



A Galáxia de Lucas: de Guerra nas Estrelas ao *ethos* virtualizado¹

Luiz Adolfo de Andrade²
Universidade Federal Fluminense

Resumo

Simultaneamente à estréia do Episódio III de Guerras nas Estrelas, nos cinemas, foi lançado no mercado o volume que completa a série de *games* para multi-usuários chamada *Star Wars Galaxies*, cuja proposta é oferecer uma “experiência de vida” no mundo de Guerra nas Estrelas. Em face deste advento, o presente artigo tem o objetivo de estabelecer algumas reflexões sobre a configuração espaço-temporal do *game* abordado, afim de enxergá-lo na condição de um âmbito destinado à atividade humana virtualizada. No decorrer destas ações, pensamos na criação de comunidades virtuais que gravitam neste cenário. Partimos da premissa que os membros destas comunidades apresentam “algo mais” em comum, que os distancia dos jogadores de outros jogos *online* para multi-usuários: eles são, em algum sentido, fãs de *Star Wars*.

Palavras-chave: Jogos eletrônicos; comunidade virtual; Star Wars; mídias digitais

Introdução

“After seeing the last movie in the Star Wars saga, continue to live the Star Wars experience online every day!”

A frase acima pode ser encontrada na loja virtual de produtos licenciados da marca *Star Wars* – www.shop.starwars.com, domínio do cineasta George Lucas - e serve de *slogan* para o *box The Total Experience*, que reúne os três jogos para computador que formam a série *Star Wars Galaxies*. Novidade na linha de *games* inspirados em Guerra nas Estrelas, o jogo oferece ao seu usuário uma “experiência de vida”- mesmo que virtual - no universo proposto por Lucas, nos filmes.

Galaxies pertence à família dos *MMORPG Multiuser Massive Online Role Playing Game* – e foi lançado depois que alguns jogos deste estilo, como o popular *Everquest*, alcançaram lucros expressivos no mercado mundial de jogos eletrônicos. Para conseguir jogar, o sujeito necessita – além do CD de instalação – pagar uma assinatura mensal à *Sony Online Entertainment* (SOE), que mantém os jogadores conectados a uma rede mundial acessada por milhares de usuários, simultaneamente.

¹ Trabalho apresentado ao NP 08 – Teorias da Informação e da Comunicação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

² Luiz Adolfo de Andrade é mestrando do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, na linha de pesquisa Tecnologia da Comunicação e da Informação, e bacharel em Comunicação Social (2004) pela Universidade Gama Filho. luizadolfoandrade@yahoo.com.br



Em *Star Wars Galaxies*, o jogador escolhe um personagem da série para “encarnar” e “habitar” – virtualmente – uma galáxia digital análoga à produzida por Lucas na película, desfrutando da possibilidade de realizar atividades típicas da vida humana – dirigir, trabalhar, comunicar, etc. – imerso em um ambiente virtual. O jogo combina um gráfico em três dimensões com a linguagem *chat* das salas de bate-papo, permitindo que os jogadores estabeleçam, entre si, um processo de comunicação em tempo real.

Frente ao advento dos *MMORPG* – em especial à série *Star Wars Galaxies* – o nosso objetivo é propor uma reflexão sobre o processo de comunicação mediado por este *game*, afim de enxergá-lo na condição de um âmbito destinado à ação humana, virtualizando atividades da vida real. Partilhando de tempo e espaço, acreditamos que os jogadores estabeleçam um regime cooperativo de convivência a partir de suas afinidades – transparecidas através da troca de bens simbólicos e de processos comunicativos textuais – originando comunidades virtuais imbuídas em vencer as barreiras estabelecidas pelo jogo.

Para desenvolver esta discussão, apresentaremos alguns conceitos que tratam da comunicação mediada pelos jogos de computador e da formação de comunidades virtuais, além de reflexões que envolvem as noções de “Era do Acesso” e “mercado da experiência”.

Guerra nas Estrelas é uma marca reconhecida mundialmente que conta com uma legião de admiradores, em diversas faixas etárias, acostumados a consumir seus produtos licenciados. Acreditamos que muitos destes fãs – motivados pelo lançamento do *Episódio III: A Vingança dos Sith*, um dos filmes mais aguardados do ano – serão atraídos pela fascinante proposta de “experiência de vida” na galáxia de Lucas, oferecida por *Star Wars Galaxies*.

Alguns aspectos sobre a comunicação mediada por jogos de computador

Grande parte das recentes pesquisas acadêmicas sobre os *videogames* – no campo da Comunicação Social – está relacionada ao trabalho de Espen Aarseth. De acordo com este pesquisador, os *games* são de grande importância, podendo ser apontados como o gênero cultural mais rico já visto pelo homem e que apresenta uma pesquisa básica quase igual a zero, o que desafia uma busca por uma aproximação metodológica mais adequada (2001). Em sua obra mais conhecida, Aarseth (1997) configurou o termo literatura ergódica: ocorre quando um esforço não trivial é



requisitado para permitir que o leitor “atravesse” o texto. Além da análise e interpretação semiótica do próprio texto, o leitor realiza um esforço físico para seguir adiante no processo de leitura. Dentre os exemplos citados pelo autor estão o *I-ching*, os *MUDs* e os jogos eletrônicos. No último caso, o sujeito se desprende do *voyeurismo* inerente ao texto e assume uma postura além da interpretativa: passa a interferir ativamente na trama manejando o *joystick*, na medida em que se depara com o desafio de passar de fase, de vencer os inimigos, de superar os obstáculos impostos pelo jogo, realizando um esforço não trivial.

Impulsionados pela evolução digital, os *games* foram se tornando cada vez mais realistas, apresentando uma configuração espacial em três dimensões e um vasto arsenal tecnológico à disposição do jogador. Este avanço digital elevou o computador ao mesmo patamar gráfico dos consoles ditos *top* de linha. Atualmente, os PCs apresentam certos recursos que o colocam acima ou no mesmo nível de definição gráfica dos suportes materiais para *games* de última geração.

Estas novas possibilidades acerca dos jogos eletrônicos tornaram possível sua convergência com outras ferramentas características do computador, dentre elas a Internet. Um dos frutos desta união é apontado como a nova mania entre os jovens de todo o mundo: são os chamados *MMORPG*³ - um tipo de jogo *online* no qual milhares usuários, espalhados pelos vários cantos do planeta, podem jogar simultaneamente mediante à conexão em rede (Kolo & Baur, 2004).

Este tipo de *game* pode ser considerado um sucessor dos chamados *MUDs* – *Multi User Domains* ou Domínios Multi-Usuários. São verdadeiros “mundos virtuais” onde usuários em diferentes locais, conectados ao servidor, podem interagir em tempo real. Dentre os *MUDs*, existem aqueles em que o sujeito pode apenas “jogar” e outros que possibilitam uma forma virtual de convívio social, permitindo que os usuários estabeleçam relações pessoais por meio de seu correspondente virtual – o “Avatar”. Seguindo esta lógica dos *MUDs*, os jogos do tipo *MMORPG* foram lançados no mercado e obtiveram um alto grau de aceitação entre seus consumidores – os casos de *Ultima online* e *Everquest* - e foram até mesmo citados em recentes pesquisas acadêmicas sobre *games*.

³ *Multiuser Massive Online Role Playing Game*



A história de *Star Wars* em jogo

Desde 1983 que os jogos eletrônicos inspirados em *Star Wars* são feitos quase que simultaneamente aos filmes da série - sobretudo os episódios I, II e III, que foram produzidos graças ao acelerado desenvolvimento da tecnologia digital no final da década de 90. Beneficiados por este avanço tecnológico, hoje existem dezenas de *games* inspirados em Guerra nas Estrelas que variam desde partidas de xadrez até os mais complexos *RPGs*⁴. Cada episódio da série, na película, é acompanhado de um vasto repertório de jogos eletrônicos.

Em 2003, a LucasArts - em parceria com a *SOE*⁵ - iniciou uma série de jogos eletrônicos chamada *Star Wars Galaxies*, composta por três volumes que hoje podem ser adquiridos juntos em um *box*, vendido na loja virtual de George Lucas. Exclusivamente para PCs, este *game* torna realidade um sonho de muitos fãs de Guerras nas Estrelas: poder viver - mesmo que virtualmente - na galáxia criada pelo cineasta. Para obter um Avatar e adquirir o direito de “habitar” este universo de Guerra nas Estrelas, basta que usuário pague uma assinatura mensal de US\$ 15 à *SOE*.

Apesar de todas estas possibilidades fascinantes, o primeiro volume da série - *An Empire Divided* - não obteve o retorno esperado pelos fabricantes, fazendo a LucasArts configurar a primeira expansão para o *game* - *Jump to the Lightspeed* - em 2004, mas que também apresentou resultados decepcionantes. Porém, neste caso, o usuário já desfruta de algumas novidades: seu Avatar pode assumir profissões relativas ao mundo real e, por exemplo, ser um *Chef* de cozinha, além de poder dirigir muitos dos famosos veículos da série. No último mês de maio, chegou nas lojas de todo o mundo a segunda expansão para *Star Wars Galaxies* - chamada *Rage of The Wookies*, que fecha esta série de *MMORPG* - poucos dias antes do lançamento mundial de *Episódio III: A Vingança dos Sith*. A aposta nesta segunda expansão para *Galaxies* é enorme, porque houve uma reconfiguração na interface de combate e nas missões destinadas aos usuários, antes tomadas como monótonas.

Após a experiência em Episódio III, o espectador mais atento pôde perceber um certo cuidado do diretor em relação às convergências entre os fatos narrados nas duas trilogias, no cinema. Para proporcionar um perfeito entendimento, cada fato mostrado nos outros filmes é plenamente justificado em *A Vingança dos Sith*. Ao final, podemos

⁴ *Role Playing Game*

⁵ *Sony online Entertainment*



pensar na dimensão que este universo proposto em Guerra nas Estrelas adquire, quantas histórias e personagens ele pode guardar.

Atento à este fato, Lucas concebeu - no final de maio - o *box* jogos para computador chamado *The Total Experience*, que reúne os três volumes da série *Star Wars Galaxies*. Juntos, estes *games* podem configurar uma forma de “experiência de vida” no mundo de *Star Wars* pensado pelo diretor, uma vez que este conjunto oferece todas as possibilidades disponíveis aos jogadores, na galáxia de Lucas.

Mundos Virtuais: uma economia emergente

O professor norte-americano Edward Castronova é um dos pesquisadores contemporâneos com mais trabalhos publicados sobre os jogos de computador, em que são discutidos os seus impactos sobre o capitalismo cultural. Em seu artigo *Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier*, Castronova diz que os mundos virtuais - *virtual worlds* – “são produtos que combinam os gráficos 3D e as possibilidades dos jogos mais populares - como *Tomb Raider* – à linguagem *chat* presente nos *MUDs*” (2001:06). Ou seja, reproduz as configurações espaço-temporais – agilidade de movimentos e gráfico em três dimensões - presentes nos *games* de sucesso, associadas à uma linguagem *chat* que estabelece um processo de comunicação, em tempo real, entre seus usuários conectados ao servidor. É interessante ressaltar que, em seu trabalho, Castronova usa a expressão “VW” – as iniciais de *Virtual Worlds* – sempre que se refere aos mundos virtuais, procedimento pode significar uma analogia ao “VW” mais conhecido da indústria: o da *Volkswagen*, que em português seria Carro do Povo, o famoso Fusca. Figurando neste sentido, a sigla “VW” pode sugerir uma certa tendência à popularização destes sistemas multi-usuários - a exemplo do que aconteceu no caso do veículo automotor – devido às fascinantes possibilidades que a “vida” em uma realidade virtual oferece.

Em outro momento Castronova alerta que, se os mundos virtuais passarem a ocupar um pedaço cada vez maior do dia-a-dia do homem, seu desenvolvimento causará um grande impacto sobre as macroeconomias do mundo real (2003:01). Existem casos em que usuários de *Everquest* estabeleceram relações comerciais com os outros jogadores - negociando personagens, casas virtuais, etc – dentro do próprio ambiente do jogo. A iminente popularização dos “VW” e o livre arbítrio que seus jogadores desfrutam no sistema poderão abrir um novo campo de negócios, que tem em



seu convés um dos “gigantes” do capitalismo cultural mundial - a empresa *Sony* – encarregada da gestão de muitos *MMORPG*. Porém, podemos pensar que em pouco tempo este sentido de administração se altere para o de jurisdição, pois - considerando a popularização destes *game* e seus reflexos sobre as economias do mundo – será necessário elaborar leis apliquem punições aos seus infratores.

Um quadro de consumidores no mercado da experiência

No texto “Mídia, acesso e mercado da experiência”, Isleide Fontenelle afirma que “a busca pela experiência, no campo do consumo e das relações entre mídia e mercado, é uma consequência direta da comercialização da imagem (...) as mercadorias passam a ser veiculadas via marcas e imagens promovendo um estilo de vida” (2004:190). Depois de assistir aos filmes, pensamos que o desejo seguinte do espectador – frente às possibilidades das novas tecnologias e a cultura da simulação - seria o de experimentar virtualmente o “estilo de vida” dos personagens, ou seja, conhecer a galáxia criada por Lucas na “pele” dos famosos heróis de *Star Wars*. Esta promessa de uma “vida” virtual em um domínio para multi-usuários faz de *Star Wars Galaxies* a mais fascinante opção de “experiência de vida”, dentre as disponíveis, para os fãs de Guerra nas Estrelas. O gráficos em 3D possibilitam a imersão do usuário, que dispõe da possibilidade de desenvolver atividades práticas da vida humana, usufruindo de um processo de comunicação em tempo real. Neste ponto, é interessante abordar a noção de “Era do Acesso” proposta por Rifkin. Para o autor, “a Era do Acesso se define principalmente pela mercantilização de qualquer experiência humana” (2001:137). Para compreender a proposta *Star Wars Galaxies*, pensamos o jogo na condição de um vetor encarregado de disponibilizar experiências da vida real aos usuários, imersos no ambiente de Guerra nas Estrelas.

Entretanto, o mercado de *games* está trilhando um percurso que trabalha outro tipo de produto,“(...) trata-se de um passo a mais, e um passo fundamental: caminha-se para o ponto no qual não seja mais preciso adquirir o produto: ou seja, a experiência torna-se o único produto.” (Fontenelle, 2004: 193).

Os novos gigantes do capitalismo cultural – dentre eles destacamos a *Sony* – estão usando a nova revolução digital para conectar o mundo (Rifkin, 2001:07). A comercialização dos jogos em mídias – CDs ou cartuchos - deixou de ser um negócio lucrativo há muito tempo para estas empresas, afinal a pirataria digital permite que o



game seja obtido por um custo quase igual a zero. Analisando o caso dos *MMORPG*, podemos construir um pensamento que concede à experiência um *status* de produto, afinal o CD serve apenas para a instalação do jogo, de modo que, para obtermos acesso à experiência total do *game*, é necessário o pagamento de uma assinatura mensal à empresa responsável por sua gestão – a SOE. Assim, a mídia pode ser pirateada à vontade sem causar prejuízos ao fabricante, porque o produto – no caso a experiência do jogo - só pode ser obtido se o usuário pagar um determinado valor que o mantenha conectado ao servidor, interagindo com os outros jogadores. Rifkin aponta que “que a única área onde há possibilidade de ganhar dinheiro no capitalismo contemporâneo é o oferecimento de experiências aos clientes na forma de serviços” (Idem:76). Na “Era do Acesso” – e também da pirataria – o segredo para gerar receitas pode estar na venda de “acessos” aos jogadores, e não mais na comercialização das mídias.

Neste sentido, o antropólogo Hermano Vianna, em matéria publicada na Folha de São Paulo, discute a popularização dos jogos *online* abordando o caso de *Everquest*, um dos *MMORPG* mais populares em todo mundo. De acordo com o autor, este jogo chega a reunir 300 mil usuários conectados ao mesmo tempo, de um total de 500 mil assinantes que se prontificam a pagar mensalmente U\$12 à *Sony Online Entertainment*, em troca da sua inserção e manutenção no mundo de *Everquest*. A *SOE* concede livre arbítrio aos assinantes deste jogo, e por causa dito já teve que se articular para coibir algumas ações ilegais de certos jogadores, dentre elas o comércio clandestino de bens – que variam desde personagens mais poderosos até habitações luxuosas - dentro do jogo.

Com tantas pessoas conectadas ao mesmo tempo, dispondo a possibilidade de um processo de comunicação em tempo real, pensamos que os assinantes podem se organizar em grupos ou clãs dentro do ambiente do jogo, que serão diferenciados por suas afinidades, interesses e objetivos na disputa. Vianna, por sua vez, destaca que

“o mundo de *Everquest* foi desenhado, talvez como nosso mundo real, para incentivar a interação social e a comunicação entre os vários participantes, que formam clãs e outros grupos políticos de tendências bem surpreendentes. Existe até um ativo clã gay intercontinental (...) o que *Everquest* vende não é um produto que pode ser armazenado em casas ou no computador, mas um serviço, uma experiência em tempo real, compartilhada com milhares de outras pessoas” (2004: 02).

Nesta perspectiva, pensamos que a proposta de *Star Wars Galaxies* consiste em oferecer, aos seus usuários, o ambiente de Guerra nas Estrelas desenhado de acordo com o nosso mundo real. Entretanto, é necessário tocar em um aspecto que destaca este *game* dos seus semelhantes: neste caso, os jogadores podem ser tomados como fãs - em maior



ou menor grau - da série Guerra nas Estrelas, o que nos faz colocar em jogo a existência de uma consciência comum entre os participantes.

Quando o primeiro filme da série chegou aos cinemas - Episódio IV, no final da década de setenta - nasceu em seguida um conjunto de fãs de *Star Wars* que não parou mais de crescer, e que foi se condicionando a adquirir produtos - brinquedos, desenhos animados, gibis, camisas, jogos eletrônicos, etc - relacionados à marca. Este consumo gerou enormes receitas para as empresas de George Lucas e, em certo sentido, “imortalizou” figuras como *Yoda*, *Chewbacca*, *Luke Skywalker*, dentre outros. *Darth Vader*, por exemplo, se não é o “pior” vilão da história do cinema com certeza é um dos mais famosos, uma estrela que dispõe de uma extensa legião fãs em todo o mundo. “Guerra nas Estrelas tornou-se uma das marcas mais cultuadas por fãs no mundo inteiro que assistem com interesse ao desenrolar dos episódios, resistem à substituição dos atores principais e ignoram sua morte anunciada, assistindo a reprises (Sá, 2004:08)”. Esta admiração por *Star Wars* é transmitida entre as múltiplas gerações de espectadores, sendo que hoje podemos encontrar alguns fãs que vieram ao mundo cerca de dez anos depois da primeira exibição de Episódio IV. Em torno de Guerras nas Estrelas, percebemos existência de um considerável quadro de fãs – sedentos por novas experiências - que podem ser transformados em jogadores diante da fascinante proposta do jogo *online* para multi-usuários.

Podemos pensar este conjunto dos fãs de *Star Wars* frente à seguinte noção de comunidade

“Uma comunidade é um objeto concreto e material de estudo, delimitado por limites temporais e espaciais – sejam eles geográficos ou não; mas é também, e ao mesmo tempo, um processo comunicativo de negociação e produção de sentido, estrutura e cultura comum”. (Sá, 2001:18)

Neste prisma, enxergamos que os fãs em questão podem formar uma comunidade cuja “cultura comum” é a série *Star Wars*, e que de certa maneira eles estabelecem processos de comunicação no espaço físico. Na pré-estréia do Episódio III, por exemplo, um grande número de espectadores se fez presente nos cinemas vestindo os famosos trajes *Jedi*, as armaduras dos soldados do lado negro da força, ou a conhecida máscara do *Darth Vader*. E nestes trajes, eles reproduziam a coreografia das lutas mostradas ao longo dos filmes enquanto aguardavam o início da sessão, o que nos faz pensar em um processo de comunicação – sobretudo simbólico - que negocia e estabelece sentido entre seus participantes.



Podemos ainda submeter alguns destes fãs de *Star Wars* – principalmente os mais jovens - à lógica da interconexão. ‘Uma das pulsões mais fortes da cibercultura é a da interconexão. Para a cibercultura, a conexão é sempre preferível ao isolamento. A conexão é um bem em si. (Lévy *apud* Sá, 2001:12)’. Hoje, a Internet pode centralizar um extenso conteúdo – *sites*, listas de discussão, salas de bate-papo, lojas virtuais – relacionados à Guerra nas Estrelas. Navegando pelo ciberespaço, o sujeito pode ter acesso a um conteúdo infinito e variado sobre o tema, encontrando um espaço ideal para a troca informações através de múltiplos formatos – *chats*, listas de discussão, etc.- originado verdadeiras comunidades que se hospedam na rede mundial de computadores. ‘A partir deste princípio de interconexão, surgem as comunidades que reúnem membros que comungam interesses comuns, dispersos pelo planeta – sejam eles os amantes da comida mexicana, os loucos pelo gato angorá ou os apaixonados por Heidegger’ (Idem), ou ainda os fãs de Guerra nas Estrelas.

Os membros destas comunidades virtuais – motivados pelo princípio da interconexão e frente às fascinantes possibilidades da comunicação mediada por computador – tencionam a se “fixar” no ciberespaço e a se subdividirem em novas comunidades, mas que ainda estão relacionadas à temática comum de Guerra nas Estrelas.

Frente a seguinte noção de comunidade virtual

“...as comunidades são os lugares ideais de encontro para aqueles que compartilham afinidades, uma vez que: A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social que não seria fundado nem sobre links territoriais, nem sobre relações institucionais, nem sobre relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de cooperação. (Ibidem)

Aproximando os fãs de *Star Wars* deste conceito - e jogando com sua migração digital motivada pelo princípio da interconexão - podemos encontrar distribuídas na Internet inúmeras comunidades virtuais que comungam do tema Guerras nas Estrelas. No site de relacionamentos *Orkut*, além da comunidade *Star Wars*, existe a *Darth Vader*, a mestre *Yoda*, a do conselho *Jedi*, a *The Dark Side of the Force*, dentre muitas outras. No *site* do conselho *Jedi* do Rio de Janeiro, existe um fórum em que os fãs da série podem trocar experiências pessoais. ‘Utilizando-se da Internet, parte desse fã-clube desenvolve e/ou freqüenta uma infinidade de sites, listas de discussão e *chats* dedicados aos mais variados aspectos do seriado, acompanhando e discutindo a trama’



(Sá, 2004:08). Ainda sobre o caso do Conselho *Jedi*, notamos que esta comunidade realiza encontros periódicos no mundo físico, mas ela pode assumir o conceito de comunidade virtual no momento em que seus componentes passam a utilizar o ciberespaço para criar listas de discussão sobre assuntos ligados à temática de Guerra nas Estrelas, e desta forma passam a estabelecer – entre seus participantes - diálogos mediados pelo computador.

Contudo, pensamos que estas comunidades virtuais fundamentadas em *Star Wars* podem utilizar de outras formas de comunicação. Fazendo uma analogia ao estudo de Simone Pereira de Sá, que aborda as comunidades que discutem o samba carioca na Internet, podemos refletir sobre alguns desejos percebidos nos fãs de Guerras nas Estrelas interconectados

“Podemos perceber que, dentro da comunidade abordada por nós, se a troca da informação sobre um tema específico é um objetivo importante do grupo, o que lhes dá sentido de comunidade é a confirmação de que compartilham de uma visão de mundo mais ampla sobre carnaval. Isto traduz-se na quantidade de mensagens que, do ponto de vista do conteúdo são vazias – brincadeiras, comentários jocosos de um participante sobre o outro, troca de congratulações, ou, por outro lado, na quantidade de mensagens que, gratuitamente dão informações específicas que só interessam ao participante que as solicitou e que confirmam aquele espaço como um espaço conversacional, de troca simbólica, reforçando os laços comunitários que garantem a coesão do grupo.”(Sá, 2003:157)

Da mesma forma que autora citou as comunidades relacionadas ao samba, enxergamos os grupos ligados à *Star Wars*, espalhados na Internet. Dentre os observados, sejam os que se referem aos personagens ou à temática do série, encontramos mensagens que também podem ser apontadas como “vazias” mas que conferem aos interlocutores uma visão de mundo mais ampla sobre o tema Guerra nas Estrelas - sugerindo uma noção de comunidade - ainda mais se destacarmos que o espaço é *conversacional*, onde os multi-usuários podem dialogar em tempo real por meio de Avatares. Neste sentido, entendemos que os jogadores de *Star Wars Galaxies* podem formar uma comunidade virtual que se divide em outras sub-comunidades, porém sempre relacionadas ao mesmo tema: Guerra nas Estrelas.

Um *ethos* virtualizado

“Está depois em jogo um novo tipo de formalização da vida social, que implica em outra dimensão da realidade, portanto formas novas de perceber, de pensar e contabilizar o real. Impulsionadas pela

microeletrônica e pela computação ou informática, as neotecnologias da informação introduzem os elementos do tempo real (comunicação instantânea, simultânea e global) e do espaço virtual (criação por computador de ambientes artificiais e interativos), tornando possíveis outros mundos, outros regimes de visibilidade pública”. (Sodré, 2002:16)

A configuração espaço-temporal dos *MMORPG* permite que seus usuários troquem experiências em *tempo real*, imersos em um mesmo *ambiente virtual*, apontando para uma nova forma de vida social. Junto ao processo de interpretação textual, que é realizado na companhia um esforço físico sem o qual é impossível seguir adiante no processo de literatura, o usuário pode estabelecer um diálogo com os demais participantes conectados, evidenciando a inovação trazida pelos jogos *online* para multi-usuários lançados anteriormente e que recentemente foi incorporada por *Star Wars*. Porém, este caso obtém um certo destaque se pensarmos que o jogo é rebento de uma marca conhecida e fundamentada mundialmente através do cinema, e assim podemos imaginar que muitos de seus jogadores são – em maior ou menor grau - fãs de Guerra nas Estrelas.

Considerando que “sociedade contemporânea rege-se pela midiaticização, quer dizer, pela tendência à virtualização ou telerrealização das ações humanas” (Idem:21), supomos que muitos dos fãs de Guerra nas Estrelas - pelo menos os incluídos no mundo digital – sustentam um desejo de experimentar o universo proposto nos filmes, virtualizando seus corpos e assumindo a estética dos personagens, de modo que possam realizar algumas atividades da vida humana sob esta nova roupagem. Além disso, espaço virtual do jogo configurado em 3D promove uma semelhança estética mais acentuada com o espaço físico. Beneficiados pelas possibilidades do jogo, acreditamos que seus usuários estabeleçam processos comunicacionais visando a troca de informações, experiências e afinidades - que resultarão em regimes cooperativos estabelecidos pelos jogadores. Estas atividades desenvolvidas pelos Avatares são midiaticizadas ou virtualizadas, afinal elas fazem parte de mundo virtual, considerando a lógica proposta pelo autor em questão.

È particularmente interessante pensar este novo âmbito proposto em *Star Wars Galaxies* frente ao conceito de *ethos* explorado por Muniz Sodré.

“os gregos antigos deram o nome de *ethos* a esse espaço disposto para a realização ou para a ação humana (...) e fez dele o objeto de uma episteme, a Ética (...) *ethos* é a consciência atuante e objetivada de um grupo social - onde se manifesta a compreensão histórica do sentido de existência, onde têm lugar as interpretações simbólicas do mundo – e, portanto, a instância reguladora de identidades individuais e coletivas (...) *ethos* de um

indivíduo ou de um grupo é a maneira ou o jeito de agir, isto é, toda ação rotineira ou costumeira, que implica em uma contingência, quer dizer, a vida definida pelo jogo aleatório de carências e interesses” (Ibidem:45-46).

É a partir da ação midiaticizada do grupo social formado pelos jogadores neste ambiente virtual disposto à atividade humana – o jogo *Star Wars Galaxies* – que pensamos no surgimento de uma consciência atuante e objetivada em vencer o desafio do *game*, que dará ao conjunto de usuários, que partilham do mesmo tempo e espaço, o sentido de comunidade virtual. Na medida em que assumem a estética dos personagens do filme e estabelecem processos de comunicação – que podem originar uma subdivisão em outros grupos que comungam do mesmo tema, porém são caracterizados por diferentes objetivos no jogo – os participantes promovem uma reconfiguração em suas identidades individuais, que passam a ser regidas de acordo com o perfil dos personagens escolhidos para jogar e da consciência coletiva demonstrada pelo grupo do qual fazem parte.

Neste sentido, o jogo *Star Wars Galaxies* pode ser visto na condição de um *ethos* ou de um âmbito destinado à ação humana virtualizada ou midiaticizada – que inclui certos procedimentos cotidianos, como dirigir, trabalhar, comunicar, etc. – de uma comunidade virtual formada por fãs da série *Star Wars*. A consciência atuante deste conjunto gravita em torno da temática dos filmes e de seus objetivos - que colocados em jogo transparecerão as carências e interesses demonstrados pelos usuários. De certa forma, este fato é determinante no processo de reconfiguração individual dos jogadores, pois acaba conferindo aos membros deste coletivo uma nova concepção de mundo de acordo com os modelos visualizados na película.

Considerações finais

Século atrás, por volta de 1450, o alemão Johannes Gutenberg revolucionou a sociedade com a sua invenção - os tipos móveis feitos de metal – que facilitou a produção dos textos impressos e facilitou sua distribuição pelo mundo. Até a referida época, os manuscritos feitos pelo homem eram pesados, singulares e difíceis de manejar, problemas que foram amenizados pelo advento do livro impresso. Entretanto, hoje em dia já foi explorado que a invenção de Gutenberg adquiriu proporções que nem ele mesmo imaginava (McLuhan, 1972). Na lógica deste aparelho, podemos encontrar



uma primeira noção para hipertexto se considerarmos que os tipos móveis já sugeriam uma idéia de escrita não seqüencial.

“A proposição básica a ser explorada é, então, que a desatomização do texto já se fazia presente nos logotipos de Gutenberg. O hipertexto eletrônico pode ser entendido como a atualização de uma vontade que o homem vem manifestando no decorrer de sua história de comunicar-se com mais velocidade, eficiência e de forma mais global e interativa.” (NEITZEL:S/n.t: 01)

Gutenberg concebeu sua prensa com caracteres móveis no intuito de facilitar a distribuição e a produção da Bíblia, mas não imaginava que seu experimento seria o precursor do caminho trilhado pelo hipertexto eletrônico, no final do século XX. “A impressão é a matriz que deflagrou todo esse processo comunicacional eletrônico”(Idem: 03).

É deste ponto de vista que pensamos o jogo *Star Wars Galaxies*. Quando configurou este *game*, George Lucas talvez pretendesse apenas criar mais um jogo eletrônico baseado em sua famosa série de filmes. De carona no sucesso dos outros *MMORPG* e no lançamento de Episódio III, nos cinemas, a série *Galaxies* parecia ser mais um produto cultural destinado aos fãs de Guerra nas Estrelas. Porém, este jogo – como a invenção de Gutenberg - pode adquirir maiores proporções, que nem mesmo próprio criador imaginava. Beneficiado por todas as possibilidades que oferece, *Galaxies* pode atrair um fã clube que idolatra Guerra nas Estrelas há anos. Os seus usuários, partilhando espaço e tempo, irão estabelecer processos comunicacionais que deixarão transparecer suas afinidades e desejos. Assim, para seguir adiante no *game*, pensamos os jogadores estabelecerão entre si um regime de cooperação, ou seja, criarão comunidades - relacionadas à temática de *Star Wars* – para vencer o desafio proposto pelo *game*. Neste sentido, a jogo pode se apresentar na espécie de um âmbito destinado à atividade humana virtualizada, passando a figurar como um meio de comunicação entre os admiradores do tema. Mediados pelo jogo, os usuários poderão estabelecer um processo de comunicação entre si, acenando para o surgimento de um regime de cooperação para avançar na disputa eletrônica e originando, desta maneira, novas comunidades virtuais baseadas em Guerra nas Estrelas.

Referências bibliográficas:

AARSETH, Espen. Estudos do jogo de computador, ano I. *Gamestudies*. S/l: s/ed., 2001. Disponível em www.gamestudies.org



_____. *Cibertext: perspectives on ergodic literature*. Baltimore and London: The John Hopkins Univ. Press, 1997.

CASTRONOVA, Edward. *Theory of the Avatar*. CESifo Working Paper Series No. 863, 2003.

_____. *On Virtual Economies*. CESifo Working Paper Series No. 752, 2002.

_____. *Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier*. CESifo Working Paper Series No. 618: 2001.

EGMBrasil, nº38. São Paulo: Conrad Editora, 2005.

FONTENELLE, Isleide Arruda. Mídia, acesso e mercado da experiência. In: *Contracampo: dossiê 40 anos de understanding media*. Revista do PPGCOM da Universidade Federal Fluminense. Niterói: Instituto de Artes e Comunicação Social, 2004.

KOLO, Castulos & BAUR, Timo. Vivendo uma vida virtual: Dinâmica social do *gaming* em linha. *Gamestudies*. S/l: s/ed, 2004.

LANDOW, George. *Hipertexto: la convergência de la teoría crítica contemporánea y la tecnología* Barcelona: Paidós, 1995.

MACHADO, Arlindo. O Sujeito no Ciberespaço. *Intercom*. Campo Grande: 2001.

McLUHAN, Marshall. *A Galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico*. São Paulo: Nacional; Edusp, 1972.

NEITZEL, Luiz Carlos. *O bit na galáxia de Gutenberg*. S/n.t.
Disponível em www.geocities.com/Athens/Sparta/1350/bit.html

RIFKIN, Jeremy. *A Era do Acesso: a transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia*. São Paulo: Makron Books, 2001.

SÁ, Simone Pereira de. O que os fãs de Arquivo X podem nos revelar sobre a comunicação mediada por computador? In: *Prazeres digitais: computadores, entretenimento e sociabilidade*. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

_____. Comunidades Virtuais e Atividade Ergódica. In: FRANÇA, Vera; WEBER, Maria Helena; PAIVA, Raquel; SOVIK, Liv. (Org.). *Livro do XI COMPÓS*. Porto Alegre: Estudos de Comunicação, 2003.

_____. Utopias em rede. Discutindo a noção de comunidades. *Revista Fronteiras*. São Leopoldo do Sul: S/ed., 2001.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

VIANNA, Hermano. *O Jogo da Vida*. Folha de São Paulo: Mais!, 2004.

VILCHES, Lorenzo. *A migração digital*. Rio de Janeiro: PUC/Loyola, 2003.

WERTHEIN, Margareth. *Uma história do espaço de Dante à Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.



Outras publicações

www.gamestudies.org

www.jedirio.com

www.sobrecites.com/starwars

www.shop.starwars.com