas informações vão guiando as ações do jogador através dessas intervenções que o sistema realiza, assumindo, por tanto, a figura de um narrador.

No jogo, quase três dezenas de minijogos e festas temáticas agenciam desejos, recompensas e subjetivação. A campanha *CFC* é um exemplo anual disso. As linhas de visibilidade são marcadas pelas roupas oferecidas nos catálogos de compra com a estampa da campanha e a causa que o jogador está apoiando. Acessórios, planos de fundo, itens de decoração de iglu entre outros, também ganham espaço na produção de desejos e de consumo. Conforme os dias da campanha vão passando, a quantidade de moedas doadas vai aumentando e transformando-se numa montanha de moedas douradas. Essa quantidade fica exposta em um dos ambientes da ilha para que todos possam ver e ter uma ideia do quanto está sendo arrecadado. Há também todo um discurso para promover o engajamento dos jogadores nessas causas sociais, humanitárias e ecológicas do mundo real. Estes jogadores, estão contribuindo para estas causas com seus próprios recursos, mesmo que de forma virtual, pois são recursos ganhos conforme o desempenho deles no jogo.

O lançamento das festas segue um plano de marketing para que sejam aproveitadas ao máximo pelos jogadores e também para que gere novas assinaturas. Elas são anunciadas nas páginas iniciais do site e no próprio jornal da ilha, o *CPN*. Algumas roupas temáticas ficam disponíveis para compra dias antes do início da nova festa, como descrito no Halloween/2011, com a venda do uniforme de caça-fantasmas e do Detector de Sombras 3000. Isso faz com que certos itens fiquem visíveis mais tempo do que só o período da festa, estimulando assim o consumo dos mesmos e a adesão à uma assinatura.

O apelo para a adesão de uma assinatura pode ser identificado nas entrelinhas dos catálogos de compra. Quando um não-assinante clica num item restrito, abre-se uma janela azul dizendo: “veja como é legal ser assinante.” Muito embora, visíveis para todos, a maioria dos itens dos catálogos são exclusivos para assinantes. No entanto, todos podem acessá-lo,



folhear suas páginas e se encantar com um mundo de possibilidades de customização de pinguins, de iglus e de *puffles* que são renovadas a cada mês.

Como apontado, as páginas iniciais do site trazem enunciados e vários hiperlinks sobre a assinatura. Podemos encontrar frases como “fazer assinatura”, “ativar cartão de assinatura”, “itens especiais só para assinantes” e “saiba mais sobre assinatura”. Na hora de fazer o cadastro, o não-assinante entra no jogo sabendo que uma parte da diversão vai deixá-lo de fora. E uma vez dentro do jogo, encontramos linhas de visibilidade, enunciação, força e subjetivação que não cessam de atravessar os jogadores quanto à diversão diferenciada. Os assinantes usam cabelos, chapéus, roupas, sapatos, guitarras entre outros itens. Os não-assinantes não têm direito a comprar nada disso. Há somente duas jaquetas de moletom, que podem ser adquiridas gratuitamente por todos os jogadores a partir da inserção de um código de destrave online. Essas jaquetas já viraram marca dos não-assinantes. Alguns itens temáticos que promovem uma interatividade do jogador com a narrativa, nem sempre são acessíveis para todos, fazendo com que o assinante sobressaia-se dos demais.

Fora da internet, o apelo para fazer uma assinatura continua, e representa uma linha de força da Disney. Alguns produtos da franquia possuem como brinde um mês de assinatura grátis no CP. Em algumas lojas é possível também encontrar cartões de assinatura com destrave de código online por R\$ 8,99/ mês.

Quando o *Club Penguin* foi comprado dos criadores canadenses, estes colocaram como cláusula o site não exibir publicidade de terceiros. Por isso, uma vez imerso nesse mundo virtual, não vemos publicidade de terceiros, mas sim, propaganda e publicidade do próprio *Club Penguin*. Para podermos identificá-las, vamos levar em consideração que propaganda é aquela que faz divulgação sem finalidades lucrativas e que procura influenciar com objetivo cívico, político ou religioso e, a publicidade é a que desperta no público o desejo de compra, que o leva a ação, e acaba sendo persuasiva com o objetivo de obter lucro através do comércio. Sendo assim, as páginas iniciais e os hipertextos do site estão repletos de propaganda e de publicidade. Enunciados visíveis e não visíveis permeiam o discurso institucional.

Podemos ver que na seção “brinquedos” do site, a Disney faz publicidade da franquia *Club Penguin* divulgando os produtos para venda que existem no mercado off-line. E dentro do jogo, a publicidade está nos catálogos de compra que expõe produtos para venda, pois devemos levar em consideração que a ação de aquisição dos mesmos são semelhantes às operações realizadas no mundo concreto.

Com relação à propaganda, podemos identificá-la com o incentivo para se fazer uma assinatura. E também para disponibilizar banners do *Club Penguin* para quem queira inseri-lo em seu blog ou site. Também se faz propaganda da assinatura nas chamadas das próximas festas, pois no discurso está incluso o que assinantes terão direito. São frases, ícones e links que travam uma luta incessante para se afirmarem ora como discursos visíveis ora como não-visíveis.

O jornal *CPN*, disponível somente dentro do jogo, também veicula a propaganda dos eventos da ilha, dos segredos e mistérios a serem desvendados e das novidades de itens para consumo nos catálogos de compra. Podemos considerar o jornal como um canal de comunicação entre os administradores e os jogadores e também entre os próprios jogadores. Mas, os catálogos específicos de itens de compra, que exibem produtos com etiquetas evidenciando valores, estão fazendo uma publicidade com objetivo comercial, mesmo que seja no “faz-de-conta” onde as moedas virtuais só tem valor no universo do *Club Penguin*. Tanto que, o despertar do desejo de compra, as ações e a satisfação proporcionadas pela aquisição de produtos, estão configurados para incidir nas mesmas instâncias psíquicas do jogador se este estivesse no mundo off-line.

Acontece dupla incidência de publicidade persuasiva nos Catálogos de compra quando a maioria dos itens exibidos só pode ser adquirida por quem possui uma assinatura. É a publicidade feita para a compra de produtos e para estimular o desejo de se ter uma assinatura que tornará a experiência no CP mais prazerosa. É o racismo disfarçado nas restrições de participação dentro do jogo como um todo. O consumo dessa prática é duplo pois consome-se primeiro o catálogo de itens e depois, os próprios itens.

A moeda é um foco de poder. Tanto o nome quanto o objeto em si constituem um enunciado. Com ela, estimula-se o jogador ao consumo e ao pensamento capitalístico que a tudo precifica. Vemos esse estímulo na chamada do jornal *CPN*, à época da Festa Halloween/2011, sugerindo aos jogadores acumularem moedas para serem gastas com itens de decoração de iglu, quando iniciarem-se as inscrições para o concurso de decoração de iglus.

Os *puffles* também apontam um estímulo ao acúmulo de capital. Cada *puffle* tem uma personalidade e por isso, come determinados alimentos e balas, brinca com determinados brinquedos e também possui determinados itens de customização que são próprios para a sua cor. Como indicado, um *puffle* necessita de cuidados e estes cuidados sempre são lembrados ao jogador quando este está online. Um lembrete na barra inferior do menu aparece informando qual a necessidade de um determinado *puffle*. Ou quando o jogador acessa seu

iglu, os *puffles* também se expressam pois possuem balões sobre suas figuras, em forma de pensamento, indicando o que mais precisam naquele momento. A caixa de mensagens do jogador, também traz notícias sobre as necessidades dos *puffles*. Há sempre uma informação sendo enviada para o jogador.

As expressões dos *puffles* exprimem satisfação, alegria, sono, fome, tédio etc. O programa de inteligência artificial interage com o jogador respondendo às suas escolhas e ações no jogo.

As linhas de visibilidade e de enunciação reproduzem o cenário contemporâneo de alguns lugares do mundo físico, fazendo com que o jogador interaja com objetos e temas pertinentes a esses locais. No campo de futebol, por exemplo, os jogadores simulam uma partida. Na pista de dança do Dance Club, os jogadores colocam seus pinguins para dançar e assim por diante. A forma concreta e abstrata agem juntas, uma penetrando na outra.

As linhas de enunciação do *Club Penguin* encaminham a prática do jogo para uma natureza utilitária. Podemos identificar essa análise, no discurso da Disney dirigido aos pais e responsáveis, em que ressalta que espera que as crianças aprendam sem perceber que estão aprendendo, pois são expostas no jogo a diversos conceitos como solução de problemas, trabalho em equipe, pensamento crítico e até matemática.

#### 4.1.3 Linhas de força

As linhas de força agem no jogo em tudo o que limita, corta e controla. Sendo assim, podemos encontrar essas linhas agindo nas regras e normas do jogo, na questão da assinatura, nas ações da empresa Disney, no próprio gameplay, entre outros. Para começar, como já citado, o cadastro no jogo segue as mesmas regras adotadas por vários sites de redes sociais e mundos virtuais que lidam com crianças menores de 13 anos. O jogador deve informar o e-mail do pai ou responsável pois o administrador vai enviar um e-mail para confirmação. O login então é feito pela primeira vez através do link no e-mail que o administrador enviou. O que vale é o registro dessa informação para que seja validada a inscrição. A informação isenta a responsabilidade do administrador (Disney).

O ganho de 500 moedas virtuais ao entrarmos no jogo, como já citado, é um estímulo ao consumo mas pouco pode-se comprar quando jogamos com um avatar não-assinante. O poder de compra é limitado tanto para itens de customização do pinguim quanto para mobiliário e decorar o iglu que também ganhamos. Nesse sentido, há uma linha de força que opera no

nosso desejo, limitando-o, mas não cessando-o. Essa limitação vai acompanhar o jogador em diversas situações durante o jogo. Ele vai ter liberdade no jogo, mas poder de interação limitado. Ele vai ser atravessado pelas estratégias desse poder que a assinatura confere ao longo de sua permanência online. Logo nas primeiras páginas do site, as imagens que fazem propaganda do que está acontecendo no jogo, costumam indicar as vantagens que o assinante vai ter sobre os demais. Assim como a publicidade, os links e os enunciados sobre adesão a uma assinatura. Dentro do jogo, os próprios pinguins que circulam pela ilha, customizados com os itens restritos, nos fazem identificar por onde o poder incide. Os catálogos de compra também constituem enunciados visíveis e invisíveis por onde esse poder os atravessa.

Todos os pinguins podem fazer parte desse mundo virtual, mas sob a condição de que terão que conviver com algumas diferenças entre si. Deleuze e Guattari (apud Hardt, 2000), disseram que a prática racista está agora como estratégia de inclusão diferencial. Ninguém é excluído do campo pois não existe o *fora do campo*. A Disney oferece acesso gratuito para quem quer fazer parte da sociedade dos pinguins mas também disponibiliza um acesso diferenciado para quem adere à assinatura.

Durante o trabalho de campo, essa diferenciação pode ser vivenciada ao experimentarmos jogar ora com um avatar assinante ora com um não-assinante. Ao jogar com *ToinhoGPS* (não-assinante), a cada festa que iniciava-se no CP, com o lançamento de novos itens, acessórios, roupas e iglus temáticos, causava-nos uma sensação de tolhimento e de impotência. Não era uma questão de não ter capital para realizar a compra mas de não ter o “poder” de realizá-la. Com o avatar *Galaxye* (assinante), o “poder” de compra era total. Sem limites. Bastava apenas que tivesse moedas o suficiente para satisfazer qualquer desejo. E mesmo, se não tivesse as moedas, era só produzir mais jogando algum minijogo.

A moeda virtual exerce um papel fundamental na dinâmica do jogo. A moeda é um foco de poder e incide em quase todas as instâncias do jogo. Ela está presente em muitos ambientes da ilha seja na condição de minijogos, onde o desempenho é recompensado com moedas, seja nos catálogos de compra com etiquetas de preços nos produtos. E claro, a própria troca de moedas por produtos adquiridos.

Os lugares e ambientes da ilha, conforme mencionados, interligam-se seja por passagens secretas, portas que se abrem, subidas ou descidas de escadas e setas direcionando os jogadores. Os próprios jogadores vão fazendo uma cartografia com as interações que vão realizando durante suas estadas online. Eles podem transitar pela ilha através do mapa dos jogos, do mapa das lojas, do mapa dos lugares ou do mapa dos pets. O Mapa é um diagrama de forças, é um diagrama de visibilidades e de enunciados que incidem sobre um território

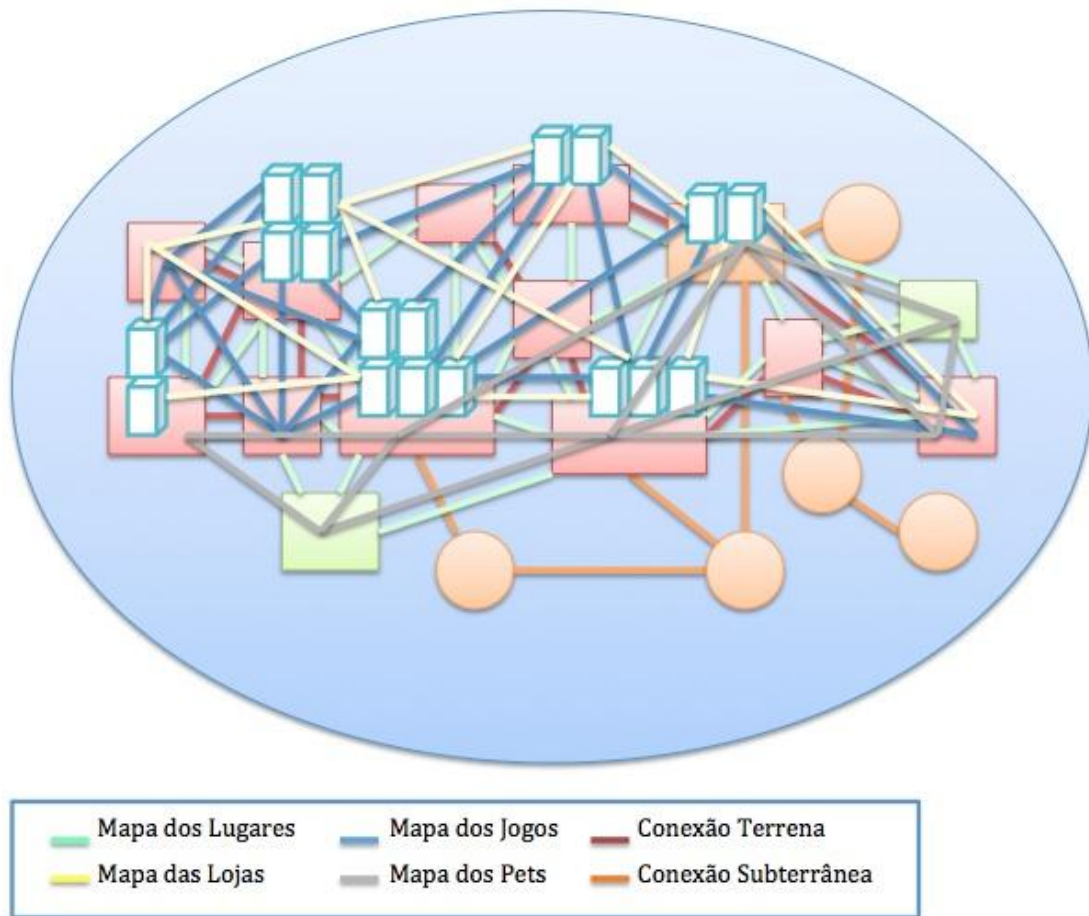
que se alterna entre os desejos de ação do jogador. Cada ícone tem a função de um enunciado focando no seu objeto. Quando clicamos no ícone jogos, o mapa torna visível em que localidade da ilha estão os minijogos. O mesmo acontece com os outros ícones: lojas, lugares e *puffles*. A geografia da ilha fica como um plano de fundo. Mas o jogador também pode fazê-lo à pé. O diagrama torna-se uma rede fluida com várias portas de entrada e saída, com setas e cliques guiando seus caminhos. As conexões entrecortam os jogadores ajudando-os a agirem, comunicarem-se e divertirem-se.

Para visualizar melhor, montamos um diagrama (Figura 7) com os ambientes, com os jogos, os catálogos de compra e as atividades sugeridas pelo jogo. Os quadrados na cor rosa, representam os lugares<sup>82</sup> da ilha como o Centro, Plaza, Praia, Forte Nevado etc. As figuras na cor laranja, representam os lugares no subterrâneo da ilha e suas conexões com a parte externa. Os quadrados em verde são lugares na ilha que são acessados só pela interface do Mapa e as linhas verdes fazem conexão deles com os outros lugares que também são acessados (pelo Mapa dos Lugares). Os retângulos em algumas figuras representam as construções de um pavimento ou dois. As linhas na cor azul representam as conexões do Mapa dos Jogos, as de cor amarelo são onde existem Catálogos de Compra, as de cor cinza são linhas indicando onde estão os minijogos dos *puffles* e de outros minijogos em que se pode levar os pets para melhorar o desempenho do jogador.

---

<sup>82</sup> Para saber o nome dos lugares e os ambientes deles, ir para Apêndice B, Figura 11.

Figura 7: Diagrama de Conexões



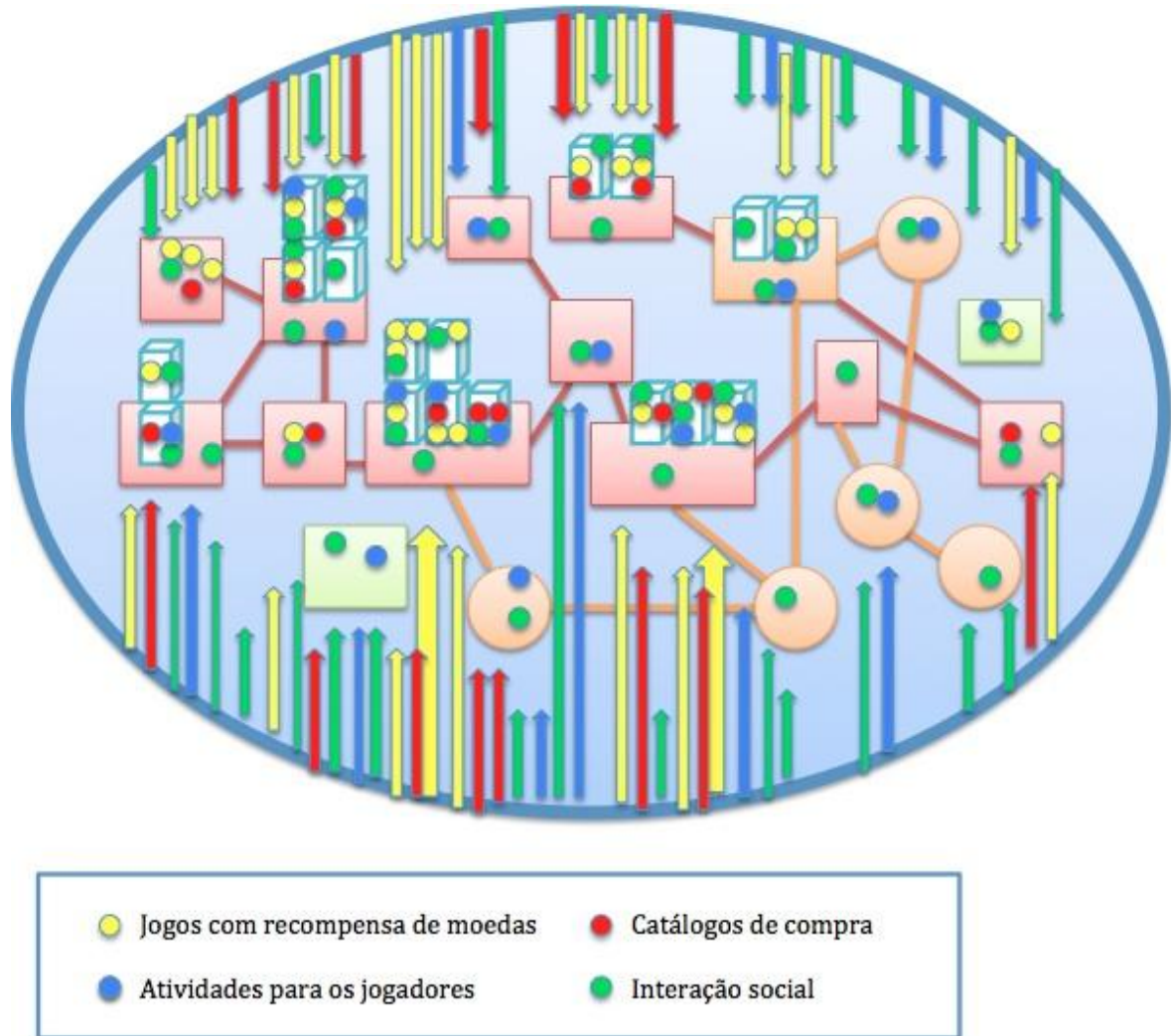
Fonte: A autora, 2013.

Na observação do Diagrama de Linhas de Força, da Figura 8, as cores (amarelo, vermelho, verde e azul) das bolinhas, representam linhas de força dos agenciamentos coletivos de enunciação. Desse modo, a cor amarela, que se refere aos jogos, mostra os lugares e ambientes na ilha onde eles estão, e remetem à moedas, recompensa, consumo, satisfação de desejos e subjetivação. As bolinhas de cor vermelha, mostram onde estão localizados os catálogos de compra no jogo, e que enunciam consumo, ganho de moedas, recompensas, produção de desejos e subjetivação. As de cor azul se referem aos lugares e ambientes onde existem atividades que podem ser realizadas em conjunto e enunciam a cooperação e a interação entre os jogadores. As bolinhas na cor verde, se referem ao ambiente onde é possível os jogadores interagirem socialmente entre eles, agenciando encontros, amizades, jogos e subjetivações.

A linha que envolve o Diagrama (Figura 8) com suas setas coloridas, representa as linhas de força do *Club Penguin* incidindo no jogo, nos seus lugares e ambientes, através dos

minijogos, dos catálogos de compra, das atividades propostas e da interação social entre os jogadores. As setas formam uma rede de afeto e de subjetivações. Se fizermos uma teia com cada uma dessas cores e seus nós representados pelas bolinhas, teremos um rizoma.

Figura 8: Diagrama de Linhas de Força



Fonte: A autora, 2013.

Na comunicação entre os jogadores, as linhas de força também atuam fazendo com que usuários do mundo inteiro consigam se comunicar mesmo que cada um interaja com um idioma diferente. A conversão dos idiomas, das palavras e frases trocadas entre os jogadores, são traduzidas automaticamente para o idioma de cada um. Os cinco idiomas disponíveis ampliam o leque de interatividade promovendo uma imersão mais real. São linhas de força que atravessam as linhas de visibilidade e de enunciação aparando-as, delimitando-as e traduzindo-as.

De outra forma, mas não menos diferente, as linhas de força vão recortando e controlando o bate-papo dos jogadores. A forma do bate-papo superseguro possui a interação já definida mas a forma de bate-papo seguro, apesar de contar com um filtro que bloqueia certas palavras, é possível que algumas interações saiam do limite desejável e causem constrangimentos para alguns jogadores. A vigilância, nesse sentido, está com moderadores online e os próprios jogadores que podem fazer o reporte caso vejam alguém quebrando as regras do bom comportamento. Esse reporte é feito acessando-se o cartão do jogador que infringiu a regra ou que tenha ultrapassado os limites do bom senso.

O capital de conhecimento também é uma fonte de poder que pode abrir portas literalmente. Como indicado, há ambientes na ilha que precisam de uma chave especial para se poder entrar. No entanto, para adquirir a chave é preciso, dependendo de cada ambiente, desvendar um mistério ou passar por um teste de habilidade. Novos jogadores, quando entram no jogo, desconhecem algumas dessas dinâmicas e pedem ajuda para os outros jogadores. A maioria ajuda dando dicas mas nem sempre a conquista depende só da informação com palavras. É preciso visualizar a conquista e dessa forma, vídeos postados no Youtube podem ajudar o jogador a entender o processo da conquista e fazê-lo obter a chave em menos tempo do que o faria em tentativas frustradas.

Quando uma festa acontece, um plano de forças se instala visivelmente na ilha criando afetos e subjetivando seus “habitantes”. As linhas de força alteram a estrutura visual da ilha. A arquitetura de prédios e o interior deles são repaginados. Ganham outras formas, podendo ter outros contornos, outras cores, outras dimensões. O som e a iluminação também contribuem para dar um clima mais imersivo. Por sua vez, as linhas de enunciação se entrecruzam com as de visibilidade reforçando a crença do jogador naquele mundo. Mas quando a festa acaba, um vazio visual se instala na ilha. A arquitetura volta aos seus contornos e cores originais. Ao mesmo tempo há uma sensação de retorno ao lar. Pois é sempre para essa mesma paisagem que as forças nos remetem quando as festas acabam.

As linhas de força também são operadas pelo gameplay do jogo. Toda a forma de interação do jogo, com suas regras, normas, minijogos, itens grátis, acessórios, decoração, tema de festas, trocas de informações, enfim, toda a dinâmica vivenciada no jogo passa pelo gameplay. É ele que vai fazer com que o jogador consiga obter uma experiência prazerosa e/ou uma sensação real de imersão no jogo. E a intensidade desse mergulho no jogo, o encaixe da narrativa com a jogabilidade, é que vai suscitar um devir jogador ou não.

A moeda virtual exerce um papel fundamental na dinâmica do jogo. Ela é um foco de poder, uma linha de força que incide em quase todas as instâncias do jogo. Ela está presente



em muitos ambientes da ilha seja nas etiquetas com o preço dos produtos, dos catálogos de compra, na própria ação de troca para adquiri-los e também nos minijogos quando o desempenho é recompensado com moedas.

Uma outra linha de força no jogo está na participação dos próprios jogadores em vigiar seus pares que vão na contramão das regras de boa conduta. É um chamado para um engajamento cooperativo que reforça o laço comunitário.

#### 4.1.4 Linhas de subjetivação

O jogo do *Club Penguin* é um jogo de processualidades. Não existem formas a serem representadas e muito menos informações para serem coletadas. Ao produzir subjetividades, o CP opera processos de subjetivação. Estas linhas de subjetivação são também chamadas de linhas de fuga. Elas não estão na parte concreta e nem na abstrata do dispositivo. Ela permeia as duas linhas embora a produção de subjetividade seja a inspiração dessas linhas anteriores.

No *Guia Oficial do Club Penguin*, podemos ver como a produção de subjetividade procura fazer com que o jogador mergulhe no jogo para que emergjam os afetos dessa realidade. O guia é uma espécie de manual que além de apresentar o jogo com seus personagens, narrativa e ambientes, também incentiva o jogador a se expressar através de seus gostos, seus desejos, e a interagir com os outros jogadores. Instrui a criança e o adolescente, como foi apontado, a como deve portar-se, agir e consumir dentro desse mundo virtual. A criança-jogador entra num processo de subjetivação incorporando uma subjetividade que Suely Rolnik chamou de *prêt-à-porter*<sup>83</sup>, onde os modos de ser são desejados de acordo com cada nova situação do mercado.

Os jogadores então adquirem gestos, posturas, aparências, estilos, roupas e comportamentos ditados pelas tendências do mercado. Eles mantêm o princípio identitário, mas aderem à uma subjetividade formatada, que deixa de ser fixa ou local, para ser flexível e globalizada. Podemos dar como exemplo as festas temáticas que levam elementos e costumes de uma cultura maior para serem aceitos e consumidos por culturas menores. E vice-versa. Durante um breve período de tempo, quando ocorrem as festas temáticas, e num espaço que

---

<sup>83</sup> Termo utilizado por Suely Rolnik para descrever a subjetividade onde os modos de ser são desejados de acordo com cada nova situação do Mercado.

suscita a criação de territórios existenciais, os jogadores vão incorporando essa subjetividade *prêt-à-porter*.

Nesse sentido, podemos perceber que a produção de subjetividade, no CP, está expressa nas palavras que estão no guia, da Disney. Essa produção de identidades *prêt-à-porter* abre um leque de possibilidades que podem ser acessadas, alteradas ou excluídas com apenas um clique, através da customização dos avatares e das ações interativas dos jogadores, variando conforme seu desejo.

Assim são marcados os territórios, pela expressividade dos jogadores. A forma como se vestem, como customizam o cartão do seu pinguim, as relações que travam durante o jogo e como essas relações acontecem, se é por meio de um bate-papo seguro ou superseguro, se é por *emoticons*, se é através de gestos, como dança, aceno ou sentado, enfim, os jogadores colocam sua assinatura no jogo inspirados pela produção de subjetividade.

Mas essa inspiração nunca termina, nunca se fecha numa assinatura. Ela está sempre sendo alimentada por novas produções, novas relações, novas interações, e assim formando, transformando a assinatura. Ela vai sendo atravessada por linhas que se entrecruzam criando janelas atencionais seja focando a atenção, ou distribuindo-a, ou dividindo-a, deslocando-se ou produzindo um olhar panorâmico. A cartografia do jogo produz mini cartografias na subjetivação do jogador. São paisagens psicossociais formadas por linhas segmentárias e linhas de fuga.

As linhas de subjetivação evidenciam-se não só nas formas como os jogadores customizam seus avatares, mas também nas suas formas de interagir com outros jogadores. Podemos usar como exemplo o *bullying* que o jogador Pinguim1 sofreu quando quis dançar com dois outros jogadores que estavam vestindo uma fantasia de palhaço. Pinguim1 era um não-assinante e portanto, não podia adquirir essa fantasia. Por isso foi rechaçado pelos outros jogadores: *sai pra lá/ vc não é assinante*. Esse é um dos efeitos do poder que a aquisição de uma assinatura confere. Quem tem o poder total de compra no jogo, tem um poder acima daqueles que são limitados. E dependendo dos jogadores com quem ocorre a interação, esse poder pode ou não fazer uma diferença. Nesse caso, hora e lugar, fez. Pinguim1 foi excluído da brincadeira.

Essa situação pode ser comparada com a que Hardt chamou de racismo imperial. Se na modernidade o racismo estava nas diferenças biológicas, no mundo contemporâneo as diferenças foram substituídas por significantes sociológicos e culturais. Embora o capitalismo seja apontado como avesso à exclusões, esses episódios de *bullying* fazem parte de conflitos

menores e interiores. Em princípio, todas as identidades são iguais mas sabendo que devem agir tendo por bases essas diferenças.

Para reforçar esta questão, de que entre assinantes e não-assinantes existe uma diferença que influencia na subjetivação de seus usuários, vamos tomar como exemplo, uma conversa entre três jogadores que estavam visitando o iglu<sup>84</sup> de um outro jogador. Questionados sobre o porquê de quererem ser assinantes, um deles respondeu que poderia comprar *muitas coisas*.

O *Club Penguin* cria com essa diversão diferenciada (adesão de uma assinatura) sistemas de hierarquia inconsciente e de escalas de valor que subjetivam quem se submete a eles, abrindo um campo de valorização social onde assinantes e não-assinantes terão que se situar. São linhas de subjetivação que inserem os jogadores não só no mercado consumidor, mas também na produção de bens e de afetos.

Ainda sobre o *Guia do Club Penguin*, existem dicas sobre como organizar esse tipo de festa e a postura que deve-se ter um anfitrião ou convidado. São modos de convívio social sendo produzidos. Modos de portar-se, de comportar-se e de conviver com os outros jogadores. O site incentiva também a comunicação entre os jogadores onde vários ícones estão à disposição para que isso aconteça. São frases prontas, *emoticons* sugestivos de interação, cartões postais, ícones com links interativos para pedidos de amizade e visitação de iglus. Os próprios minijogos com mais de um jogador estimulam as amizades. A seção comunidade do site também incentiva o usuário a fazer parte da rede de amigos ao pedir que enviem desenhos, piadas e histórias.

Algumas atividades na ilha, como descrito, colocam os jogadores no que convencionou-se chamar de “trabalhadores sociais”. Esses jogadores prestam um serviço imaterial para a Disney. São os guias de turismo e os agentes secretos. Eles ganham um salário por esses serviços. Sendo que, mesmo que o jogador inscrito em uma dessas atividades, não tenha feito seu trabalho ao longo de um determinado mês, ele continua recebendo seu salário. Podemos perceber que esses trabalhadores, atuam na produção de subjetividade. Ele promovem a ilha e acabam fazendo parte do trabalho imaterial.

Os jogadores que criam blogs e sites sobre o *Club Penguin* na Internet, e que utilizam banners do próprio CP, também exercem um serviço imaterial. Eles utilizam as informações do jogo, para criar um canal de comunicação com outros jogadores fora do ambiente do site do CP. Eles também produzem subjetividade e passam de consumidor a comunicadores.

---

<sup>84</sup> Diário de Campo: Dia 19/10/11 Servidor Boreal - Avatar Galaxy.

Geralmente, esses blogueiros são pré-adolescentes ou adolescentes que estão aprendendo a dominar as tecnologias de informação e acabam fazendo um trabalho cooperativo. Quando estão entrando na fase jovem, param de postar conteúdo e se despedem de seus leitores virtuais explicando que agora não têm mais tempo para se dedicar a atualizar o blog. Outros, porém, passam a tarefa para alguns de seus seguidores fazendo prolongar a existência daquele canal de comunicação entre o *Club Penguin* e seus jogadores. A informação e a comunicação tornam-se as verdadeiras mercadorias produzidas nesse tipo de trabalho.

Muitos jogadores criam mais de um avatar/pinguim. Não existe um limite e nem um controle para ter novos avatares. Com apenas um e-mail, vários avatares podem ser criados. Mas para a adoção de *puffles*, a quantidade é limitada.

A questão de valores intrínsecos à moeda, com o objetivo em que é adotada no jogo, é empregada tal como no mundo *off-line*, em que usamos o dinheiro para comprar roupas, acessórios, comida, casas, animais de estimação, cartões postais, etc. E, se pagamos também para nos divertir como ir ao cinema, ao teatro ou viajar, por exemplo, no CP também teríamos uma diversão com custos, que seria a adesão a uma assinatura. Outra associação entre as duas realidades, está nas atividades que simulam trabalhos prestados à ilha, no jogo, e que remuneram mensalmente os jogadores. Essas atividades valorizam um serviço laboral com remuneração chamada de salário.

Como mencionado, na observação empírica, Fernando<sup>85</sup> se aproximou do seu avatar entrando no devir jogo. No entanto, essa proximidade, gerou um transe imersivo cuja subjetivação traçou uma linha de fuga. Era um devir avatar atravessado por pensamentos, sentimentos e ações do jogador. Fernando atribuiu ao seu pinguim, o Galaxy, uma identidade pessoal, com roupas, acessórios, um lar decorado, animais de estimação para cuidar, entre outras atribuições que o jogo permite. Esses agenciamentos foram despertando em Fernando sentimentos de como ele reagiria em sua própria natureza humana. Fernando era o Galaxy e vice-versa.

---

<sup>85</sup> Filho da autora, então com 5 anos de idade, e com o qual foi realizada uma observação empírica durante a pesquisa.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As primeiras perguntas que me vieram à mente, quando comecei a buscar mundos virtuais como objeto de pesquisa, era saber o que assegurava uma imersão e quais seriam seus efeitos nas formas de pensar, agir e sentir dos jogadores. Depois de pesquisar sobre o assunto, entendi que não existe uma fórmula fechada para a questão da imersão. O que existe é uma combinação de elementos que compõe um jogo e que podem propiciar ou não, um sentimento real de imersão. E essa combinação se chama *gameplay*.

Os efeitos nas instâncias psíquicas dos jogadores estariam relacionados com a produção de subjetividade do jogo. Mas essa resposta é mais complexa pois abrange linhas visíveis e dizíveis sendo atravessadas por linhas de força e de subjetivação formando uma transversalidade nas relações. O método cartográfico permitiu desembaraçar essas linhas se concentrando no principal objetivo dessa pesquisa: que era a investigação da subjetividade capitalística através da narrativa do game *Club Penguin*. E a netnografia permitiu uma observação mais densa dos processos que se desenvolvem no ambiente virtual e no qual as relações processuais dos atores sociais também fazem parte.

Nossa primeira pista, com base no desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, nos havia levado a identificar o *Club Penguin* como um dos dispositivos produtores de subjetividade capitalística que, ao mesmo tempo em que permitem autonomia dos seus usuários, exercem uma vigilância e um controle consentidos, típicos da sociedade de controle à que Deleuze descreve.

O sistema capitalista é uma máquina desejante onde o fluxo do desejo é encontrado no fluxo monetário, nos meios de produção, na força de trabalho, nos mercados, etc. E ao mesmo tempo em que libera desejos e ações, o sistema (capitalista) também os controla pelo fluxo da informação. Toda essa dinâmica capitalística está no jogo estimulando o consumo, o acúmulo por acúmulo, o trabalho social remunerado, o capital de conhecimento, o capital de rede, a cooperação e até as ações sociais. O jogo também traz aquilo que o capitalismo diz ter aversão como a exclusão, quando oferece uma diversão extra para quem adere a uma assinatura. Podemos acrescentar a esse mote, ações dos *free-riders* e de *bullying*. Mas ao mesmo tempo em que é contrário a essas práticas, o capitalismo também permite que elas existam ou que sejam criadas em seu próprio território. É um poder, como mostra Foucault (apud DELEUZE, 2005, p.35), que não nega a existência dessas diferenças, mas as vê como inúmeros pontos de enfrentamento, focos de instabilidade, pontos singulares por onde passa.

As práticas realizadas nas redes sociais e comunidades virtuais, que se formam no decorrer do jogo, constituíram a segunda pista. Elas refletem os efeitos das relações presentes no capitalismo contemporâneo, que tem como base o consumo e a produção de signos e afetos, tal como descritas por Hardt e Negri.

O *Club Penguin* se apresenta como um grande “guarda-chuva” de histórias, que podem ou não estar inter-relacionadas, mas que vão afetando as crianças e também sendo afetadas por elas a partir da interação que existe dentro desse mundo virtual. Os usuários são desafiados pela narrativa a representarem papéis, profissões que tenham um significado no seu cotidiano ou a desempenharem atividades ainda não próprias para suas idades. Eles também são levados a reproduzir formas de acumular capital, de consumir toda espécie de produtos, de vestir-se conforme as tendências do mercado, de pensar, de decorar o iglu e até de portar-se diante dos outros jogadores. Isso os ajuda a não só se organizarem mas também a produzir conhecimento e a adquirir oportunidades de socialização mais do que investiram nessa interação.

O *Club Penguin* cria um outro universo, uma outra relação com o mundo em que vivemos, uma outra vida que vem de dentro e não de um ponto exterior. Se a representação se relaciona com o objeto, se o avatar é a simulação do jogador, esta relação sai da representação; e se o objeto é o organismo ou a organização, é porque a representação é antes orgânica em si mesma. Isso quer dizer que o jogador detém o organismo ou a organização traçando níveis. E se a sensação é o reencontro da onda com forças que agem sobre o corpo, então o avatar é antes orgânico em si mesmo. A forma do avatar (a simulação), exprime a princípio a vida orgânica do jogador enquanto indivíduo. Não é reproduzir as coisas no mundo exterior, mas projetar seu interior numa independência e perfeição ideais, no seu avatar.

O *Club Penguin* abarca fronteiras geográficas, diferenças culturais e sociais. Essa diversidade, não impede que o território onde o jogo acontece, crie um sentimento de pertença comum a todos. Seus integrantes não precisam estar ligados por uma geografia comum ou terem o mesmo idioma. O território a que estão ligados é um território modular. A modulação acontece pelos diferentes servidores que acabam criando sub-comunidades entre eles. A modulação também está nos 5 idiomas disponíveis tornando a comunicação mais fácil e proporcionando uma imersão mais real.

Ao analisar a narrativa do jogo concluímos que o que ela faz é tornar a experiência dos seus usuários mais real na medida em que as metáforas que usa para interagir tornam a experiência mais intuitiva. Como são metáforas gráficas, desenhos coloridos e que passam a

ficar também animados, pela interatividade do jogador a partir do mouse ou do teclado, o seu uso se torna menos intimidante.

No que concerne às diferenças entre narrativa presencial e narrativa interativa via redes sociais digitais, podemos fazer duas observações. A primeira é que tanto uma quanto outra dependem do quanto de participação cada ouvinte/jogador tem na narrativa. As diferenças começam a aparecer quando a narrativa interativa dá ao jogador a oportunidade dele interagir e atuar nela encaminhando o desfecho, quando tem um, de acordo com a sua participação/atuação.

Para a terceira pista, que estava ligada aos processos de subjetivação de crianças e adolescentes no jogo, verificamos que jogos digitais dão aos seus usuários a oportunidade de revelar desejos, pensamentos e ações que podem estar além de suas capacidades de realização cotidiana. As linhas de visibilidade e de enunciação se refletem nesse processo de desenvolvimento de ações futuras desses jogadores. Tais momentos estariam categorizados, como Vygotsky definiu, na *zona de desenvolvimento proximal*. Ou seja, uma zona em potência para se alcançar o nível de desenvolvimento real.

McLuhan (1964) quando falou sobre meios de comunicação como extensão do homem, disse que todos os jogos têm algo a nos ensinar pois são meios de comunicação interpessoal e funcionam como extensões de nossas vidas interiores imediatas. Quando usamos o mouse ou o teclado<sup>86</sup>, parafraseando McLuhan que usou como exemplos uma raquete de tênis na mão e 13 cartas de baralho, “[...] consentimos em ser parte de um mecanismo dinâmico numa situação deliberadamente artificial” (MCLUHAN, 1964, p.159).

Neil Postman (1994), teórico americano que cunhou o termo *tecnopólio* para designar a rendição de uma cultura à uma nova tecnologia, ressalta que quando aceitamos uma tecnologia nova devemos fazê-lo com olhos bem abertos. Como as mudanças ocorrem com rapidez, não há manuais para explicar o que está acontecendo. Então é preciso que haja uma voz discordante para moderar e nos fazer refletir sobre quem ganhará ou perderá mais com as mudanças. Mas uma coisa é certa, o capital cognitivo que está sendo produzido, está sendo também acumulado por essa força infantil e infanto-juvenil, em matéria de potência. Quais seriam as pistas que seguiremos para verificar os efeitos desse acúmulo a curto prazo, poderá ser o tema de nossa próxima pesquisa.

---

<sup>86</sup> McLuhan (1964) citou outros exemplos nessa frase: Se tomamos uma raquete de tênis na mão, ou 13 cartas de baralho, consentimos em ser parte de um mecanismo dinâmico numa situação deliberadamente artificial. (MCLUHAN, 1964, p.159)

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Oswald de. “Manifesto Antropófago” [1928], In: \_\_\_\_\_. *A Utopia Antropofágica*, Obras Completas de Oswald de Andrade. São Paulo: Globo, , 1990.
- ABRIL, Ed. Pais ajudam filhos a mentir idade para entrar no Facebook. *Veja: Vida Digital*, 02/11/2011. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br>> . Acesso em: 30 out 12.
- ANDRADE, Igor. Disney pra gente grande. *GameWorld: Revista EGW*, n.114, maio 2011. Disponível em: <<http://gameworld.com.br>>. Acesso em: 30 out 2012.
- ASSIS, Jesus de Paula. *Artes do Videogame: conceitos e técnicas*. São Paulo: Alameda, 2007.
- AZAMBUJA, Maria Cecile. *Diagrama de Conexões*. Rio de Janeiro: 2013. (Fig.: 7)
- \_\_\_\_\_. *Diagrama de Linhas de Força*. Rio de Janeiro, 2013. (Fig.: 8)
- \_\_\_\_\_. *Lugares e Ambientes da Ilha*. Rio de Janeiro, 2013. (Fig.: 12)
- BAKHTIN, Mikail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BBCBrasil.com. Mercado brasileiro de games vira oportunidade de negócios. *Terra - Games*, 15 out 2012. Disponível em: <<http://games.terra.com.br/noticias>> Acesso em: 20 out. 2012.
- BBCBrasil.com. No Brasil, mercado de games pode faturar R\$ 4 bilhões até 2016. *Terra – Games*, 15 out 2012. Disponível em: <<http://games.terra.com.br/noticias>> Acesso em: 20 out 2012.
- BARROS, Laura Pozzana de; KASTRUP, Virgínia. Cartografar é acompanhar processos. In: KASTRUP, Virgínia, PASSOS, Eduardo e ESCÓCIA, Liliana da (Orgs.). *Pistas do método da cartografia: Pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 52-75.
- BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas*, v. I: Magia e técnica, arte e política. Trad. S.P. Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1985 [1936].
- BLOCK, Bruce. *A Narrativa Visual*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BRAGA, Adriana. *Personas materno-eletrônicas: feminilidade e interação no blog Mothern*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- BRAGA, Adriana. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. *UNIrevista*, São Leopoldo, v. 1, n. 3, p. 1-11, jul. 2006.



CASTELLO-BRANCO, Patrícia S. A visualidade háptica da televisão contemporânea. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v.32, n.2, p. 15-37, jul./dez. 2009. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br>> Acesso em: 17 maio 2013.

CAIAFA, Janice. *Aventura das cidades: ensaios e etnografias*. FGV Editora, 2007.

\_\_\_\_\_. Etnografia Urbana. *Comunidade virtual de Antropologia* [Revista Online], n. 43, 18 ago. 2008. Glaucia Buratto Rodrigues e Mello. Disponível em: <<http://www.antropologia.com.br/entr/entr43.htm>>. Acesso em: 24 abr 2013.

CAMPBELL, MacGregor. O Mundo é um game. *Revista Dicas INFO/ Exame*, São Paulo, Editora Abril, n. 92, p. 15-19, 2011.

CAMPOS, Flávio de. *Roteiro de Cinema e Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2007.

CLIFFORD, James. *Sobre a Experiência etnográfica*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

CLUB PENGUIN. Site infanto-juvenil de jogos de multijogadores online e de rede social. Disponível em: <<http://www.clubpenguin.com>>. Acesso para estudo entre agosto e janeiro de 2011.

CLUB PENGUIN. *Figuras – Interface no login da autora*. 2011. (Fig.: 1-6; 9-11)

DE MARCHI, Ana Carolina B.; TRENTIN, Marco Antonio S. (Org.) *Tecendo caminhos em informática na educação*. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2008.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, v. 102, p. 85-102, 1997 apud HARDT, Michael. *A sociedade mundial de controle*. São Paulo: Editora 34, 2000.

DELEUZE, Gilles. A imanência: uma vida. In: \_\_\_\_\_. *Imagens de um filósofo da imanência*. Londrina: UEL, 1997. p.15-19.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Tradução de Peter Pál Perbart. São Paulo: Editora 34, 1992.

\_\_\_\_\_. PARNET, Claret. *Diálogos*. São Paulo: Escuta, 1998.

\_\_\_\_\_. GUATTARI, Félix. *Mil Platôs*. vol. 2. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

\_\_\_\_\_. GUATTARI, Félix. *Mil Platôs*. vol.4, São Paulo: Editora 34, 2008.

\_\_\_\_\_. *Foucault*. São Paulo: Brasiliense, 2005.

\_\_\_\_\_. Que és un dispositivo? In: DELEUZE, G. *Michel Foucault: filósofo*. Trad. Wanderson F. do Nascimento. Barcelona: Gedisa, 1990. p.155-161.

ENTREVISTA. Etnografia Urbana. *Revista online: Comunidade Virtual de Antropologia*, Rio de Janeiro, n. 42, 18 ago. 2008. Disponível em: <<http://www.antropologia.com.br>> Acesso em: 24 abr. 2013.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Petrópolis, Vozes, 2009.

FRÓES, Jorge R. Mendonça. *Tecnologia e Educação: das máquinas à técnica, uma abordagem segundo Gilbert Simondon*. São Paulo: Editora Bulcher, 2010.

GEERTZ, C. A Descrição Densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: GEERTZ, C. A *Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Zahar. 1978. p.13- 41.

GLOBO.COM. Brasil é o país que mais cresceu em números de usuários no Facebook. *GI - Tecnologia e Games*, Rio de Janeiro, 05 jan. 2012. Disponível em <<http://g1.globo.com>> Acesso em: 20 out. 2012.

GONÇALVES, Renata. Piaget e Vygotsky: diferenças e semelhanças. *Brasil Escola - Monografias*. Disponível em: <<http://monografias.brasilecola.com/psicologia/piaget-vygotsky--diferencas-semelhancas.htm>>. Acesso em: 31 maio 2012.

GONÇALVES, Renata. Síntese das ideias de Vygotsky. *Brasil Escola – Monografias*. Disponível em: <<http://monografias.brasilecola.com/psicologia/sintese-das-ideias-vygotsky.htm>>. Acesso em: 31 maio 2012.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. *Micropolíticas - Cartografias do Desejo*. Petrópolis: Vozes, 2011.

GUATTARI, Felix. *Caosmose: Um novo paradigma estético*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

GUTIERREZ, Suzana de S. A etnografia virtual na pesquisa de abordagem dialética em redes sociais online. In: REUNIÃO ANUAL DA ANPED, 32, 2009, Caxambu. *Sociedade, cultura e educação: novas regulações*. Caxambu, 2009. Disponível em: <<http://www.anped.org.br/reunioes/32ra/arquivos/trabalhos/GT16-5768--Int.pdf>>. Acesso em: 23 abr.2013.

HARDT, Michael; NEGRI, Antônio. *Multidão: guerra e democracia na era do império*. Tradução: Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2005.

HARDT, Michael. *A sociedade mundial de controle*. São Paulo: Editora 34, 2000.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Império*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

HONORATO, Renata. Pinguins da Disney ganham a TV, as bancas e as redes. *Veja – Vida Digital*, em 05 ago. 2012. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/inspirada-no-club-penguin-disney-aposta-na-web> > Acesso em: 28 set 2012.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

JOHNSON, Steven. *Tudo que é ruim é bom para você: como os games e a TV nos tornam mais inteligentes*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.

KASTRUP, Virgínia, PASSOS, Eduardo e ESCÓCIA, Liliana da (Orgs.). *Pistas do método da cartografia: Pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

KOZINETS, Robert V. On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture. *Advances in Consumer Research*, New York, vol. 25, p. 366-371, 1998.

KERCKHOVE, Derrick. *A Pele da Cultura: Investigando a nova realidade eletrônica*. São Paulo: Annablume, 2009.

LAVRADOR, Maria Cristina; BARROS DE BARROS, Maria Elizabeth (Org.) *Texturas da psicologia, subjetividade e política no contemporâneo*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2002. p.11-28

LAWRENCE Schick por Michel Marriott, *I Don't Know Who You Are but (Click) You're Toast*, em New York Times, 29-10-1998 apud PRENSKY, Marc. *Aprendizagem baseada em jogos digitais*. São Paulo: Senac São Paulo, 2012.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2000.

\_\_\_\_\_. *O Que é o Virtual?* São Paulo: Editora 34, 1999.

MALINOWSKI, Bronislaw. Objeto, método e alcance desta pesquisa. In: ZALUAR, Alba (Org.). *Desvendando Máscaras Sociais*. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, p.39-62, 1980.

MCLUHAN, Marshall. *A Galáxia de Gutemberg: A formação do homem tipográfico*. São Paulo: USP, 1969.

\_\_\_\_\_. *O meio é a mensagem*. Tradução: Ivan Pedro de Martins. Rio de Janeiro: Record, 1969.

\_\_\_\_\_. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

MESMO bloqueado, Facebook tem 63 milhões de usuários na China. *Olhar Digital*, São Paulo, 01 out. 2012. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br>> Acesso em 20 out 2012.

MURRAY, J. *Oi Futuro Cabeça – Literatura Expandida*. Rio de Janeiro, 21 set. 2011. Palestra no Oi Futuro do Flamengo.

MURRAY, Janet H. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itáu Cultural: Unesp, 2003.

NEGRI, A. Infinitude da Comunicação / Finitude do Desejo. In: PARENTE, André (Org.) *Imagem Máquina. A era das tecnologias do virtual*. São Paulo: Editora 34, 2004. p.173-176.

NOLL, Katherine. *O Guia Oficial do Club Penguin*. Disney, volume 1. São Paulo:

Melhoramentos, 2010.

NOVAK, Jeannie. *Desenvolvimento de Games*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

POSTMAN, Neil. *Tecnopólio: A rendição da cultura à tecnologia*. São Paulo: Nobel, 1994.

PRENSKY, Marc. *Aprendizagem baseada em jogos digitais*. São Paulo: Senac São Paulo, 2012.

REBS, R. *O lugar no espaço virtual – um lugar etnográfico sobre as recriações de territórios do mundo concreto no Second Life*. 2010, 117f. Dissertação (Mestrado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2010. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/43185221/DISSERTACAO-RebecaRecueroRebs>>. Acesso em: 23 abr. 2013.

RHEINGOLD, Howard. *Foules inteligentes: la revolution qui comence*. Paris: M2 Editions, 2005. p. 61-98.

RIBEIRO, Carolina. No dia da criança, confira as redes sociais feitas só para os pequenos. *TechTudo*, online, 12 out. 2012. Disponível em <<http://www.techtudo.com.br>> Acesso em: 01 set. 2013.

ROLNIK, Suely. Subjetividade Antropofágica In: HERKENHOFF, Paulo; PEDROSA, Adriano (Ed.). *Arte Contemporânea Brasileira: Um e/entre Outros*, XXIV a Bienal Internacional de São Paulo. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 1998. p. 128-147.

ROYO, Javier. *Design Digital*. São Paulo: Rosari Ltda, 2008.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge, Mass. MIT Press, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. *A arte no século XXI – A humanização das tecnologias*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.

SCHELL, Jesse. *A Arte de Game design: o livro original*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

SCHOPKE, Regina. *Dicionário Filosófico: conceitos fundamentais*. São Paulo: Martins Martins Fontes, 2010.

“THE PLAYBOY Interview: Marshall McLuhan”. *Playboy Magazine*, March 1969. Disponível em: <<http://entrevista-mcluhan.wikispaces.com/>> Acesso em: 18 maio 2013.

UOL Notícias. Crianças brasileiras são as mais novas a entrar em redes sociais, aponta pesquisa. *Uol Notícias – Tecnologia*, online, 25 out. 2010. Disponível: <<http://tecnologia.uol.com.br>. Acesso em: 01 set 2013 .

VALOR Online. Crianças usam internet para comentar produtos, diz pesquisa. *IG*, online, 14 set. 2011. Disponível em: < <http://economia.ig.com.br>>. Acesso em: 01 set. 2013.

VELHO, G. Observando o Familiar. In: NUNES, E. de O. (Org.) *A Aventura Sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar. 1978. p. 36-46

VYGOTSKY, L.S. *A formação social da mente*. São Paulo: Martins Fontes. 1998.

WEBER, Max. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WERTHEIM, Margareth. *De Dante à Internet: uma história do espaço*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

ZOURABICHVILI, François. *O vocabulário de Deleuze*. Trad. André Telles. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2004.

## APÊNDICE A – Diário de Campo

As anotações que transcrevo abaixo referem-se ao trabalho de campo da pesquisa durante cerca de quatro meses como jogadora e observadora participante no site do jogo *Club Penguin*. Começou no dia 16 de setembro de 2011 e finalizou no dia 13 de janeiro de 2012.

Em algumas conversas, foram anotados nomes/números dos jogadores mas os mesmos passaram a ser identificados na pesquisa com a palavra *Pinguim* seguida de um número, para preservá-los. Essa identificação está entre parênteses, logo após a fala deles. Foram anotados somente aqueles cuja participação na conversa se repetia. Os que falavam só uma vez, a identificação foi ignorada. Em outras conversas, ficou impossível anotar quem fazia uma ou outra intervenção por estarem os pinguins amontoados quase que um em cima do outro. Isto impossibilitou o discernimento das letras e as mesmas a qual pinguim pertenciam. Em outras vezes, o balão de fala de um pinguim cobria o nome do outro que estava acima dele. E ainda, houve conversas em que a preocupação estava em anotar somente as falas para ver a dinâmica, não anotando os seus interlocutores, pois corria-se o risco de perder a totalidade do bate-papo.

A maioria das falas não tem pontuação e estão descritas conforme foram escritas pelos jogadores, em caixas altas, baixas ou alternadas. Os erros de ortografia identificados, também não foram corrigidos. Os *emoticons*, foram descritos no texto da pesquisa pois nem todos estão disponíveis no *word*. Vários *emoticons* foram criados pelo próprio *Club Penguin*.

Algumas interfaces foram registradas num caderno de anotações, enquanto que outras, copiadas através do recurso *PrintScreen* do teclado, salvando-as no computador em que foi feita a pesquisa, o que ajudou bastante para posterior análise das imagens e das interações.

Como jogadora, participei dos eventos que aconteceram na ilha, buscando realizar as atividades propostas por cada narrativa como jogar os minijogos e adquirir itens temáticos de consumo. Também interagi com outros jogadores visitando seus iglus, quando convidada por eles. Visitei vários blogs e sites sobre o *Club Penguin* para desvendar seus segredos e mistérios mais rápido. Como complemento, comprei o manual da Disney sobre o *Club Penguin*, li matérias colhidas em jornais e revistas online. Mas o que se verá nesse Diário de Campo, são anotações referentes ao jogo e ao site do *Club Penguin* no computador. Sendo que, em alguns momentos das anotações, uso a primeira pessoa do plural. Quando isso acontece, é porque estou ao lado do meu filho jogando com ele.

Como observadora participante, além de adentrar neste mundo virtual como membro da comunidade e fazendo parte da rede social que ele promove, busquei informações no próprio

site sobre o *Club Penguin* e também troquei alguns e-mails com o gerente de Marketing da Disney, responsável pelo site na América Latina, para tirar algumas dúvidas.

Durante os dias de trabalho de campo, alternei entre jogar, investigar a narrativa do jogo e ou o tema da festa em vigor.

Para fazer a pesquisa, usei os dois avatares criados para o meu filho: *Galaxye* e *ToinhoGPS*. Interagi mais com o *Galaxye*, por se tratar de um avatar-assinante que me dava a chance de analisar a questão de como a assinatura poderia interferir no jogo. Mas de vez em quando, também usava o *ToinhoGPS* para sentir as dificuldades que um não-assinante enfrentava.

Quanto a minha programação para o trabalho de campo, inicialmente procurei ter uma constância de dias e horários durante a semana, mas devido aos problemas de conexão encontrados durante o período estabelecido, optei por uma flexibilidade maior de dias e horários. A conexão com o *Club Penguin*, frequentemente caía, congelando a interface devido ao alto número de jogadores *online*. Por causa disso, quando eu queria estudar a narrativa do jogo, buscando investigar a jogabilidade e o tema de um determinado evento que estivesse acontecendo na ilha, eu procurava entrar nos servidores<sup>87</sup> que estavam com poucos jogadores. E quando meu interesse era interagir com outros jogadores, procurava então os servidores que estivessem quase lotados.

Entrei todos os dias no site mas não fiz anotações nos dias em que entrei para pesquisar na internet, ou no próprio site, e nem nos dias em que queria apenas jogar minijogos. Os servidores que mais entrei foram Avalanche, Boreal e Zero Grau.

### **Dia 16/09/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Toinho GPS

Entrei com o avatar ToinhoGPS. Comprei uma cor nova para o pinguim e um plano de fundo novo para o cartão. Joguei alguns minijogos e depois tentei ir no ambiente Debaixo d'água, do Lago Secreto. Ao tentar entrar, recebo a informação de que preciso conquistar a chave Musguenta e ela é só para assinantes. É frustrante. Saí e entrei de novo mas com o avatar Galaxye. Fui no ambiente Loja de Presentes e fiquei pesquisando o catálogo Estilo Pinguim. Há itens no catálogo que estão ocultos ou seja, não estão expostos nas páginas. Mas

---

<sup>87</sup> Servidores é o mesmo que dizer salas de bate-papo. Existe mais de uma centena disponível.

estão em algum ponto do desenho nas páginas do catálogo procurando encontrá-los. Se aparecer a “mãozinha” do cursor, é porque tem um item escondido ali.

Na Loja de Presentes presenciei uma ação de *bullying*. Dois pinguins vestidos de palhaços estavam fazendo uma coreografia juntos. Tinha perto deles um terceiro pinguim, a quem chamaremos de Pinguim1, que queria participar da dança. Mas cada vez que Pinguim1 se aproximava dos dois palhaços e começava a dançar, os dois primeiros se afastavam e recomeçavam longe dele. Ele pedia para dançar com eles mas era rechaçado com a desculpa de que não era assinante. Pinguim1 não estava vestido de palhaço porque só os assinantes podiam comprar essa roupa.

- pq não posso dançar? (Pinguim1)
- sai pra lá
- vc não é assinante.

Os dois palhaços combinaram de ir para um local da festa onde só os assinantes podiam ir. E foram embora deixando o Pinguim1 sozinho. Me aproximei para conversar mas ele foi embora também. Procurei pelos palhaços em outros lugares da ilha, mas não os achei.

### **Dia 18/09/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxy

Galaxy comprou mais *puffles*.

Meu filho estava adorando ter alguém dependente dele para fazer coisas básicas como as que ele realiza no seu dia-a-dia que são comer, tomar banho, pentear o cabelo, dormir e brincar. Percebo que ele trata seus *puffles* com carinho. Ele conversa com eles enquanto supre suas necessidades da mesma forma que eu faço quando cuido dele.

- “Puffinho, bom dia! Você dormiu bem? Está com fome? Quer uma comidinha? Eu vou te dar. Você tá suquinho. Vamos tomar um banho?”

É como se ele (Fernando) se visse no lugar do *Puffle*, sendo cuidado com a mesma dedicação, carinho, atenção que lhe dou, com atividades similares na sua vida off-line. Essa interatividade, coloca a criança em contato com sua alteridade.

### **Dia 19/09/11**

Servidor:

Avatar: Galaxy

Descobrimos (eu e Fernando) que para ter mais cartas na hora de jogar o minijogo Desafio Ninja, é preciso comprar cartas no mundo off-line. Tais cartas veem com um código



de destrave de itens online. Quando digitamos o código, destravamos as mesmas cartas e consequentemente, elas aparecem no inventário do pinguim.

### **Dia 20/09/11 (por volta da meia noite)**

Servidor: Avalanche

Avatar: ToinhoGPS

Entrei com o pinguim ToinhoGPS. Vi novamente um não-assinante ser excluído de uma brincadeira. Três palhaços estavam dançando quando um quarto pinguim estava tentando participar também da brincadeira. Era só ele chegar perto que os demais saíam. Eles diziam:

- sai
- vc não é assinante

### **Dia 22/09/11**

Servidor: Avalanche

Avatar: Galaxy

Hoje começou a Festa Setembrina. Nesse evento, quase todos os ambientes da ilha ficam decorados com um tema de circo. Também tem várias barraquinhas de minijogos cujos pontos ganhos são revertidos em tíquetes que podem ser trocados por itens exibidos em algumas barracas. Você não pode acumular tíquetes para outra vez que entrar no jogo. Tem que gastá-los antes de sair do jogo. Se a conexão cair, você também perde os tíquetes.

### **Dia 23/09/11**

Servidor: Avalanche

Avatar: Galaxy

Entramos no Club Penguin, eu e meu filho, para jogar na Festa Setembrina e ganhar tíquetes para trocar por prêmios. Três dos *puffles* do Galaxy estavam famintos. Fernando pediu para que eu os alimentasse mais tarde pois estava ansioso para encontrar a tartaruga que o pinguim fica segurando, é uma espécie de bichinho de pelúcia. Procuramos em todas as barracas de prêmio e a tartaruga não estava exposta em nenhuma delas. Perguntamos então a alguém que tinha uma.

- onde consigo a tartaruga (Galaxy)
- na barraca do circo
- na terceira bandeira

Alguns itens são assim, difíceis de achar. As dicas estão sempre no jornal. Eu não havia lido a última edição. Seria difícil mesmo encontrar a tartaruga sozinha. Com a dica,

fomos para a tal barraca em frente ao circo. O local na ilha onde está o circo só pode ser visitado por assinantes. Só que a conexão caiu e conseqüentemente, perdemos todos os nossos tíquetes. Tivemos que entrar novamente e jogar nas barraquinhas de minijogos para conquistar outros tíquetes. Voltamos para a barraca e passamos o mouse pelas bandeirinhas penduradas. O link estava realmente na terceira bandeira. Finalmente compramos a tartaruga.

### **Dia 27/09/11**

Servidor: Boreal 21:00 – 22:00

Avatar: Galaxy

O capitão Rockhopper está com seu navio ancorado no farol da Ilha. As chamadas dos dias anteriores avisavam sobre a sua chegada. O navio fica ao lado do Farol, do Lugar Praia. Nesse lugar, depois de irmos em direção a embarcação, a interface do primeiro click sobre ela, nos leva até o convés do navio onde podemos andar até a proa, ou subir a escada do mastro e içar a bandeira. Mas para irmos até o interior do navio, devemos descer uma escada. A interface do interior do navio possui do lado esquerdo um espaço destinado à tripulação, com objetos pertinentes à ilha, como por exemplo, mapa, roupas e baú, e do lado direito uma porta cujo letreiro acima dela, indica “Aposentos do Capitão”. Há também nesse ambiente, um catálogo de roupas e acessórios para compra. No catálogo, existe apenas um item grátis e outros para compra somente para assinantes. Depois de pegar o meu item grátis, quero adquirir a roupa chamada “Conjunto do Fortão”. É uma espécie de moldura de um corpo musculoso que vem junto com um peso de ginástica. Se você usa esta roupa e aperta a tecla D, no teclado do seu computador, ou a opção *dançar* na interface, seu pinguim fica fazendo exercícios com o peso. A dinâmica parece divertida. Quero experimentar pois só vai estar disponível enquanto o navio do Capitão estiver ancorado na ilha. Só que essa roupa custa 400 moedas virtuais e eu não tenho essa quantidade. Preciso jogar para ganhar as moedas. O jogo em que eu consigo melhor desempenho e conseqüentemente uma “remuneração” melhor é o Surf na Caçamba.

Esse minijogo fica no subterrâneo da Mina, um ambiente subterrâneo que tal qual um operário que trabalhe numa mina, usa um carrinho que anda sobre trilhos. O jogo consiste no seu pinguim fazer manobras radicais ou não, sentado numa caçamba ou em pé como se estivesse sobre uma prancha de surf. Se o pinguim cair, é só teclar a barra de espaço que ele recupera a “onda”. As curvas exigem destreza para as manobras, que são realizadas com as teclas de setas do teclado. Eu descubro que se quisesse me aventurar sobre uma prancha de surf real, teria alguma chance, pois sou boa nessas manobras.

Consegui as moedas rápido, em apenas duas jogadas, mas quando fui direcionada para o pátio, ambiente externo da Casa da Mina (Figura 9), um pinguim que jogava bolas de neve na cesta de uma máquina que as transformava em água falou: – **me ajudem**. Comecei a fazer o mesmo que ele, sem saber o que iria acontecer e adiando para mais tarde o meu desejo de adquirir a roupa do fortão. Quando o nível de bolas de neve cresceu, se transformou em água que saía por uma mangueira irrigando a horta. A horta fica ao lado da entrada da Mina. Quanto mais a água caía no solo, as sementes iam crescendo, dando folhas, brotos e se transformando numa plantação. As plantas deram frutos, algumas eram comida. Tinha até plantação de pizza. A comida aparecia num galpão ao lado, dentro de sacos conforme as plantações chegassem ao seu limite para colheita.

Figura 9: Horta Comunitária



Fonte: Club Penguin, 2011.

Fiz este movimento de encher a caçapa para irrigar a plantação por duas vezes. Achei que foi o suficiente para ajudar o “amigo” (acabamos nos tornando amigos). Atendi ao pedido de um pinguim e também fiquei conhecendo essa atividade. Retornei para o navio pirata e comprei o *Conjunto do Fortão* que vem com o Bigode Legal e a Força nas Nadadeiras. Fui no inventário do meu avatar e customizei-o com esses itens. Apertei a tecla D e então o meu pinguim começou a levantar peso. Aproximei-me de outro pinguim customizado igual ao meu e fiquei tentando fazer os movimentos ao mesmo tempo que ele. Até que ele foi embora e eu

fiquei levantando peso sozinha. Queria ter dançado mais com ele pois queria ter feito movimentos sincrônicos como se fizessemos parte de uma banda ou algo parecido. Mas ele foi embora. Fiquei um pouco frustrada na interação com outro jogador.

É muito comum você estar interagindo com outro jogador e de repente ele sumir da interface interrompendo a interatividade com ele. Podem haver várias justificativas para essa interrupção brusca. A conexão do outro jogador pode ter caído naquele momento e para que ele retorne àquele ambiente novamente requer tempo, pois é preciso fazer o *login* outra vez do seu pinguim. E quando se faz *login*, se passa por várias interfaces. Esse problema da conexão aconteceu comigo várias vezes. Ou então, o jogador pode ter perdido o interesse da conversa/brincadeira e ter ido para outro ambiente, sem avisá-lo. Ele clica no item Mapa e escolhe outro lugar. A não ser que esse pinguim resolva ir para outro lugar *andando* em direção a uma das setas de saída, que ficam nas laterais dos lugares ou das portas dos ambientes, você ficará sabendo que ele está indo embora. Também pode ser que o tempo diário de permanência desse pinguim no site tenha se esgotado, caso seus pais tenham optado por controlar seus tempos de acessos.

Como eu estava naquele dia querendo interagir com outros jogadores e não consegui, resolvi jogar o Desafio Ninja no *Dojo do Sensei*, onde com certeza eu iria interagir com alguém. Esse desafio acontece entre dois jogadores ou entre o jogador e o Sensei, personagem mestre dos samurais. Quando o jogo inicia, os pinguins aparecem primeiro um de frente para o outro fazendo uma reverência oriental. A trilha sonora é instigante. Lembra os desafios do agente secreto 007 quando está realizando uma cena que exige raciocínio e habilidade, e que nos causa suspense sobre o fim dessa ação. Quando o jogo termina, os dois jogadores aparecem novamente um de frente para o outro se cumprimentando (Figura 10). Nas primeiras vezes que joguei, ganhando ou perdendo, o outro pinguim sempre me convidava para sermos amigos. Eles mandavam um cartão convite. Como isso aconteceu vários dias seguidos comigo, eu comecei também a fazer o mesmo todas as vezes em que terminava de jogar com outro jogador. Passei a solicitar amizades.

Figura 10: Minijogo Desafio Ninja



Fonte: Club Penguin, 2011.

Eu ainda não tinha explorado tudo o que a Festa Setembrina oferecia. Meu tempo de permanência no site, uma hora por dia, estava parecendo insuficiente. Fui até o ambiente Pizza onde estava acontecendo um concurso chamado Pizza no Bico. Você tem que sentar na mesa, ao lado de outros pinguins, e num espaço de 45 segundos tem que procurar comer o máximo de pizzas possíveis. Era tudo o que eu estava procurando, interação com outros jogadores. Mas como não tinham muitos lugares na mesa, às vezes era preciso disputá-lo com outros pinguins e esperar para ver qual deles o sistema havia computado como competidor daquela partida. Em algumas partidas eu achava que estava participando, mas não estava. Quando consegui entrar no sistema da competição, minha pontuação não foi muito boa. Talvez minha conexão, que não devia estar boa, tivesse atrapalhado um pouco minha performance.

### **Dia 28/09/11**

Servidor: Avalanche 20:50 à 21:45 hs

Avatar: Galaxy

Entrei no servidor Avalanche, pois tinha amigos online. Meu avatar apareceu no Centro. Tinha cerca de 10 jogadores nesse ambiente. Um deles convidava os demais para irem no seu iglu com a seguinte chamada: ESCOLA NO MEU IGLU. A fala estava em caixa alta. Resolvi ir até o iglu dele saber como é uma aula no iglu de um jogador. Cliquei no pinguim

dele para ter acesso ao seu cartão. Depois cliquei no ícone iglu, que me levaria diretamente a ele.

O iglu desse pinguim era grande, tinha dois ambientes. Havia muitos móveis e objetos de decoração. Seus 11 *puffles* ficavam se movimentando entre uns 20 convidados. Um pinguim avisa em letras maiúsculas: MINHA AULA VAI COMEÇAR. Não dá para identificar quem é o pinguim pois existem pinguins um em cima do outro e o balão da fala de um terceiro pinguim cobre os nomes. Um suposto aluno diz: Ok. Outros dois dizem:

- marida

- eu

Em outro ambiente do mesmo iglu, outros dois pinguins conversam mas não dão prosseguimento:

- pq?

- Onde ta

Algumas falas da interface em que um jogador convida os demais para uma aula no seu iglu, parecem sem sentido. Talvez eu tenha chegado atrasada e não tenha pego o início da conversa. Para quem está de fora, como eu, soa aleatória. Alguns pinguins estão sentados nas cadeiras da sala. Outros estão afastados conversando.

Resolvi sair desse iglu. Não quis assistir à aula. Me interessou mais no momento ver quem havia me enviado cartões. Minha caixa de mensagem estava cheia. Vi que alguns amigos haviam me enviado mensagens da última vez que entrei para jogar. Uma das mensagens era um cartão de comemoração da Festa Setembrina.

Ao visualizarmos o cartão recebido, existe a opção de *responder para o amigo*, remover ou reciclar o cartão. Comprar e enviar cartões postais custam 10 moedas virtuais. Tem cartão com vários dizeres. Escolhi o mesmo para retribuir a gentileza.

Recebi de outro jogador, um cartão-convite: *Vamos fazer um som no Farol!* No próprio cartão tinha um link que direciona o jogador para o ambiente Farol. Como o cartão tinha sido enviado no dia anterior, o amigo provavelmente não estaria mais lá.

Em outro postal, da caixa de mensagens, tinha o seguinte convite: *Passa lá no meu iglu!*

Fui para o Centro da Festa Setembrina. Nesse momento, tinham 24 pinguins nesse lugar.

Enquanto isso, recebo informações de que meus *puffles* estão precisando de cuidados. Alguns tem que se alimentar, outros brincar, dormir e tomar banho. Decidi que todos os *puffles* iam tomar banho e eu iria registrar as suas reações, acionando a tecla *PrintScreen* do computador. Cada *puffle* tem uma reação diferente e também um penteado diferente. O

vermelho, por exemplo, toma banho surfando em cima da banheira e na hora de ser penteado, ele fica com a aparência de uma cebola. O amarelo, ao entrar na banheira, fica todo colorido e depois quando o penteamos, fica com um topete.

Fui para a estação de Esqui ver o que estava acontecendo por lá. Tinham uns 24 pinguins. Joguei alguns jogos da festa e resolvi ir para o navio do Capitão Hockhopper. Chegando lá, tentei entrar nos Aposentos do Capitão mas não tenho a chave. Pergunto a esmo como faço para conseguir a chave. Um pinguim responde:

- NA SALA DE LEITURA EM UM LIVRO

Um outro pinguim pede mais explicação:

- como

A sala de leitura fica no andar de cima do Café, que fica no Centro. Fui então para o Centro. Estava lotado. Uns 40 pinguins. Entrei no Café e só tinham 5 pinguins. Um deles, disse:

- O CAFÉ ESTÁ FECHANDO

Passei direto por ele e fui em direção à escada, pois é no andar de cima que fica a Sala de Leitura. Tinham 7 pinguins na Sala de Leitura, contando com o meu. Fui até a estante e procurei pelo livro: O Diário do Capitão Rockhopper. Ao abrir o diário encontro a chave. Clico nela e ela passa a fazer parte do meu inventário. Vou direto para o navio do Capitão. Mas a conexão está ruim. Está lenta. Consigo abrir a porta com a chave e entro. O jogo deste ambiente se chama Caça ao Tesouro. Tento jogar mas não consigo pois dependo que um outro pinguim se aproxime para entrar no jogo também. A conexão caiu às 21:45 hs. Tentei entrar de novo, mas em vão. Encerrei.

### **Dia 29/09/2013**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxy

Fui para o Dance Club. Tinham 13 pinguins no ambiente. Uns parados e outros dançando. Registrei algumas falas:

Interface 1: - Rock (Pinguim4)/ - quem manda aqui sou eu (Pinguim5)/ - como o seu /

Interface 2: - Não (Pinguim4)/ - todos dançam ao meu redor (Pinguim5)/ - legal

Estava acontecendo uma disputa de quem é o centro das atenções na pista de dança. Fui para o andar de cima. Uma sala com 4 minijogos. Desci a escada e voltei para o Dance Club. Pinguim4 continuava dizendo *não*.

- não (Pinguim4)/ - *emoticon de margarida* (Pinguim6)

Ao lado do palco, embaixo de umas caixas de som penduradas, tem uma porta com uma escada que nos leva até o andar de baixo. Fui até lá. Essa escada sai no ambiente Caldeira, onde estão os arquivos do CPN. Tinham 15 pinguins na Caldeira.

Fui para o Circo dos Puffles, onde só podem entrar os assinantes. Dentro do circo tem o picadeiro e a arquibancada para o público. Os *puffles* são a atração. Você escolhe qual *puffle* quer ver fazendo uma performance. Cada *puffle* tem a sua especialidade. O circo estava vazio.

Depois de ver alguns *puffles*, fui para o Centro. Acessar o Mapa é muito mais rápido para o deslocamento de um lugar ao outro. No Centro, registro as seguintes falas:

Interface 3: - praia moderna no meu iglu Ta no mapa!!! (Pinguim7)/ - avião de luxo no meu iglu ta no mapa (Pinguim8)/ - *emoticon de coração* (Pinguim9).

Interface 4: - Até não assinantes (Pinguim7)/ tem lanchonete (Pinguim8)/ vai pro circo dos puffles / - lindo/ - *emoticon de coração*

Interface 5: - Se quiserem levem puffles (Pinguim7)/ - eu/ - não (Pinguim9)/ - em? / - vai ta legal (Pinguim8)/ - sai grude/ - ele ta correndo faz tempo / - *emoticon carinha triste* (Pinguim10).

Interface 6: - Como um raio / - obrigada (Pinguim10)/ - oi florrita travou tudo / - q (Pinguim6)/ - vou no sundae

Fui para a Prainha e nesse lugar tinham 22 pinguins. A Prainha estava decorada com o tema da festa Setembrina. Tinha uma barraca de bebidas, que alguns pinguins estavam sentados reunidos, e 3 barracas de minijogos.

Interface 7: - Ta tendo bug / - a credo/ - ja vai / - o passeio

Fui para o lugar Estação de Esqui, onde ocorrem os passeios. O lugar estava decorado também com o tema da festa. Só tinham 4 pinguins além de mim. Encerrei.

## **Dia 04/10/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxye

A festa setembrina acabou e chegaram itens novos para os *puffles*. Chegaram chapéus ao preço de 200 moedas cada. Os chapéus só aparecem quando você leva eles para passear. “Novidade! Chapéus para os puffles!”

Meu filho chegou da escola e foi ver a novidade. Eu havia ficado em casa de tarde. Foi quando entrou no ar. Ele queria comprar todos os chapéus dos *puffles*. Há chapéus que são



itens de destrave online a partir de códigos que veem junto com alguns produtos adquiridos de forma off-line. O chapéu de Frankstein, é um exemplo.

### **Dia 05/10/11**

Servidor: Chiclete

Avatar: ToinhoGPS

Joguei o minijogo da pescaria e consegui terminar o jogo pescando todos os peixes sem esbarrar na água viva, sem que o tubarão comesse meu peixe e sem que o caranguejo cortasse a linha da minha vara de pescar. E no final do jogo, consegui pescar o Mullet, um peixe 10 vezes maior que os outros. Tinha um segredo. Para fisgar esse peixão, era preciso ter como isca um peixe, e não uma minhoca. O truque estava em não colocar no cesto o último peixe preso no anzol. Então, quando o Mullet aparecer, é só oferecer a ele o peixe como isca. Com isso, ganhei dois selos: o selo de aprendiz e o selo de captura do Mullet.

Descobri, olhando o livro de selos, que existe um selo para quem deixar que o caranguejo corte três vezes a sua linha, outro selo se o tubarão comer três peixes que você fisgar e um outro se a água viva encostar três vezes na sua linha. Imediatamente, procurei conquistar todos eles.

Com moedas suficientes agora, fui comprar um chapéu para um dos meus *puffles*. Não consegui. Os não-assinantes não podem comprar este item. Esqueci que ToinhoGPS era um não-assinante.

Como a conexão com o *Club Penguin* não estava boa, resolvi sair do site e fazer pesquisa na internet. Fui em busca dos segredos do *Club Penguin*. Encontrei alguns blogs que começam o post assim: “Hoje vou ensinar um truque do *Club Penguin*...”; “Agora vou contar segredos do *Club Penguin*...”

Encontrei um segredo sobre o minijogo Pizzatron. É um jogo em que você tem que montar pizzas de acordo com os pedidos que o próprio jogo faz. Isso inclui colocar o molho e os ingredientes certos dentro de um tempo determinado. Se você conseguir fazer cinco pizzas corretas, ganha uma gorjeta, além de pontos, claro, que serão convertidos em moedas virtuais. O segredo é que no canto esquerdo da máquina que faz a pizza, tem uma alavanca, que se for abaixada, transforma os ingredientes salgados em doces. Ao invés de fazer pizza com molho de tomate, passa a ser com calda de chocolate. No lugar de queijo, tem granulado colorido e assim por diante.

Com o jogo Empilha Pilha também acontece o mesmo, a troca de conteúdo. Ao invés de empilhar sacos de café, você passa a empilhar sacos de balas. Para fazer essa conversão,

basta ir na abertura do minijogo e clicar num dos sacos que estão no chão no lado esquerdo da tela para furá-lo. Vá clicando com o mouse até furá-lo. Vão sair guloseimas de lá e quando o jogo começar, você estará empilhando sacos de balas.

### **Dia 07/10/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxye

Quando você está lendo o CPN, o seu pinguim fica na tela com um jornal na mão fazendo exatamente o que você está fazendo, lendo o jornal. Show! Assim, não tem perigo de um amigo querer falar com você e você não responder, pois ele vai ver que você está ocupado lendo o jornal.

A principal manchete da edição do jornal desta semana, informa que há chapéus para *puffles* no Pet Shop!

– Puffles estilosos desfilam seus novos chapéus do Catálogo do Puffle.

No jornal também há uma matéria sobre:

“Precisa-se de caça-fantasmas! - Criaturas estranhas e assustadoras foram vistas pela ilha durante esta semana. Um caçador de fantasmas está trabalhando no caso. “Parece que muitas criaturas assombrosas estão na região da Loja de Presentes”, disse. “Por sorte eu tenho o Detector das Sombras 3000. Se eu usar meu uniforme e dançar, consigo prender TODOS os fantasmas.” É são MUITOS! Acho que eu poderia ter ajudantes. Pegue um uniforme, um detector e fique de olho em lanternas de abóbora, cavaleiros sem cabeça e outros monstros!”

O jornal anuncia também, que a partir do dia 13 de outubro sai o Catálogo Iglu Novo em Folha com *mansões assombradas em vista* e o Catálogo Iglu Doce Iglu com *móveis horrendos para aterrorizar seu iglu*. Na segunda página informam que a partir do dia 13 será possível comprar comida para os *puffles* no seu próprio iglu. Elas atualmente são vendidas no Catálogo disponível no ambiente Pets.

Deixei meu iglu aberto à visitação. Não demorou muito para receber a visita de alguém: Pinguim11. Ele me convidou também para eu ir ao seu iglu. Cliquei no pinguim dele pra ver seu cartão. Depois acessei o ícone de iglu. Quando se posiciona o mouse em cima desse ícone, aparece a seguinte legenda: Visitar iglu.

Quando cheguei no iglu dele tinha uma pinguim também visitando-o. Pinguim11 logo me recebeu agradecendo e eu retribuí:

- Obrigado pela visita (Pinguim11)
- adorei o seu iglu (Galaxye)

Depois visitei outros iglus e mandei um cartão para eles que elogia o iglu: “Que iglu legal!”

### **Dia 07/10/11 (noite)**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxy

Fiz algumas pizzas doces. Depois saí e resolvi experimentar outro servidor.

Servidor: Antártida

Entreí no “Entrando pelo cano” da EPF e peguei uma missão da ASP (Agência Secreta dos Pinguins). Escolhi “O caso secreto dos puffles desaparecidos.” A missão era a seguinte: “Tia Artic, (...) famosa repórter do Club Penguin News, (...) perdeu dois de seus puffles de estimação. Sua missão é (...) encontrá-los e trazê-los de volta.”

Nessa história, os *puffles* da Tia Artic teriam fugido ou se perdido. Era preciso encontrá-los. O celular, que todo agente secreto tem, fica na lateral esquerda da tela. A locomoção por ele fica muito mais fácil e ágil. A cada lugar que você tem que ir, vai adquirindo objetos que vão lhe ajudar a resgatar os *puffles* e lhe dando pistas sobre o próximo passo a ser dado.

Fui levada primeiro para o ambiente do Estádio. No chão, encontrei jogadas fotos dos *puffles*. As coloco no meu inventário. Saio pelo portão. Um mapa aparece e uma bolinha pisca no lugar onde devo me dirigir. É a casa dos *puffles*. Lá encontro um bilhete preso na casa. É uma mensagem em códigos que deve ser decifrada: “G tem \_\_ pares de meia.” G é o inventor de equipamentos para espões. No canto direito inferior da tela tem uma tabela com as letras e seus respectivos códigos. Faz-se a conversão dos códigos em letras e descobre-se quanto pares de meia o G tem. Detalhe, se eu sair e for jogar de novo este mesmo jogo, o número de pares de meia será outro.

Você vai até o G conversar com ele. É preciso responder corretamente às perguntas que ele faz para que consiga receber um lança bóia e um lançador de corda. O rumo agora é o Iceberg. A pista é que os pinguins que estão no Iceberg sabem algo sobre os *puffles*. Quando chego no iceberg, vejo vários pinguins à deriva num bloco de gelo. Pego o lança bóia no inventário do meu celular e começo a atirar na direção deles. Só que está ventando muito e é preciso se guiar pela bandeira. Então você joga a bóia e o vento se encarrega de levá-la até os pinguins. Quando os pinguins são salvos, eles dão a próxima dica.

Agora tenho que ir para a Montanha. Encontro um pinguim que está com seu telescópio quebrado. Ele diz que se eu consertá-lo poderá me emprestar. Vejo no celular que ferramentas eu tenho. Pego a chave inglesa e consigo consertar o telescópio. O pinguim então me empresta o telescópio e posso ver uma montanha com um *puffle* verde voando sobre ela. É a montanha mais alta. Me dirijo até ela e jogo o zarpão para que eu possa subir até o topo. Lá em cima encontro os *puffles* verde e roxo e os levo para a Tia Artic. Ganhei a Medalha Excelência por ter completado esta missão.

### **Dia 08/10/11**

Servidor: Zero Grau (20:38 hs)

Avatar: Galaxy

Entrei no *Club Penguin* hoje para verificar os idiomas e a quantidade de servidores disponíveis em cada um. Depois entrei no servidor Antártida, no idioma português, e fui para o ambiente Centro. Salvei a interface no computador. Saí e fiz a mesma coisa com os outros idiomas, inglês, francês e espanhol, me dirigindo ao ambiente Centro. Alguns pinguins eram os mesmos. Outros, provavelmente, entraram ou saíram durante o espaço de tempo entre a minha saída e o retorno no outro idioma. Às vezes levava cerca de dois minutos para trocar de idioma pois tinha que sair e fazer o login novamente. Fiz o mesmo com os Iglus Abertos à Visitação. Então, depois que trocava de idioma, fazia o login, ia para o Mapa dos Lugares e clicava no link dos iglus dos jogadores, que ficam abertos à visitação. Ou seja, o servidor Antártida, que estava disponível em todos os idiomas, agenciava a interação entre os jogadores logados em idiomas diferentes. É possível encontrar o iglu de um jogador disponível nos quatro idiomas. A lista dos iglus continha praticamente os mesmos jogadores. Às vezes variavam a ordem de exibição dos mesmos na lista. Escolhi o servidor Antártida, pois era um dos servidores comuns aos 4 idiomas.

Entrada no *Club Penguin* PORTUGUÊS.

No. Servidores: 66

Iglus ABERTOS logados em língua portuguesa.

Entrada no *Club Penguin* INGLÊS.

No. Servidores: 160

Iglus ABERTOS logados em língua inglesa.

Entrada no *Club Penguin* FRANCÊS.

No. Servidores: 71

Iglus ABERTOS logados em língua francesa

Entrada no *Club Penguin* ESPANHOL.

No. Servidores: 75

Centro ESPANHOL

Iglus ABERTOS logados na língua espanhola.

### **Dia 09/10/11 (noite)**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxy

Entrei no Centro e estava quase lotado. Eram quase 40 pinguins. Me chamou a atenção um grupo de pinguins sentados em fileira, como se estivessem a olhar algo. Em comum, usavam uma peruca de cabelos compridos com um laço azul e óculos escuros dando a impressão de que eram meninas. Me aproximei e perguntei:

- O que vocês estão vendo? (Galaxy)
- nada (respondeu uma delas)
- o por do sol
- vou ver tb (Galaxy)

E sentei ao lado delas. Então se aproximaram mais dois pinguins, uma menina e outro menino e também sentaram ao meu lado. Éramos uma fileira de sete. Outros dois também se aproximaram mas ficaram em pé na nossa frente.

Nesse momento, anotei as seguintes falas entre os outros pinguins que também estavam no ambiente:

- *emoticon coração.*
- não dá para add
- amiga vem cá
- não
- tb

As pinguins que estavam sentadas acabaram indo embora, no entanto, outros pinguins vieram e sentaram ao lado de quem havia ficado (observando o pôr-do-sol). Alguém perguntou depois o que estava acontecendo e eu respondi: - estamos vendo o pôr-do-sol.

### **Dia 10/10/11**

Conexão ruim. Desisti.

**Dia 12/10/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxy

Comprei o livro “Guia Oficial do Club Penguin” e destravamos itens online.

Na interface aparece um baú com um espaço para ser digitado o código que vem com o produto. Depois do código ser submetido e aceito, aparece a seguinte frase: “Parabéns! Você destravou.” O baú se abre e mostra que você pode acessar itens no catálogo de itens de destrave online e que vai ganhar também um saco com 1.500 moedas.

Em seguida, vem o seguinte pedido para se certificar de que você está com um livro cujo código ainda não foi usado:

P: Qual palavra está na página 164, 7 palavras à esquerda na linha 6?

R:

Dica: a primeira linha começa com o título.

Completamos o espaço em branco com a resposta e pudemos trocar os códigos.

Depois, fiquei observando meu filho jogar no *Club Penguin*. Ele entrou e jogou o minijogo Patrulha Espacial. Ganhou um selo. Fomos até o livro de selos para ver quais selos faltavam conquistar. Fernando foi passando o mouse por cima de cada um e interpretando (ainda não sabia ler) o desenho do selo, dizendo o que era preciso ou não fazer para conquistar determinado selo.

**Dia 13/10/11**

Servidor: Boreal

Avatar: Galaxy

Entrei só para cuidar dos *puffles*. São oito ao todo. Dei comida, banho, penteei, coloquei-os para brincar e depois dormir.

**Dia 14/10/11**

Servidor: Boreal

Avatar: Galaxy

Teaser da festa do halloween – 20 de outubro a 1 de novembro:

“Prepare-se para assombrar a ilha...”

Hoje entraram as novas interfaces para cuidar dos *puffles*. Quando você vai acessá-las aparece uma pinguim que se diz Treinadora de *Puffles* para ajudá-lo a interagir com as novas interfaces.

Recebo logo o aviso no canto inferior direito da página que o (meu) *puffle* Pretinho está com fome. Vou clicando, seguindo as indicações dos ícones e a nova interface aparece. Aparece também a treinadora de *puffles*, que explica como funciona essa nova interface.

Vou depois para o meu iglu e acesso o jornal CPN. O jornal avisa que o Halloween está chegando, e Gary, o pinguim inventor, “precisa de ajuda para investigar iglus mal-assombrados.” Outra notícia é a de que haverá um concurso de iglus com esse tema entre os dias 20 e 25 de outubro. O jornal informa como se inscrever e pede para os que forem participar, não mudem a decoração depois de inscritos, para que os jurados possam conferir o iglu. Uma das dicas do jornal é: “Comece a economizar moedas agora e veja o jornal da semana que vem para mais detalhes sobre o concurso.” Essa chamada incita o jogador a acumular moedas para gastá-las com itens de decoração.

### **Dia 17/10/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxye

Decoração do iglu do galaxye.

Entre e fui no ambiente Farol. Tinha um grupo tocando no palco. Cada um com um instrumento. Me juntei a eles e também comecei a tocar um instrumento. Outros pinguins quando chegavam no ambiente, também faziam o mesmo. Alguns ficavam sentados no salão como plateia. Virou uma festa. Havia outros pinguins que ficavam contando piadas.

Interface 1: - O que um pinguim está fazendo no deserto?

- PENGUIN ROCK (Pinguim12)

Interface 2: - AAAAAAAAAAAAAtum! (Pinguim13)

- CHAMA MAIS GENTE QUEM? (Pinguim12)

Interface 3: - Qual é o melhor jeito de (Pinguim13)

Depois fui para o ambiente Dance Club. Fui para a pista de dança dançar. Ganhei dois selos ao dançar com outros pinguins. Vi que outros pinguins estavam colocando o *emoticons* de sorriso. Fiz o mesmo e ganhei mais um selo por causa do *emoticon* durante a dança.

### **Dia 18/10/11**

Servidor: Boreal

Avatar: Galaxye

Comprei o avental de pizzaiolo e fui para a pizzaria trabalhar de garçom. E tal qual um garçom se comporta numa pizzaria, ofereci pizzas, as trouxe e cobreí por elas. Os outros pinguins, clientes, faziam seus pedidos e agradeciam:

- obg (abreviação de obrigado)

Não havia troca de moedas nessa atividade. Era só uma brincadeira de faz de conta.

### **Dia 19/10/11**

Servidor: Boreal

Avatar: Galaxye

Quando entrei no Club, um pinguim estava convidando os outros para irem no seu iglu. Lá fui eu. Chegando lá, encontrei 3 pinguins não-assinantes. Eles estavam sentados no sofá e eu fui atrás para participar também da conversa. Disseram que era uma reunião de não-assinantes. Mas eu fui mesmo assim. Eles queriam ser assinantes pois com isso poderiam comprar muitas coisas. Diziam:

- eu vou ser amanhã
- eu tenho outro pinguim assinante
- pq vc quer ser assinante? (Galaxye)
- da pra comprar muitas coisas
- coloca uma roupa

Esse pedido, “coloca uma roupa”, entendi que foi para mim, pois o meu pinguim era o único que não estava vestido.

### **Dia 20/10/11**

Servidor: Boreal

Avatar: Galaxye

Hoje entra a festa de Halloween que vai do dia 20 de outubro a primeiro de novembro.

### **Dia 20/10/11 (noite)**

Servidor: Boreal

Avatar: Galaxye

Já começou a festa de Halloween. Fui em todos os lugares e ambientes da ilha para ver como estava a decoração. O último lugar que fui foi a Caverna da Mina. Chegando lá, ganhei o selo de *pinguinando* por ter percorrido a ilha toda a pé. Ou seja, não usei o Mapa para ir aos lugares e ambientes da ilha.



No Lago Secreto encontrei o *Pin* da Bola de Cristal. O pin serve para você colocar no seu cartão e mostrar que você o conquistou.

**Dia 21/10/11**

Servidor: Aventura

Avatar: Galaxy

Chamada para concurso de iglus.

**Dia 22/10/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxy

O lugar Iceberg virou uma grande abóbora. Nela, quando os pinguins usam a britadeira para furar o chão, vão aparecendo os contornos dos olhos, boca e nariz da abóbora do Halloween. Quanto mais pinguins fazendo esse movimento, mais rápido os contornos iluminados vão surgindo.

**Dia 25/10/11**

Festa no café. Entrou dia 24/10 à noite. Tem bolas de gás, candelabros e *pin* colecionável.

Enviei o iglu que decoramos para o concurso da festa do Halloween.

**Dia 29/10/11**

Servidor: Botas de Esquimó.

Avatar: Galaxy

As interfaces novas de interação estão bem melhores. Se algum amigo entrar no Club, durante o tempo em que estamos online, somos avisados.

**Dia 02/11/11**

Registrei as informações que o administrador do site tem com relação à roubo de senha. Ele dá o seguinte aviso:

Texto: Se você salvar a sua senha aqui, qualquer pessoa que usar este computador poderá acessar a sua conta. Eles podem fazer o seu pinguim ser banido!  
Opções: Salvar Senha / Não Salvar a Senha / Saiba Mais

**Dia 03/11/11**

Hoje tem novidade no Club. Entrou um jogo novo dos *puffles* e também já estão anunciando a festa ninja.

Chamada para o próximo evento:

“Acesso total aos jogos do fogo e da água  
– Festa desafio Ninja 24 nov.”

No jornal do Club anuncia-se o novo jogo dos *Puffles*, o Patinuffle. O jornal também fala sobre o concurso dos iglus de Halloween.

### **Dia 04/11/11**

Servidor: Bloco de gelo

Avatar: Galaxye

Entrei no ambiente Centro e anotei as seguintes falas sem registrar o nome dos pinguins. Fui anotando conforme foram aparecendo na tela, uma após a outra:

- quem quer ser meu par hoje?
- eu tinha 5 peixinhos
- parabéns pra você
- coisa seu par está aqui
- café (o pinguim que fala *café* vai em direção ao prédio Café).
- eu sou bonito né
- quem quer ser meu par?
- eu
- eu
- eu
- de novo
- saindo chorando (Pinguim14)
- quem quer ser meu par vai no meu iglu
- chorando (Pinguim14)
- vai alimentar seus puffles
- ok
- esqueceu como
- clica nele
- te encontro no seu iglu
- quer ser meu amigo?
- eu
- não dar
- oi (Galaxye)
- ninguém
- kkkkkk

Fui para o meu iglu. Muitos *puffles* estavam com fome. Precisava alimentá-los. Depois, comprei itens de decoração para o iglu e o redecorei.

Saiu um novo jogo: Patinuffle. Nesse jogo, pode-se escolher um de seus *puffles* para jogar.

**Dia 10/11/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxye

A chamada do jogo diz: “Faça mais amigos.”

Fui direcionada para o Centro. Estava bem cheio. Logo que entrei, me afastei do amontoado que fica quando se é logado para um lugar. Só assim, posso ver onde estou e também ser visto pelos outros. Em seguida, recebo um pedido de amizade. Aceito o pedido.

Um pinguim no Centro dizia:

- Desfile de Moda no meu iglu

Resolvi ir para o meu iglu. Quatro *puffles* estavam querendo brincar e um deles precisando dormir. Dessa vez, não atendi às necessidades deles. Preferi ir para o ambiente Praia. Chegando lá, tinham quase 30 pinguins. Registrei as seguintes falas:

- voltei
- oi mano raio
- blz! eu continuo com o moicano
- sim, pq?
- por nd.
- G na área (G é abreviatura de Gary, inventor de instrumentos para espões)
- cd o ninja?
- bi o lobo na área
- pessoal vamos montar uma banda
- eu posso participar
- todos podem
- obig
- antes vc tava falando comigo
- quem quer participar da banda vai no farol

**Dia 16/11/11 (noite)**

Está travando muito. Saí.

**Dia 29/11/11**

Servidor: Avalanche 20:22

Avatar: Galaxye

Fui a alguns lugares da ilha para ver o que estava acontecendo. Fui na Loja de Presentes. Estava cheia. Calculo que deva ter mais de 30 pinguins. Às vezes não dá pra ser preciso na contagem dos pinguins, pois muitos ficam um em cima do outro. Presenciei a seguinte conversa:

- Interface1: - não sou assinante
- eu vi!
- Interface 2: - e eu com isso

- eu sei  
 Interface 3: - ha  
 - eu tb não sou assinante haha  
 (um pinguim dá uma cambalhota)

Durante 8 minutos precisei me ausentar da interface e quando voltei, a Loja de Presentes estava quase vazia. Tinham 7 pinguins nela, contanto comigo. Acredito que os jogadores entraram esperando encontrar algumas novidades referentes à festa, na Loja de Presentes. Mas, depois de verificarem que ela não estava decorada com o tema da festa do momento, os jogadores teriam ido embora.

Fiquei tentando aprender como se joga o minijogo Desafio Ninja Água.

### **Dia 04/12/11**

Servidor: Boreal.

Avatar: Galaxy

Esse servidor estava cheio, quase lotado. Fui direcionada para a Loja de Presentes. Tinham uns 30 pinguins por lá. Resolvi sair e pinguinar.

Fui para o Centro. Tinham 7 pinguins lá e um deles avisava:

- área vip no meu iglu vão tá demais (Pinguim15)

Entrei no Café. Tinham só 5 pinguins. Dois estavam conversando sentados em almofadas e com uma bandeja de chá à frente deles. Mudei o mural de Café para Chá. É só clicar na lanterna atrás do balcão.

Fui depois no Dance Club e só tinham 2 pinguins além de mim.

Voltei para o Centro e Pinguim15 estava novamente chamando os pinguins para visitarem seu iglu. Já tinham se passado 6 minutos desde a primeira vez que entrei no Centro e, agora, ele estava lotado. Eram mais de 30 pinguins. Anotei a seguinte fala:

- área vip no meu iglu vão tá todo mundo lá (Pinguim15)

Cliquei no Pinguim15 e visitei o seu iglu. Tinham 13 pinguins lá, entre os 11 *puffles* do anfitrião. O iglu não tinha nada demais. Era um iglu de blocos de gelo com dois ambientes e com um piso imitando madeira. Não tinha nenhum móvel ou item de decoração. Três pinguins diziam:

- oi amigo  
 - to  
 - *emoticon de carinha piscando*

Voltei para o Centro e vejo alguém fazer uma charada:

- Por que o Homem das Neves não ganha na loteria? / - Oi / - qual? / - o águia

Fui para o Forte Nevada. Lá tinha o portal para ir para a batalha do Desafio Ninja, no Esconderijo Ninja, onde você escolherá, lá dentro, lutar pelo elemento fogo ou pelo elemento água. Mas pode escolher também se quer ir logo para o desafio do fogo ou da água, pois tem duas entradas já separando estes elementos. Entrei no portal que dá acesso ao Esconderijo Ninja. Nesse ambiente tem o catálogo “Obras de Artes Marciais”, para comprar itens de ninja, e também tem uma barraca onde existem itens da festa à venda. No ambiente, ao clicar o símbolo do fogo, uma porta emerge da lateral esquerda. É a porta que dá acesso ao Desafio Ninja Fogo. O mesmo acontece no lado direito, mas com o elemento água. Entrei na porta do fogo.

Para conquistar alguns itens, como o quimono do fogo, você tem que jogar com outros jogadores. Também tem o capacete inflamável para ser conquistado. Se você o conseguir, poderá desafiar o Sensei. E se vencer o Sensei, se tornará um ninja do fogo. É preciso, além do capacete, conquistar a máscara de lava, o casaco de magma e as sandálias flamejantes. Com isso, pode-se fazer surgir fogo com as mãos, ou melhor, com as nadadeiras (braços dos pinguins).

A conexão caiu e voltei a ir para o Esconderijo Ninja para jogar. Não tive uma boa performance e achei melhor desistir de conquistar todos esses acessórios. Saí pela porta do Esconderijo, onde estava e fui pra o Pátio do Dojo. Antes dessa festa, o Esconderijo Ninja era só para aqueles pinguins que tinham conseguido se tornar um ninja. Quem ainda não tinha conseguido se tornar um, não podia entrar. Eu por exemplo, havia tentado várias vezes entrar nesse ambiente, mas sem sucesso. Com esse evento, o esconderijo ficou aberto a todos. Depois da festa, ele irá ficar aberto só para os jogadores assinantes.

Fui para o Dojo e havia lá 12 pinguins além de mim. O Dojo do Sensei é o ambiente onde jogamos o Desafio Ninja com o Sensei ou com outros jogadores.

Resolvi ir para o Plaza para explorar o que tem lá: PetShop, Teatro e Pizza. Chegando ao Plaza, um pinguim dizia:

- Eu tenho mais outros quatro pinguins

Entre na loja PetShop. Um pinguim todo vestido com as roupas de ninja fogo disse:

- Vou fica invisível

Os ninjas têm esse poder de ficar invisível.

Fui para o Teatro e quatro pinguins estavam no palco encenando uma peça:

- Sumiu como fumaça, se não me falha a memória

- Está bem falha a sua memória

Fui para o prédio Pizza, que durante essa festa está com o letreiro “Sushi”, em referência ao tema oriental. A decoração está muito legal. Chego lá e anoto as seguintes falas:

- colocando massa/ - Chocolate/ - Bolo surpresa/ - algo mais??/? - iglu

Fui a vários lugares até que cheguei na Floresta e entrei no portal. Nesse ambiente, a interface é dividida entre fogo e água. As cores são fortes. Tem uma dinâmica em cada um dos lados na qual você ganha pontos. Um pinguim vestido de Papai Noel dizia:

- SOU O MELHOR HAHHAHAHAHAHA

Continuo pinguinando pela ilha e visitando os lugares. Encontrei o *Pin* colecionável na Cabana da Estação de Esqui. É o *pin* de uma árvore.

Termino a noite lendo jornal.

### **Dia 05/12/11**

Servidor: Boreal

Avatar: galaxye

Fui no ambiente Dojo do Sensei – elemento água e anotei as seguintes falas;

- sou o papai noel
- ofereço presentes
- aonde tá o sensei
- eu quero um beyblade<sup>88</sup> (Galaxye)
- ele nem tem barba
- P. venham pegar seus presentes
- cadê
- o que vc quer?
- um beyblade
- todas as roupas
- (*emoticom de carinha triste*)

### **Dia 06/12/11**

Estamos no evento Desafio Ninja. A festa da “Celebração do Desafio Ninja” termina hoje mas o jogo continuará na ilha. Mas ao clicar no “Ler Mais”, nos é informado que o Dojo do Fogo e da Água vão estar abertos apenas para assinantes.

Abaixo desta notícia, vem outra:

“NATAL NA MODA!” As festas de fim de ano estão chegando rapidamente! Flocos de neve, renas, bailarinas e quebra-nozes já estão celebrando na Loja de Presentes. O Club Penguin News entrevistou um dos flocos de neve e descobriu o que chegou de novidades. “Muitos rumores circulam pela ilha”, disse o floco de neve. “Eu ouvi dizer que o Rinque de Patinação está voltando!” disse ela enquanto saía da Loja de Presentes. “Ninguém sabe o que vem por aí”, disse uma rena. “Mas temos algumas ideias!” “Algo grandioso na Floresta. E se você gosta muito de doces, tem muitas

<sup>88</sup> Beyblade é uma espécie de pião japonês mas com uma versão tecnológica.

surpresas adocicadas chegando.” “Então, escolha sua nova roupa na Loja de Presentes. Afinal, o Natal já está quase aí!”

Abaixo, um box com o título: O QUE VEM POR AÍ

Agora: Estilo Pinguim: celebre o fim do ano! Escolha sua roupa na Loja de Presentes.  
 1º. De dez.: Dia de Pagamento: Guias de Turismo: verifiquem suas caixas de mensagens para verem seu pagamento.  
 A partir de 8 de dez.: Catálogo de Esportes: Sendo um patinador ou um goleiro (ou os dois), este é o seu catálogo!  
 A partir de 15 de dez.: Economizem moedas para a Coins For Change<sup>89</sup> (CFC)!  
 Encontre o pin colecionável! Agora escondido até 14 de dezembro. Próximo Pin Escondido: de 15 a 28 de dezembro.

O jornal coloca em destaque:

“Trabalhadores, verifiquem suas caixas de mensagens! Dia 1º. de dezembro os Guias de Turismo recebem seus pagamentos após um mês de muitos passeios!”

Na coluna “Pergunte à Tia Artic”, que fica na barra lateral direita do jornal, uma pinguim chamada PatiNadora pergunta e Tia Artic responde:

- “Querida Tia Artic, meu amigo disse que o Estádio será um Rinque de Patinação.  
 - É verdade? Querida Pati Nadora, sim, seu amigo está certo! Para maiores detalhes conversei com um construtor lá no Estádio. Sim, se tudo der certo, será por volta de 8 de dezembro. Quando os ninjas terminarem, vamos começar a baixar a temperatura no Estádio. Vai ficar frio o suficiente para congelar tudo por aqui. Como sempre digo, poças no gelo são mais assustadoras do que pasta de dente com gosto de picles. Aí está. Também ouvi falar que um novo catálogo de Esportes vai chegar junto com esta novidade. Então aproveite para ver os lançamentos de hóquei e patinação.”

Na segunda página, a coluna da Tia Artic ganha mais destaque. Aparece uma imagem dela fazendo um desafio ninja com um pinguim e o seguinte dizer:

Tia Artic está tentando conquistar a faixa preta no Desafio Ninja. No texto, ela responde à uma pergunta da leitora CURI O. SÁ:  
 - Querida Tia Artic, onde você estava no mês passado? O que estava fazendo?  
 R.: Querida Curi O. Sá, mês passado eu tirei férias para melhorar minhas habilidades no Desafio Ninja. Por isso Sensei foi adorável e me ajudou respondendo às suas perguntas. Eu quero a Faixa Preta, derrotar o Sensei e conquistar todos os Selos do Desafio Ninja. Primeiro, perdi muitas batalhas. Mas com cada partida ganhava muita experiência e me tornei uma ninja melhor. Eu descobri que a prática, dedicação e paciência levam a ótimos resultados. Quase atingi meu objetivo. Não conquistei todas as minhas faixas ainda, mas descobri que posso desafiar o Sensei só por diversão. E quando usei a Carta Poderosa Brilhante, conquistei um Selo! Tenho muito para aprender ainda – então podem enviar suas dicas. Em breve vou conseguir minha Faixa Preta.”

No box intitulado Segredos”, vem a seguinte mensagem:

“Você sabia que tem um monte de segredos diferentes na ilha! Mistérios e enigmas em todo lugar? Para não estragar a surpresa, NÃO ABRA ESTE ARQUIVO. Mas se não aguentar... clique!”

<sup>89</sup> Campanha de doação de moedas para causas humanitárias e ecológicas.

Quando se clica, o link remete ao seguinte recado sobre o Desafio Ninja:

– Água: Dicas e segredos: o Desafio Ninja Água é um jogo rápido e extremo. Aqui vão algumas dicas: - velocidade é importante. Se o seu jogo está devagar, ajuste os gráficos no alto da tela para aumentar a velocidade! – se você tiver uma carta Poderosa Brilhante, e tiver chance, use para limpar seu caminho e distrair seus oponentes. No final, quanto mais pontos você ganha. Não desista!”

Seção Piadas:

P. Por que as pessoas colocam o despertador debaixo do travesseiro?

R. Para acordar em cima da hora.

*Jujubaaa*

O filho pergunta para o pai:

- Pai, o que é isso?

- São ameixas pretas.

- E por que são vermelhas?

- Porque estão verdes.

*Einherjar*

P. Qual é o bicho que tem patas na cabeça?

R. O piolho.

*Cmisumi*

- Está? De onde fala?

- Da sapataria.

- Desculpe, enganei-me no número!

- não faz mal. Traga cá que nós trocamos!

*Patorka*

P. Qual é o cúmulo da abelha?

R. Casar e não ir em lua-de-mel.

*Briteny Real*

P. Por que o pirata só assistiu à metade do filme?

R. Porque estava de tapa olho.

*Penguinzimzi*

O Rodapé do jornal diz:

“O jornal é seu.

Participe do jornal: - enviar piada ou charada

- enviar pergunta”

Ainda nesse dia, joguei o minijogo do Desafio Ninja Água contra o Sensei. É muito difícil ganhar. Queria ganhar os itens que fazem com que você domine o elemento água. Você aperta a tecla D e o seu pinguim faz uma roda de água. Mas não consegui. Anotei as seguintes falas:

- quem é amigo do sensei fala eu



- nunca vi club penguin assim<sup>90</sup>
- eu (alguém responde à pergunta de cima)

### **Dia 11/12/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxye

Começa a chamada para a campanha Coins for change.

“Pronto para mudar o mundo?” – Guarde suas moedas! 15-27 dez.

Fui nos cinco idiomas para ver a chamada de primeira página. Agora já está funcionando o idioma Alemão.

### **Dia 23/12/11 (dia)**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxye

O tema na ilha é Natal.

- Festa de natal no meu iglu!
- charadas

A campanha CFC ainda não terminou mas avisa que já está fazendo o seu inventário.

Fui para o Centro. Tinham uns 50 pinguins.

Fui no jogo temático do trenó que joga presentes nas chaminés. É um trenó voador e você tem que tentar jogar os presentes nas chaminés. Tem o “presentômetro”, que calcula quantidade de acertos. Depois de acertar tudo, você ganha um presente, um item de decoração na cor vermelha.

Fui na Padaria. Na decoração está escrito: “crie deliciosas receitas.” A brincadeira é jogar bolas de neve para fazer funcionar a máquina que faz doces. É preciso usar um avental para isso. Chegando lá, anoto as seguintes falas:

- não queremos ouvir sua vez
- parem de incomodar ele e trabalhem
- *emoticon de careta*
- *emoticon de careta*
- *emoticon de careta...*
- pare e vai trabalhar
- não
- fala que ele não passa de uma lagosta
- um biscoito por favor
- algum pedido
- nham
- obg

---

<sup>90</sup> Acredito que essa frase, que expressa a observação de um jogador, esteja relacionada com a decoração da festa. O contraste das cores azul, para o elemento água, e vermelho, para o elemento fogo, chama a atenção.

- eu vou mudar de roupa
- uniformes aqui
- tenso (alguém sentado)

Tem também um iglu de biscoito de gengibre disponível nesse ambiente. É só clicar no link indicado que se abre uma janela azul perguntando se você quer ganhar um iglu de biscoito de gengibre. Tem as opções Sim e Não. Ao clicar em Sim, no lugar dessa janela abre-se outra dizendo que o iglu de biscoito de gengibre já está no seu inventário.

### **Dia 23/12/11 (noite)**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxye

Fui para o lugar Ancoradouro e registrei a seguinte conversa:

- alguém me envia um presente?
- Pink vc é do ccp?

Fui para o Centro depois e registrei outra conversa:

- festa do pijama no meu iglu
- Isa vamos para o seu iglu
- sou fanoso em vídeos
- vou desafiar
- humm

### **Dia 25/12/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxye

Entrei e cuidei dos *puffles*. Havia alguns famintos, outros com sono e precisando de banho.

A festa na ilha chama-se Holiday Party.

### **Dia 27/12/11 (manhã)**

Servidor: Descida

Avatar: Galaxye

Cliquei no cofre para doação do Coins For Change (CFC). Aparecem as opções para você doar: *contribuir lugares seguros; proteger o planeta; fornecer assistência médica*.

Depois de fazer a escolha, você decide quanto quer doar: 100; 500; 1000; 5000; 10.000.

Quase todos os lugares na ilha têm o cofre do CFC.

No Farol, onde fica o Posto de Observação, está o montante doado. O Posto está coberto de moedas.

No navio do Capitão Hockhooper, atracado no Farol, também tem um link para a campanha CFC. E dentro do navio, decoração de natal. O mini-catálogo “Itens Super-raros do Rockhopper” traz camisetas com 3 estampas diferentes da campanha de doação.

Na Sala de Leitura tem um cenário armado para tirar foto sentado numa poltrona típica do Papai Noel. Tem uma câmera posicionada em frente à poltrona e até lugar para se fazer fila para tirar as fotos. Assim os pinguins não brigam querendo todos sentar ao mesmo tempo para “tirar foto”.

A festa do natal, traz uma “Padaria” para a produção de doces (como já mencionei no dia 23/12 - dia). Os pinguins ganham um avental e podem fazer doces também. Para ganhar o avental tem que clicar no link “uniformes aqui”.

Há o “Trenó do Noel” em que ao iniciar o jogo (mencionado no dia 23/12 – dia), ele vai voando, passando por cima das chaminés enquanto você tem que acertá-las com um presente dentro delas.

Todos os ambientes da ilha estão com a decoração de natal.

No ambiente Pizza, há o *pin* de Rena. Há também uma mesa enorme com uma ceia que inclui bolo, peixe, pizza e pipoca. A mesa conta com 16 cadeiras para os pinguins sentarem.

Na Floresta, está armado o Calendário dos Presentes. É a fachada de uma casa de madeira com quadros que vão do número 13 ao 25. Ou seja, desde o primeiro dia quando começou o tema Natal na ilha. A dinâmica é a cada dia que chega, o jogador clicar no número correspondente à data até o dia 25. Então, todos os dias, o jogador se dirige para a Floresta e vai fazendo uma contagem para o dia do Natal. O jogador que não entrar todos os dias, poderá acionar os dias anteriores, mas não os que ainda estão por vir.

Os ambientes subterrâneos não estão decorados com o tema Natal. O Dojo do Sensei e o Esconderijo Ninja, também não têm decoração temática da festa.

No jornal da ilha, há a chamada para doação do CFC:

- Doem seus tesouros para a Coins For Change.
- As doações estão enchendo o Farol rapidamente!

Há também a chamada para o Concurso de Iglus:

Inscriva seus iglus decorados de 22 a 27 de dezembro.

- 20 primeiros lugares: 50.000 moedas e os iglus aparecem no Club Penguin News.
- 20 Segundos Lugares: 25.000 moedas e os nomes aparecem no Club Penguin News.
- Os Primeiros Lugares serão anunciados em 5 de janeiro no Club Penguin News.

- Como participar: Decore seu iglu com um tema Festivo! Divertido! Congelante! Qualquer tema de fim de ano é interessante. Quando você terminar, clique em (ícone iglu) no seu iglu entre 22 e 27 de dezembro. Não mude a decoração do seu iglu até que o concurso termine!

O resultado do *Coins For Change* também sairá no dia 5 de janeiro:

“Descubra como suas doações estão mudando o mundo”.

E já tem a chamada para o próxima festa:

“A partir de 29 de dez.: Celebre o fim do ano de 2011 com fogos!”

O box dos segredos dessa edição do jornal são:

“Dança Especial de Fim de Ano: Durante a Festa de Natal, algumas roupas que você pode comprar têm danças especiais!

- Avental de Padeiro: consiga um na Padaria, digite D e tenha uma doce surpresa!

- Camisetas Coins For Change: compre uma nos Itens Raros do Rockhopper e digite D para mostrar seu apoio!

- Pá para Neve: consiga a sua na Loja de Presentes e depois digite D para começar a trabalhar!

Fui para o meu iglu. Cinco *puffles* com fome, dois precisando tomar banho e um com sono.

### **Dia 27/12/11**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxy

Hoje enviamos o iglu decorado para participar do concurso de melhor iglu decorado.

Eu fiz a minha decoração. Mas quando Fernando viu disse:

- credo, mãe. Está horrível.

Eu havia feito uma decoração razoável mas ele não gostou. Então sentou no computador e fez a decoração do jeito dele dizendo que agora estava bonito.

### **Dia 02/01/12**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxy

Fui para o Centro e uma pinguim anunciava:

- incêndio no meu iglu

Fui para a Floresta e um pinguim fazia um chamado:

- vamos procurar tesouro

### **Dia 06/01/12**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxye

Fui para o Centro. Tinham uns 30 pinguins. Anotei a conversa de Galaxye com uma pinguim:

- quem quer ser meu par
- eu (Galaxye)
- vem comigo
- vamos para o seu iglu
- ok (Galaxye)
- troca de roupa
- ok (Galaxye)

Coloquei um chapéu e uma roupa em estilo divertido.

- tira esse chapéu
- não gostou? (Galaxye)
- tira os óculos
- o chapéu pra te ouvir melhor (Galaxye)
- os óculos pra te ver melhor (Galaxye)
- ãh
- vc fica linda brava (Galaxye)
- obg
- agora coloca um terno
- me explica essa brincadeira (Galaxye)
- eu troco de roupa e depois (Galaxye)
- a gente passeia
- ãh (Galaxye)
- coloca um terno e um cabelo

Troquei de roupa e coloquei um cabelo.

- prefiro um terno
- então volta amanhã (Galaxye)
- uma jaqueta estilosa
- volta amanhã que eu compro um terno (Galaxye)
- como assim?
- preciso de tempo para comprar (Galaxye)
- td bem
- vamos a praia
- vai na frente que te encontro lá (Galaxye)
- ok

Ela provavelmente foi para a Praia e eu (Galaxye) pensei em ir para a Loja de Presentes procurar um terno para comprar. Mas a conexão caiu e não voltei mais.

**Dia 13/01/12**

Servidor: Zero Grau

Avatar: Galaxye

Anotei as seguintes falas durante a Festa Submarina:

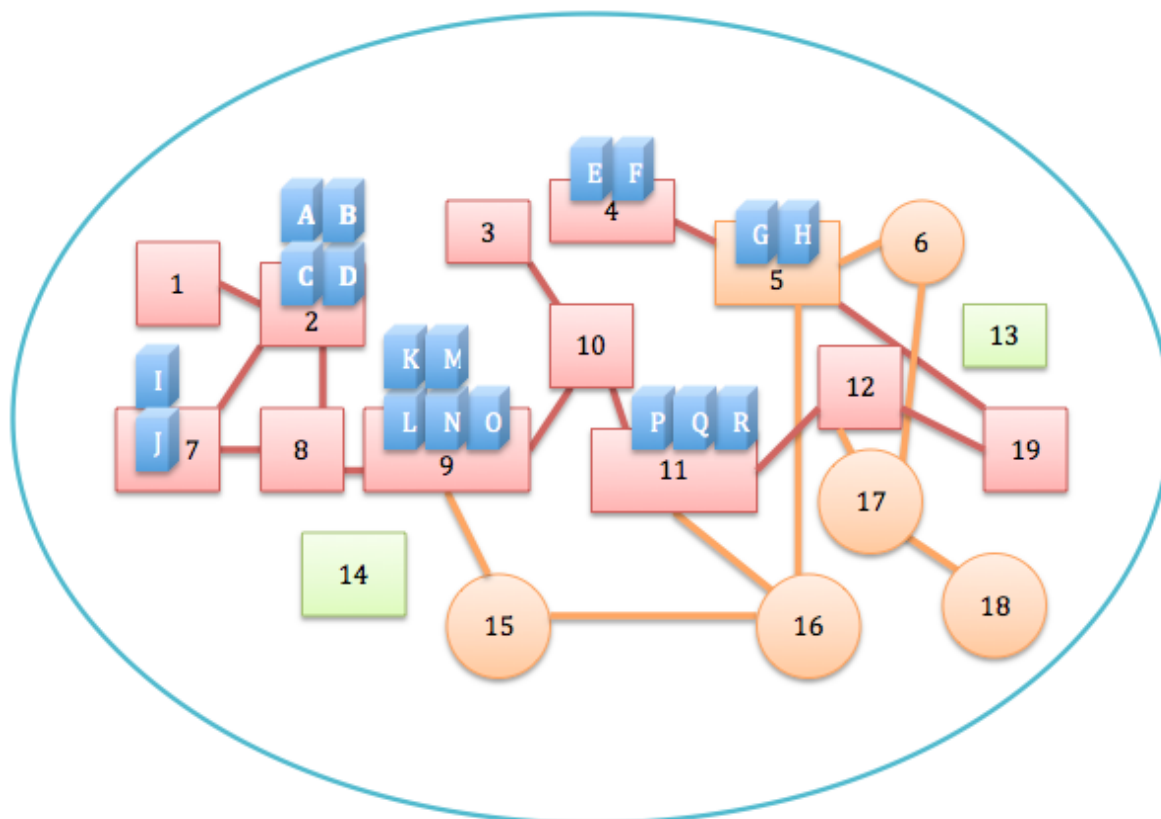
- o meu pinguim assinante foi banido ontem (Pinguim2)

- eu estou pondo veneno nas águas (Pinguim3)
- mentira
- para
- limpando a água do veneno
- pondo mais veneno (Pinguim3)
- argh nada a ver
- vou para a EPF
- não fica triste
- só para você saber já completei todas as missões
- eu tbm
- eu tbm
- vamos acampar ok
- deixa o peixe aqui
- te salvamos
- sai daí
- saia por favor
- estou pondo veneno aqui (Pinguim3)
- deixe o em paz
- vou te reportar
- reporta
- meu amigo tá triste

Caiu a conexão e eu não retornei.

## APÊNDICE B – Diagrama de Lugares e Ambientes

Figura 11: Lugares e ambientes da ilha



Fonte: A autora, 2013.

### Legenda

1- Montanha	8- Ancoradouro	15- Caldeira
2- Estação de Esqui	9- Centro	16- Piscina
3- Estádio	10- Forte Nevado	17- Lago Secreto
4- Pátio do Dojo	11- Plaza	18- Debaixo D'água
5- Casa da Mina	12- Floresta	19- Prainha
6- Caverna	13- Iceberg	
7- Praia	14- Iglus	
A- Sótão	G- Usina de Reciclagem	N- Dance Club
B- Cabana	H- Casa da Mina	O- Loja de Presentes
C- Sala inicial da EPF	I- Posto de Observação	P- Pet Shop
D- Estranha Parafernália Falante	J- Farol	Q- Palco
E- Esconderijo Ninja	K- Sala de Leitura	R- Pizzaria
F- Dojo do Sensei	L- Café	
	M- Área VIP	

## ANEXO – Bate-papo Emoticons

Figura 12: Emoticons



Fonte: Club Penguin, 2013