

MUNDOS VIRTUAIS: múltiplas possibilidades para múltiplos jogadores

Igor Ramady Lira de Sousa

Graduado em Publicidade e Propaganda pelo Instituto de Educação Superior da Paraíba (Iesp), 2005, e atualmente mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB). Contato: ramady_hotmail@hotmail.com

Resumo

O conceito de “mundo virtual” existia antes mesmo da era digital e já era compreendido como um espaço de significação. Seguindo este princípio, estudaremos o mundo criado pelos jogos online¹ como ambientes sógnicos originados pela hipermídia. Percebemos como estes mundos virtuais servem aos mais variados propósitos, que vão além da prática do jogo. Neste trabalho iremos apresentar algumas possibilidades de uso prático para os jogos online: na educação virtual, simulação, representação social, mercado virtual e adverjogo.

Palavras-chave: Mundo Virtual. Semiótica. Socialização Virtual. Hipermídia. Jogos Online.

Abstract

This paper aims to demonstrate how companies, universities, institutions and players use in the present time the sign's space of the online games. The concept of "virtual world" existed even before the digital era and it was understood as an area of significance. Following this principle, we will study the world created by online games as sign's environments generated by the hypermedia language. Understand how these virtual worlds suits the most varied purposes that go beyond the practice of the game. Therefore, we will present some possibilities of practical use for online games: on virtual education, simulation, social representation, virtual marketplace and advergimes.

Keywords: Virtual World, Semiotics, Virtual Socialization, Hypermedia, Online Games.

¹ O termo “jogos online” especifica a categoria de jogos eletrônicos que se utilizam de dispositivos informacionais em rede. Desta forma, quando falamos de “jogos eletrônicos” nos referimos a uma categoria mais abrangente, em que estão inseridos os jogos online entre outros.

1 Mundos virtuais como espaços sógnicos

Falaremos neste artigo sobre mundos virtuais criados pelos jogos online e de algumas possibilidades práticas para seu uso. Desta forma, compreenderemos os mundos virtuais como ambientes de aprendizagem e conformadores de processos comunicacionais. Trataremos especificamente dos jogos online para computadores por que estes originam um espaço comunitário. Além disso, computadores conectados a internet são mais usuais que os consoles caseiros que permitem o modo multijogadores em rede. O espaço compartilhado do jogo online possibilitaria a jogadores, profissionais, técnicos e acadêmicos, utilizarem-se do ambiente lúdico informacional para outras finalidades afins.

Langer nos anos 1950 já utilizava o termo “mundo virtual” para definir outra realidade sugestionada pela obra dos artistas. Segundo Vieira e Coelho, este conceito de virtual “pressupõe o jogo da criação tendo por base estímulos gerados pela obra de arte”.² O mundo virtual de Langer é um espaço de significação que nos permite vivenciar uma experiência sugestionada por uma obra. Sendo assim, este é um conceito apropriado das Artes pela Cibercultura. Atualmente, o mundo virtual pode ser compreendido como um ciberespaço criado por dispositivos informacionais. Gibson (1984) definiria o ciberespaço como uma “alucinação consensual”, ou seja, que demanda um comportamento colaborativo na sua construção. Uma ilusão que existe “no não-espaço da mente”, diria Gibson (1984, p.64).

Tomamos o mesmo conceito de mundos virtuais de Langer para afirmarmos que aqueles originados por computadores e dispositivos informacionais são igualmente espaços de significação. Segundo Peirce (2003, p. 164), o “processo de significação” compreende a possibilidade da interpretação original do signo por uma mente interpretante. Igualmente, os mundos virtuais dos jogos eletrônicos são conformadores do processo de significação, em que encontramos representações sociais, culturais, políticas, ambientais, entre outras. Indo mais além, os jogos online possibilitariam aos jogadores originarem seus próprios signos, na forma de informação digital, que percorrem o fluxo do ciberespaço instantaneamente.

Mundos virtuais como espaços sógnicos constroem realidades percebidas por meio de alguns dos cinco sentidos. Esta percepção é possibilitada pela corporificação do signo, o que nos faz entender que existe um nível de iconicidade em toda manifestação sógnica. Somos levados muitas vezes ao engano de pensar no ícone sempre como imagem. Entretanto, a

² Fonte: Subjetividade virtual em “nova carne”: o fim do tempo, espaço e corpo orgânico no sujeito recriado. Disponível em: <<http://www.users.rdc.puc-rio.br/imago/site/virtualidade/ensaios/nvcarne.htm>> Acesso em 21/02/2009.

iconicidade se apresenta em vários níveis na linguagem sonora, como demonstrou Santaella (2005, p. 106). Deste modo, destacamos que nas representações imagéticas conformadas pela hipermídia o sígno pode também se manifestar pela sonoridade. De acordo com a classificação peirceana (Peirce, 2003, p.64), pelo modo simples que estas se relacionam para com o objeto representado, não só as imagens, igualmente a sonoridade seria da ordem da Primeira Primeiridade.

Na figura 1, por exemplo, demonstra-se a potencialidade da linguagem híbrida para representar qualidades de um objeto (a ponte) por meio do hibridismo entre o visual e o sonoro. Os avatares (personagens dos jogadores) atravessam a ponte, que está representando qualidades imagéticas similares às qualidades de uma ponte de madeira (primeira primeiridade). No entanto, a representação ganha outra dimensão sensorial, ao manifestar o signo da ponte pela sonoridade, através da sonoplastia do ranger da madeira.



Figura 1 - Atravessar a ponte: uma experiência imersiva audiovisual.

Além disso, como cada avatar online é um jogador em potencial, o espaço sígnico do jogo online possui um nível de indexicalidade com a representação do “outro”. Para Peirce (2003, p.52) é índice qualquer signo que seja um registro real de um objeto. Contudo, para ser interpretado como signo, o índice precisa se manifestar em sua forma icônica. O avatar é uma imagem virtual, mas isto não desqualifica sua característica indicial: o registro da existência de um jogador. Além disso, a presença do “outro” colabora para esta sensação de realidade, tendo em vista que, os mundos dos jogos online conectam usuários de todo planeta, às centenas, simultaneamente, no mesmo ambiente virtual.

2 A socialização online

“Parece claro que estes jogos – escreveu Aarseth (2001) –, especialmente os jogos para múltiplos-jogadores, combinam estética e social de uma forma que os meios de massa tradicionais, como o teatro, cinema, shows de TV e as novelas nunca fariam”. Estes ambientes não são compreendidos apenas pelo processo de significação, são também responsáveis por processos de interação e socialização mediados por computador. Isto porque os mundos virtuais dos jogos online são ambientes comunicacionais:

Além do jogo online ser uma mídia de consumo individual (eu mais um computador) que permite a conexão com outros jogadores em escala global, estes jogos tornam-se similares a programas de conversação virtual em tempo real (como o MSN), ao utilizarem-se de chatboxes (caixas de texto para conversação) na interface da tela do jogo para a comunicação entre seus jogadores, conformando uma semelhança com a comunicação interpessoal e em rede (modelo Um-Um e Todos-Todos). (SOUSA, 2008).

A socialização online compreende a interação dos jogadores entre si, não apenas com um sistema. Eles formam grupos e clãs que equivalem a laços efêmeros que são criados com a mesma rapidez que se dissolvem (ver SOUSA, 2008). Conexões temporárias entendidas pelo conceito de “socialidade” de Maffesoli, diferente da sociabilidade praticada na modernidade (MAFFESOLI, *apud* LEMOS, 2004, p. 82-83). Pela possibilidade de interação entre os jogadores, eles podem cooperar entre si de diversas formas, desde conhecendo a experiência mercadológica virtual, até mesmo nas disputas entre grupos de jogadores, favorecendo a criação de várias formas de estratégia de jogo.

3 Hipermissão

A linguagem dos mundos virtuais 3D sem dúvida é a hipermissão. Para Santaella (2005) a hipermissão é uma linguagem híbrida, que se constitui de outras matrizes de linguagem, o que faz da hipermissão uma linguagem múltisignica. Os jogos online são criados pela linguagem hipermissão, em que uma de suas características é a interatividade, importante para a prática da “leitura” desta linguagem. “A hipermissão não é feita para ser ‘lida’ do começo ao fim, mas sim através de buscas, descobertas e escolhas” (SANTAELLA, 2005, p. 394).

Outro aspecto importante para se decifrar a hipermissão é a imersão. “Quanto maior a interatividade – escreveu Santaella (2005, p. 394) –, mais profunda será a experiência de imersão do leitor, imersão que se expressa na sua concentração, atenção e compreensão da

informação”. O envolvimento dos sentidos com a mídia foi caracterizado por McLuhan (1979, p. 38) de meios quentes e meios frios. Para ele o rádio e o cinema seriam meios quentes, a televisão e o telefone, frios. Esta definição visa definir o grau de participação do receptor da mídia com o consumo da mensagem.

Os jogos eletrônicos exigem a interação no ato de sua “consumação”. Não existe uma atitude passiva para o jogador. Desenvolver a “leitura” no jogo eletrônico significa navegar pelo seu espaço digital, pela informação, por meio de labirintos multidimensionais, e interagir com o sistema que origina seu mundo virtual. Interação multisensorial, multisígnica, não-linear e imersiva. A hipermídia criaria o que Gibson chamou de uma alucinação consensual, e, neste sentido, talvez McLuhan chamasse os jogos online de meios “hiper-quentes”.

4 O virtual e seu processo

Falamos sobre a possibilidade dos próprios jogadores construírem seus signos no espaço do jogo online, além da possibilidade deles “lerem” os signos pré-existentes programados pelo sistema do jogo. De modo que, os jogos online possibilitariam um vetor de criação e expressão para os próprios jogadores. Lévy (1996, p.12) define virtual como aquilo que existe em potência, “que põe em jogo processos de criação”, sem, no entanto, confundir-se por irreal. Ele ilustra na metáfora da semente o conceito de virtual, pois a semente é uma árvore em potencial. Logo, não se opondo a realidade, o virtual apenas ainda não é atual. Sendo assim, para Lévy (1996, p. 17), “a interação entre humanos e sistemas informáticos tem a ver com a dialética do virtual e do atual”.

O “processo de atualização” compreende a ação humana na solução de um problema, a dinâmica ergonômica da interação com os programas. Já o caminho inverso, o “processo de virtualização” seria a resposta a esta interação, originando por sua vez outro problema. “A virtualização é um dos principais vetores da criação da realidade”. (Idem, p. 18).

Os jogadores atualizam o jogo eletrônico quando interagem com seu mundo virtual. O jogo eletrônico origina respostas a estes estímulos ergonômicos, gerando novas informações no processo inverso de “virtualização”. Através destes processos podemos entender como funciona a interface homem-máquina nos programas informacionais que são executados nos jogos eletrônicos, na criação de complexos problemáticos e na conseqüente invenção de soluções exigida por estes.

As imagens virtuais criadas pelos dispositivos informacionais e interpretadas pelos jogadores por meio da interface audiovisual dos computadores, não seriam, *a priori*, imagens

irreais. Santaella (2005, p. 226) entende que as imagens infográficas estão em “perpétua metamorfose”. Como qualquer outra informação digital, as imagens virtuais são computadas pelas máquinas, por meio da linguagem binária, e re-significada por elas para a compreensão humana dos complexos cálculos matemáticos que as originaram. A mesma imagem disponibilizada em tempos diferentes deverá ser recalculada e, portanto, ser recriada pela máquina para a interface humana. Elas se manifestam no momento que estão atualizadas na tela, e podem voltar a ser da mesma forma, por causa da dinâmica da virtualização.

5 Fora do jogo: algumas possibilidades práticas dos mundos virtuais

5.1 Simulações

A primeira possibilidade que apresentamos é a aptidão natural que estes ambientes 3D possuem para gerarem simulações de modelos e eventos. Quando Johnson (2005) fala que os jogos eletrônicos estão deixando as pessoas mais inteligentes, permitindo que elas exercitem habilidades cognitivas, ele menciona os jogos de simulações como ambientes de aprendizagem e práticas de treinamento destas habilidades³. Alves (2005, p. 240) conclui que nestes jogos eletrônicos é possível aprender e “construir conceitos cognitivos, afetivos e sociais”, especialmente nos jogos do gênero simulação. Contudo, observamos que jogos eletrônicos de outros gêneros acabam por simular a realidade, por meio do hiper-realismo⁴ ocasionado por sua alta qualidade técnica.

O *Flight Simulator X* da Microsoft é um simulador de vôo que segundo seus criadores “imersão em um mundo lindo, rico e realista com dezenas de aeronaves e missões interativas”⁵, podendo ser jogado por um jogador ou multijogadores. Estes jogos de simulação são capazes de, por meio do hiper-realismo e de sua interface que emula os controles reais destes veículos, transmitir a sensação aos jogadores de serem pilotos de verdade. O jogo online de tiro em primeira pessoa (FPS), *Amerysca's Army*, foi idealizado pelo próprio U.S. Army (Exército Norte-Americano) para projetar no jogador a experiência de ser um soldado do exército norte-americano, por meio do realismo nos cenários e missões⁶. Jogos eletrônicos desta categoria são capazes de simular ações táticas militares, situações que, muitos jogadores nunca teriam como experimentar.

³ Fonte: Veja online. 5 Perguntas a Steven Johnson. Acesso em 21/02/2009.

⁴ Mais sobre Hiper-realismo nos jogos ver Veja online. Agora a vida Participa do jogo. Acesso em 21/02/2009.

⁵ Fonte: Site oficial Flight Simulator X. Acesso em 21/02/2009.

⁶ Fonte: Site oficial America's Army. Acesso em 21/02/2009.

Pousar uma aeronave em um aeroporto ou ser bem sucedido em uma missão militar são alguns exemplos de simulações possibilitadas pelos jogos, em que os controles passam uma sensação de realidade. Mesmo que sejam por meio do teclado e do mouse, a jogabilidade e a interface do jogo na tela são autênticas. Formas interativas de treinamento, sem risco de danificar veículos e equipamentos verdadeiramente caros, nem de colocar outras vidas em jogo.

5.2 Educação à distância

O aprendizado nos jogos eletrônicos não ocorre apenas por meio da consumação de seu conteúdo como acontece pelo processo de significação, no gênero online existe a possibilidade de interação entre os jogadores. Ao se apropriarem do espaço virtual dos jogos online, instituições de ensino aparentam estar seguindo a tendência do momento da cultura digital. Assim, alguns jogos online podem ser utilizados como ambientes educacionais, como observamos no *Second Life*.

O *Second Life* (Segunda Vida) foi criado em 2003 pela empresa *Linden Lab*, representado pela companhia brasileira *Kaizen Games*⁷. Ele configura uma rede de relacionamentos em um ambiente virtual lúdico. Duas instituições de ensino superior de Portugal, Universidades de Aveiro e do Porto, em abril e maio de 2007, respectivamente, adquiriram ilhas no *Second Life*.



Figura 2 - Professor e alunos da UP no SL.

No Brasil até julho de 2007 várias universidades já aderiram ao metaverso (assim chamado o mundo virtual do SL) como ambiente de aprendizagem à distância. “Já têm sede no metaverso a Universidade Mackenzie, a Universidade Presbiteriana Anhembi Morumbi e

⁷ Fonte: Site oficial Second Life. Acesso em 21/02/2009.

as Faculdades Senac. A Universidade de São Paulo (USP) e a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) anunciaram uma parceria para agosto”.⁸

Uma tradicional universidade norte-americana, em 2006, aderiu à nova tendência. Harvard oferece um curso de extensão no SL⁹. O curso de extensão de Harvard em uma ambiente virtual de um jogo online é um projeto ousado. Sendo um curso ministrado à distância, dentro do SL ele possibilita pela socialização virtual criar um sentimento de comunidade entre seus alunos, que, segundo a proposta do curso, poderão testar seus argumentos e simular uma audiência real dentro do espaço do jogo¹⁰.

As ilhas em SL demonstram ser um investimento audacioso. Uma das vantagens desta modalidade de ensino à distância em relação aos outros ambientes virtuais é a possibilidade da socialização online. O mais proveitoso nestes casos é a metalinguagem, poder estudar uma disciplina chamada Hipermídia em meio a um ambiente configurado por ela própria. Compreender conceitos como navegação, imersão e interatividade seriam desta forma muito mais simples.

5.3 Advergame

Outras empresas encontraram nos mundos virtuais o caminho para a prática do *advergame*, entendido como uma forma de *merchandising* dentro dos jogos eletrônicos.¹¹ No Brasil, a primeira agência a fazer um anúncio no SL foi a DPZ, um outdoor criado para a Record.¹² Percebemos que os mundos virtuais são promissores ambientes para a prática do *advergame*.



Figura 3 - Outdoor no SL da Record criado pela DPZ.

⁸ Fonte: Estadão.com.br. Universidades brasileiras investem no Second Life. In: Tecnologias Jogos. Acesso em 21/02/2009.

⁹ O curso chama-se CyberOne: Law in the Court of Public Opinion, ministrado na ilha Berkman. Fonte: Blog Harvard Law School, Harvard Extension School and the World. Acesso em 21/02/2009.

¹⁰ Fonte: Blog Harvard Law School, Harvard Extension School and the World. Acesso em 21/02/2009.

¹¹ *Advergame*: *adver-* (do inglês *advertising*, publicidade, ou anúncio) + *game* (jogos eletrônicos). Acesso em 21/02/2009.

¹² Fonte: Blog BrSecondLife. DPZ faz anúncio pra Record no Second Life. Acesso em 21/02/2009.

Grandes corporações do mundo possuem ilhas com instalações virtuais dentro do SL, eventos e produtos são apresentados ao seu público virtual. No jogo *Ragnarök Online* cotidianamente se inclui eventos novos com conceito de marcas, além da veiculação no *patch client*¹³ de *trailers* dos lançamentos do cinema. Este jogo online foi criado pela *Gravity* e é distribuído no Brasil pela *Level Up!*. Pertence à categoria MMORPG e é baseado em um quadrinho coreano homônimo¹⁴. Itens especiais são gratificados aos jogadores do RO, quando eles cumprem certas condições e participam dos eventos do jogo. Marcas de produtos como *Axe Dark Temptation* e filmes como *Alien* vrs. *Predador II* e *Hitman Assassino 47* foram conceitos de eventos deste ano.

5.4 Mercados virtuais

Existe uma forma de comércio eletrônico dentro dos mundos virtuais, que configura um mercado virtual para avatares. Na análise de Castronova (2001) o mercado virtual será o futuro do *e-commerce* e da internet. Mercados virtuais são possibilitados pela interatividade e comunicação entre jogadores dentro dos ambientes virtuais.

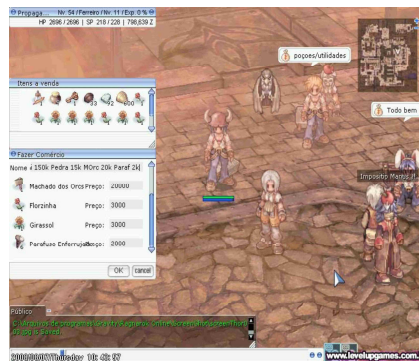


Figura 4 - Lojinha aberta por um mercador em RO, preços sugeridos pelos próprios jogadores.

O mercado virtual em RO é possibilitado pela habilidade “Comércio” da classe (*job*) Mercador. Com ela é possível selecionar itens e colocar preço para venda. Isto origina uma especulação sobre o preço real dos itens virtuais, visto que alguns são bem raros dentro do

¹³ Patch client é o programa instalado no computador dos jogadores, ao ser executado ele abre uma janela para atualização do programa no sistema e enquanto atualiza, na sua janela, aparecem recados do administrador do jogo e filmes curtos.

¹⁴ Fonte: Level Up! Primeiros passos. Acesso em 21/02/2009.

jogo. Outras classes de avatares podem anunciar em *chat* público suas ofertas, mas não podem criar “lojinhas”. Esta forma de comércio permite não só a empresas como aos jogadores venderem suas mercadorias, e vivenciarem uma experiência mercadológica e noções de comércio – o que não deixa de ser uma forma de construção de conhecimentos.

As empresas perceberam uma alternativa de gerar dinheiro real dentro dos mundos virtuais. Uma tendência nova no gênero MMORPG: liberar o acesso dos servidores do jogo e cobrar por “facilidades”. A *Level Up!* disponibilizou um *server* gratuito para jogar. Compra-se crédito no *site* oficial (chamados ROPS), que podem ser trocados por itens dentro do jogo. A contradição é que os próprios jogadores são desencorajados, muitas vezes punidos severamente, pelos administradores do jogo, ao negociarem seus itens virtuais por dinheiro real. Portanto na atualidade as empresas administradoras dos jogos online guardam para si o monopólio econômico dos mundos virtuais.

5.5 Representação social

A sociedade como um todo ganhou um novo espaço de expressão pública. A representação social dentro dos mundos virtuais é aberta à colaboração dos jogadores. O conteúdo é aberto dentro do SL, em que se admitem práticas sociais, culturais e políticas, onde outros jogos online não admitem. No RO, por exemplo, permite-se o casamento entre avatares, desde que estes sejam de gêneros diferentes, não importando o gênero dos jogadores em si.

Diferente do RO, o SL consente uniões de avatares de gêneros iguais. Sem precedência, no dia 26 de julho de 2007, o SL realizou o primeiro casamento gay dentro de um mundo virtual brasileiro. Este episódio serviu “para provar a força e grande presença de avatares gays no metaverso”¹⁵. No mesmo ano, 250 avatares realizaram a primeira Parada Gay do SL na ilha Gomorra, evento “aberto também para heteros e simpatizantes”¹⁶. No SL, o público GLS ganhou um espaço para expressão de sua orientação sexual, política e cultural.

A diversidade étnico-cultural é representada no mundo virtual do SL, pela criação de avatares com *skins* de características étnicas e da possibilidade de criação de artefatos que representam as tradições culturais do mundo real.¹⁷ O RO não permite a customização de

¹⁵ Fonte: Estadão.com.br. Second Life terá primeiro casamento gay brasileiro. Acesso em 21/02/2009.

¹⁶ Fonte: Blog Mundo Linden. Brasil realiza primeira 'Parada Gay' no Second Life. Acesso em 21/02/2009.

¹⁷ *Skins* (peles em inglês) era um termo utilizado para definir a aparência visual de programas, muitos dos quais eram criados por alguns usuários. *Skins* tem duplo sentido no Second Life, visto que, pode-se customizar a cor da pele, forma, cabelos e olhos dos personagens.

equipamentos nem de *skins* de avatares, ainda apresentando pouca diversidade étnica de escolha de avatares (o avatar só muda o cabelo e o gênero), tornando-se pouco representativo das multiplicidades sócio-culturais.

5.6 Ciberativismo político

Certamente, a Parada Gay no SL, além de possibilitar a expressão individual e coletiva de um estilo de vida, ela apresenta também forte conotação política, em que observamos claramente um exemplo da possibilidade de sermos todos ativistas políticos virtuais. Outras instituições preocupadas com a conscientização ambiental das pessoas, como a WWF e a Peta, do mesmo modo possuem referência no SL. Existem até registros de manifestações políticas praticadas por alguns jogadores do SL. Isto evidencia a prática do ativista político no mundo virtual. Como no protesto da Peta em que avatares empunhavam cartazes com os dizeres como *FUR is not FAIR*.¹⁸



Fig.5 – O ciberativistas do Peta. No cartaz: “PELES não são JUSTAS”.

O manifesto *Velvet Strike* é um movimento anti-guerra e anti-Bush, outro exemplo desta possibilidade de exercer o ciberativismo. No *Counter Strike* (FPS), distribuído pela *Valve Software*¹⁹, os jogadores podem assumir o papel de terroristas ou anti-terroristas. Ele teve sua comercialização proibida no Brasil pela justiça, após a distribuição de uma modificação do programa original, ambientada nos morros do Rio, que supostamente incitaria a violência²⁰. Entretanto, outra modificação originou uma manifestação pacifista, em plena guerra entre o governo Bush e o Iraque, em um mundo virtual originalmente criado para os jogadores praticarem operações militares, resgatando reféns e matando terroristas.

¹⁸ Fonte: Blog peta2.com. Stella McCartney's Second Life Anti-Fur Protest and Giveaway! Acesso em 21/03/2009.

¹⁹ Fonte: Site oficial Counter Strike. Acesso em 21/03/2009.

²⁰ Fonte: Estadão.com.br. Justiça determina apreensão de jogos de computador. Acesso em 21/02/2009.

O manifesto foi uma forma de arte digital, os jogadores que participaram do *Velvet Strike* veicularam cartazes e pichações dentro do jogo online com motivos pacifistas. Também existe no site do movimento uma “receita de intervenção” para orientação de outros jogadores a serem ativistas do movimento. Entre elas: sempre assinar os *chats* com *Love and Peace* e seqüestrar outros jogadores dentro do jogo, para que eles não pratiquem atos de violência virtual²¹.

Considerações finais

Os mundos virtuais criados pelos jogos eletrônicos representam uma realidade no “não-espço da mente”, que possibilita as pessoas vivenciarem suas fantasias, construindo sua própria realidade. Jogos do gênero online permitem a socialização e interatividade entre seus participantes, fatores determinantes para o novo emprego destes mundos virtuais como simulações, ambientes de aprendizagem, *advergame*, mercados virtuais e representações sociais.

Eles permitem a assimilação de significados em um ambiente múltisignico. Signos gerados pelo programa de jogo, mas também criados pelos jogadores pela interação com o sistema. Visto que seu conteúdo é um arranjo cooperativo e participativo entre jogadores e sistemas, permitindo ao usuário uma liberdade criativa e uma multiplicidade de manifestações sígnicas.

Potencias ambientes de aprendizagem. Hoje muitas universidades do mundo se utilizam dos mundos virtuais como ambientes acadêmicos. Uma nova tendência do ensino a distância. Percebemos que muitas práticas nos jogos online não se voltam para o simples entretenimento. Existe a satisfação momentânea do prazer de jogar um jogo eletrônico, mas também existem outras utilidades práticas, especialmente configuradas pela sua nova linguagem e pela comunicação entre seus participantes.

O *advergame* e os mercados virtuais são tendências para a nova era digital. Conformados pela nova linguagem dos jogos online estas práticas representariam o futuro da internet. Avatares fazendo compras em shoppings virtuais. Produtos configurados para avatares, mas também para seus usuários. Eles navegariam pelas infovias do ciberespaço deparando-se com as mais variadas formas de anúncios virtuais, indicando a todas as pessoas (reais e virtuais) que as marcas estão em todos os estratos da vida cotidiana, até mesmo na segunda vida – parafraseando o *Second Life*.

²¹ Fonte: Velvet Strike. Intervention Recipes. Acesso em 21/02/2009.

Acabamos por apresentar algumas tendências não usuais para o uso cotidiano dos mundos virtuais. Algumas poucas das infinitas possibilidades práticas para estes mundos virtuais conformados pelos jogos eletrônicos, muito dos quais são jogos online. Podemos concluir deduzindo que novas serventias para estes ambientes devem sempre aparecer, visto que eles são espaços criativos, conformados pela linguagem hipermídia. Ambientes em três dimensões que acrescentam à percepção da realidade midiaticizada uma textura multidimensional.

Referências:

AARSETH, E. Computer Jogo Studies, Year One. In: **Game studies**: The international journal of computer joga research, 2001. <Disponível em: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>>. Acesso em 21/02/2009.

ALVES, L. **Game Over**: jogos eletrônicos e violência. São Paulo: Ed. Futura, 2005.

CASTRONOVA, E. **Virtual worlds**: a first-hand account of market and society on the cyberian frontier. Alemanha: CESifo (Center for Economic Studies & Ifo Institute for Economic Research). Working Paper N° 618. Dezembro, 2001. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=294828>. Acesso em 21/02/2009.

GIBSON, W. **Neuromancer**. Canadá: Editora Ace Books. 1984.

LANGER, Suzanne K. **Sentimento e forma**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix. 1969.

PEIRCE, C. **Semiótica**. (Trad.) Teixeira Coelho Netto. São Paulo: Perspectiva, 2003.

SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem e pensamento**: Sonora visual verbal. São Paulo: Ed. Iluminuras LTDA, 2005.

SOUSA, I. **Cibersocialidade e a emergência de relacionamentos cibernéticos nos jogos massivos**: o significado de socialidade na mídia pós-moderna. In: Revista eletrônica Temática, 2008. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2008/Dezembro/Cibersocialidade_MMORPG_Ramady.pdf>. Acesso em 21/02/2009.

REVISTAS VIRTUAIS E BLOGS

BLOG BRSECONDLIFE. **DPZ faz anúncio pra Record no Second Life**. Disponível em <http://brsecondlife.blogspot.com/2007_05_01_archive.html>. Acesso em 21/02/2009.

BLOG HARVARD LAW SCHOOL, HARVARD EXTENSION SCHOOL AND THE WORLD. *CyberOne*: Law in the Court of Public Opinion. Disponível em <<http://blogs.law.harvard.edu/cyberone/audiences/extension/>> Acesso em 21/02/2009.

BLOG MUNDO LINDEN. **Brasil realiza primeira 'Parada Gay' no Second Life**. Disponível em <<http://mundolinden.blogspot.com/2007/06/brasil-realiza-primeira-parada-gay-no.html>>. Acesso em 21/02/2009.

ESTADÃO.COM.BR. Second Life terá primeiro casamento gay brasileiro. In: **Tecnologias Jogos**. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/artelazer/not_tec22121,0.htm>. Acesso em 21/02/2009.

ESTADÃO.COM.BR. Universidades brasileiras investem no Second Life. In: **Tecnologias Jogos**. Disponível em <http://www.estadao.com.br/tecnologia/not_tec23468.0.htm>. Acesso em 21/02/2009.

JPN. Jornalismo Porto Net. **Universidade do Porto compra ilha no Second Life**. Disponível em <http://jpn.icicom.up.pt/2007/05/23/universidade_do_porto_compra_ilha_no_second_life.html>. Acesso em 21/02/2009.

LEVEL! UP. **Primeiros passos**. Disponível em <http://jogos.levelupjogos.uol.com.br/ragnarok/guia_jogo/primeirospassos.php>. Acesso em 21/02/2009.

VEJA online. 5 Perguntas a Steven Johnson. In: **Especial Tecnologia: Entrevista**. Agosto, 2007. Disponível em <http://veja.abril.com.br/especiais/tecnologia_2007/p_086.html>. Acesso em 21/02/2009.

VEJA online. Agora a vida participa do jogo. In: **Especial Tecnologia: Jogos**. Agosto, 2007. Disponível em <http://veja.abril.com.br/especiais/tecnologia_2007/p_038.html>. Acesso em 21/02/2009.

VEJA online. Do jeito que eu quero ser. In: **Especial Tecnologia: Internet**. Agosto, 2007. Disponível em <http://veja.abril.com.br/especiais/tecnologia_2007/p_018.html>. Acesso em 21/02/2009.

JOGOS ELETRÔNICOS CITADOS

AMERYCA'S ARMY. **The official Army jogo**. Desenvolvido pelo Exército Norte-Americano. Site oficial: <www.americasarmy.com>

FLIGHT SIMULATOR X. Desenvolvido pela Microsoft Corp. Site oficial: <www.microsoft.com/jogos/flightsimulatorx>

RAGNARÖK ONLINE. Desenvolvido pela Gravity. Distribuído no Brasil pela Level Up! Site oficial: <<http://jogos.levelupjogos.uol.com.br/ragnarok/home/index.php>>

SECOND LIFE. Desenvolvido pela Linden Lab. Distribuído no Brasil pela Kaizen Jogos. Site oficial: <<http://www.mainlandbrasil.com.br/>>