

Dos rios ao cristal líquido: uma análise da *skin* Nami Iara em *League of Legends*¹Tarcízio Pereira MACEDO²,Otacílio AMARAL FILHO³,

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

Resumo:

O presente artigo analisa a natureza do jogo online *League of Legends*, considerando-o como um produto cultural, e as reações e impactos na experiência do jogador com a criação de uma *skin* baseada na Iara amazônica. Assim, procuramos unificar teorias narratologistas e ludologistas apresentando a história, o funcionamento e as relações que o jogo e seus produtos têm com a cultura globalizada e com a experiência estética que compõe a ação no jogo, bem como suas estratégias na tentativa de atrair o consumidor para esse mundo virtual.

Palavras-chave: Cibercultura; Cultura amazônica; Narrativa transmídia; Bens virtuais; *League of Legends*.

Introdução

No mundo contemporâneo, com a democratização do acesso à internet, bilhões de pessoas podem se juntar à rede mundial de computadores. No Brasil, por exemplo, apenas no primeiro trimestre de 2013 registrou-se 102,3 milhões plugados no país, de acordo com o IBOPE Media (2013). Nesse universo de possibilidades oferecidas pela rede, um jogo lançado em 2009 vem se destacando, chamando a atenção e dominando esse mercado cada vez mais rentável dos jogos online: *League of Legends* (LoL).

Desenvolvido pela empresa Riot Games, o jogo, a partir de 2010, tornou-se muito popular, sendo um dos títulos em que os usuários mais gastam horas na frente dos monitores (LARANJEIRA; PINHEIRO; PORTO, 2013, p. 81; COSTA, 2013). Nele, as pessoas podem interpretar múltiplas personalidades e experimentar aspectos diferentes da subjetividade, seja jogando e assumindo sua própria identidade ou incorporando outras por meio dos personagens, vivendo o que se pode chamar de “segunda vida” (TURKLE, 1995, p. 12 *apud* MACHADO, 2007, p. 218). Na esteira desse movimento, observamos que os participantes da nossa cultura se confrontam com o retorno do mito nas sociedades contemporâneas (DURAND, 2004), que passam a aparecer por meio de conteúdos midiáticos nas mais diferentes mídias, como em um jogo, por exemplo.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Rádio, TV e Internet, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Autor do artigo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: tarcizio.macedo@bol.com.br

³ Orientador do trabalho. Professor do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCom) e da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: otacilioamaralfilho@gmail.com

Ao utilizarmos a palavra “narrativa” não significa que nos posicionamos exclusivamente com os narratologistas, proposta que considera a narrativa como fundamental para os jogos. Pelo contrário, também propomos analisar o jogo com base em teorias ludologistas, que acreditam serem importantes as estruturas do jogo compreendendo-as a partir de si mesmas graças a um elemento batizado por Huizinga de *elemento lúdico* (REGIS, 2014, p. 277-281; HUIZINGA, 2000). Com base nessa posição, procuramos unificar as duas correntes descritas acima, da forma como propõe o pesquisador uruguaio de *games*, Gonzalo Frasca. Segundo ele, as ideias narratologistas e ludologias não seriam ambivalentes, mas complementares, na qual um modelo particular de narrativa, como um jogo, é resultado da associação de componentes presentes tanto em uma estrutura narrativa quanto em uma estrutura lúdica.

A lógica de LoL reflete a ideia apresentada por Frasca (1999), mostrando que os elementos narrativos e lúdicos dos jogos podem caminhar juntos. Nesse sentido, este artigo explora os argumentos de três teóricos que representam essas abordagens, de um lado Henry Jenkins (2009), respeitado narratologista americano, e de um outro Katie Salen e Eric Zimmerman (2012a, 2012b), designs de *games* e ludologistas reconhecidos. Com base nisto, propomos analisar as potenciais e perceptíveis reações e impactos na experiência do jogador com a criação de uma *skin* (tema) baseada, pela primeira vez neste jogo, em um elemento da cultura amazônica e brasileira: a Iara.

Histórico e dinâmica de *League of Legends*

League of Legends, popularmente conhecido como LoL, é um jogo online de intensa ação, exclusivo para computador. É um tipo de mundo virtual⁴ classificado como MMOG⁵, termo generalizante que inclui uma grande quantidade de estilos de jogabilidade⁶, representante de vários gêneros ou subtipos de jogos online.

No caso de LoL, há um modelo híbrido que combina aspectos de dois subtipos peculiares de MMOGs: os MMORPGs⁷, por tratar-se de complexos ambientes e

⁴ Conforme Falcão (2009, p. 4), “mundos virtuais são ambientes multiusuário, navegáveis espacialmente através de um avatar e mediados por computador [...], portando gráficos potentes, mitologias complexas e uma capacidade de receber milhões de jogadores no sistema de forma simultânea”. São ambientes simulados e habitados por usuários, assemelhando-se aos mundos fictícios como estruturas maiores na qual habitam a narrativa do mundo do jogo (SALEN; ZIMMERMAN, 2012b, p. 140).

⁵ A priori, é preciso reforçar que a definição de uma espécie de taxonomia para os *games* não é uma tarefa fácil e tem sido extensamente discutida por diversos autores dos *game studies*. No caso de um *Massive Multiplayer Online Game* (MMOG), ou Jogo Multijogador Online em Massa, é um jogo de computador capaz de suportar conexões e partidas com milhares ou centenas de jogadores ao mesmo tempo.

⁶ Segundo Salen e Zimmerman (2012b, p. 25), entende-se jogabilidade como a interação que ocorre entre jogadores e regras de um sistema formalizada por meio do jogo, ou o ato de jogar.

⁷ *Massive Multiplayer Online Role-Playing Game*, ou Jogo de Representação de Papéis Online Multijogador em Massa, um formato de jogo eletrônico adaptado do modelo inserido pelos RPGs de mesa para o universo online, mas não possui necessariamente um fim (ANDRADE, 2007, p. 7; FALCÃO, 2009, p. 4).

mundos virtuais bem resolvidos (ANDRADE, 2007, p. 7), e os MOBAs⁸, uma vez que se trata de um jogo de tática e estratégia em tempo real com estilo de combate e desenvolvimento de personagem de um RPG⁹ (MAZUREK; POLIVANOV, 2013, p. 2).

Para entrar no mundo de *League of Legends*, o jogador precisa criar um invocador, termo que substitui “usuário” e refere-se ao fato do jogador “invocar” um personagem e lutar por meio dele, dando-lhe um nome e podendo controlar - em cada partida - um personagem diferente com um conjunto único de habilidades. Diferentemente da maioria dos jogos online, ao invés do usuário controlar uma civilização, os jogadores controlam apenas um personagem, chamado de campeão.

Cada campeão possui um distinto estilo de jogo, exercendo diversas funções em uma equipe. Magos conjuram grandes feitiços à distância; caçadores da selva vagam pelo mapa esperando o momento certo para a emboscada; lutadores resolvem tudo com as suas próprias mãos e de perto; e tanques seguram as linhas de frente. Possibilitando escolher e interpretar papéis entre os 119 personagens atuais, o jogo propicia uma experiência diferente a cada partida, conforme as composições de equipes são formadas.

Cada interação específica com esse mundo torna possível o acúmulo de pontos de experiência responsáveis pelo escalonamento em níveis (FALCÃO, 2014, p. 3). Por ser um jogo híbrido e baseado em partidas disputadas em arenas, LoL possui algumas particularidades, como um mundo virtual não persistente; portanto, a cada nova partida todos os itens que o jogador conseguiu na última partida jogada serão perdidos, começando novamente. Esses aspectos, além das constantes expansões e atualizações que garantem a manutenção dos objetivos, são responsáveis por converter *League* no que Falcão (2014, p. 4) chama de “meio de experimentação de uma narrativa em série”.

O jogo é produzido e distribuído pela Riot Games de forma gratuita. O MOBA foi anunciado em 2008 e lançado no dia 27 de outubro de 2009 em servidores americanos. No Brasil, LoL chegou totalmente em português no dia nove de agosto de 2012. O jogo foi inspirado em outro MOBA conhecido: *Defenses of the Ancients*, mais conhecido como DoTA, “um mapa customizado de estratégia em tempo real baseado no

⁸*Multiplayer Online Battle Arena*, ou Arena de Batalhas Online para Vários Jogadores, gênero de jogo de estratégia competitivo que incorpora elementos de jogos de ação e RPG. Consiste em um jogo de dois times competindo entre si em um mesmo mapa, orientados à cooperação nos quais cada jogador controla somente um personagem escolhido no início da partida, por meio de uma interface em tempo real ou *Real Time Strategy* (RTS) (MAZUREK; POLIVANOV, 2013, p. 2).

⁹ *Role-Playing Game* (RPG), ou “jogo de representação”, é um formato de jogo de mesa que exige a leitura de um livro de regras que trazem descrições/orientações para uma aventura em mundos fantásticos (PAVÃO, 2000, p. 2).

jogo Warcraft III¹⁰” (LARANJEIRA; PINHEIRO; PORTO, 2013, p. 81), tendo origem a partir da modificação da programação original deste jogo.

Presente em 14 países e oito idiomas, a Riot afirma atingir um alcance global de 70 milhões de inscrições no jogo, uma base de 32 milhões de invocadores ativos mensalmente que chegam a 12 milhões de acessos diários. A empresa alega ainda alcançar um pico médio de três milhões de simultâneos acessos em um dia comum e quatro milhões de usuários que jogam, em média, três horas diariamente¹¹. Hoje, *League of Legends* é reconhecido como o título mais jogado do mundo (COSTA, 2013; LARANJEIRA; PINHEIRO; PORTO, 2013; MAZUREK; POLIVANOV, 2013; RIOT GAMES, 2013), registrando uma média mundial de horas de jogo que chega a ultrapassar a marca de um bilhão todo mês.

Bens virtuais em *League*

Para manter motivados os milhões de jogadores ativos deste mundo virtual, não basta apenas a interação com a linha narrativa como única atividade desempenhada em LoL. É preciso também muito mais do que um sistema complexo de interação e confronto *player vs player* (PvP), base principal do jogo; é preciso de “itens ou elementos formados por pixels que vinculam valores capitais para a sua aquisição” (REBS, 2014, p. 207) voltados para a vaidade, ou seja, bens virtuais que incorporam de referências estéticas diversas e até mesmo desconexas para atrair o consumidor.

No jogo, há uma variedade de bens virtuais disponíveis ao invocador, mas um deles é o nosso foco: as *skins*, “peles” de um avatar¹², são designs que possuem modelagens e temas específicos, compostos basicamente de customizações estéticas, efeitos gráficos e até mesmo nas falas pré-estabelecidas de um personagem. Elas são normalmente percebidas como adereços para diferenciar a experiência do jogo. Mas é importante dizer que tais bens não alteram ou fortalecem atributos, habilidades ou a jogabilidade, que permanecem os mesmos, tornando o jogo mais democrático.

Cada campeão de LoL possui um número de *skins*, comprar um novo personagem garante apenas a autorização do uso de uma *skin* geral ou clássica/tradicional. Esses bens virtuais são liberados exclusivamente por meio de *Riot Points*, moedas do jogo que precisam ser compradas por capital financeiro – o dinheiro.

¹⁰ World of Warcraft é um MMORPG desenvolvido pela Blizzard Entertainment, em 2004, possuindo uma estrutura funcionalmente adaptada para criar situações de jogo (FALCÃO, 2009, 2014) em um mundo virtual online.

¹¹ Dados retirados do site do desenvolvedor. Disponível em <http://www.riotgames.com/> e <http://goo.gl/pHUcKp>.

¹² Representação visual, e até sonora, do usuário no “ciberespaço” – figura de linguagem que designa aquilo que ocorre em um lugar “virtual”, no qual não necessita de deslocamento físico (MACHADO, 2007, p. 217-219).

Dos oceanos aos rios, Nami Iara emerge

Dentro do universo de LoL, existe um campeão chamado de Nami, a Conjuradora das Marés, um dos mais de 100 campeões disponíveis. Lançada no dia 22 de novembro de 2012¹³, Nami é um personagem cujas habilidades têm como funções principais prestar assistência ao time. Na narrativa do jogo, ela pertence a um povo aquático oceânico chamado de Marai e a alcunha de “Conjuradora das Marés” é dada para alguém que deve ser um guardião desse povo. Com traços humanos e animais, com uma grande calda e barbatanas de peixe, suas características lembram uma sereia grega.

Assim como demais personagens do jogo, Nami também possui *skins* próprias que se encaixam nela. Dentre elas está a recém criada *skin* Nami Iara, uma releitura da lenda amazônica para o universo de LoL, anunciada no dia oito de maio e lançada oficialmente no dia dois de junho nos servidores de LoL. A *skin* foi criada como uma colaboração entre as equipes que produzem *skins* nos Estados Unidos (EUA) e a equipe brasileira, que buscou informar e referenciar o que seria a “essência da Iara”. É esse design específico deste campeão que analisaremos no decorrer deste artigo.

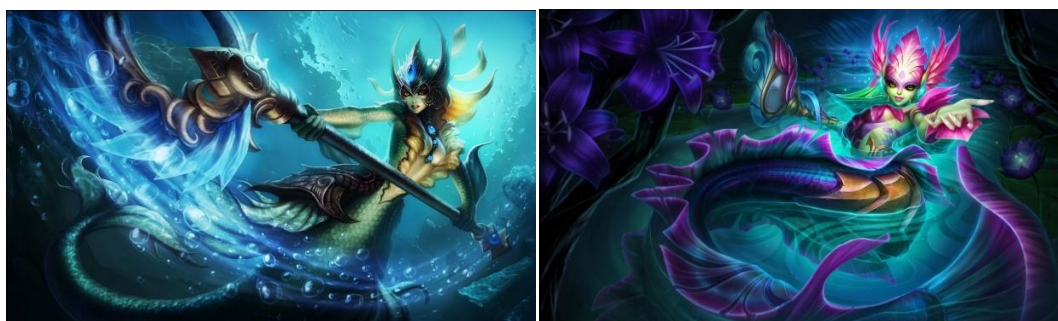


Figura 1¹⁴: *Skin* clássica da personagem Nami (esquerda) e a nova *skin* Nami Iara (direita).

Experiência narrativa, a transmídia como meio

Desde o início deste artigo chamamos a atenção para a particularidade do universo existente em LoL, sobretudo na narrativa. A essência do jogo está na transmídia. O site, por exemplo, é tão importante quanto o jogo, por ser esse um dos locais de ambientação para a trama que ocorre dentro do mundo virtual, como a rivalidade entre personagens e a própria história de cada um. Voltamos a este ponto, com a ideia de mostrar um pouco mais sobre esse aspecto narrativo do jogo, utilizando como objeto o lançamento da *skin* baseada na Iara amazônica para a personagem Nami.

¹³ Segundo informações do desenvolvimento disponíveis em <http://goo.gl/PqyP2U>.

¹⁴ Para uma melhor visualização das imagens, acesse <http://goo.gl/tKeOZi>.

O desafio de tentar argumentar a respeito da experiência narrativa nos jogos está nas variadas formas que ela pode contrair, principalmente com o advento dos jogos digitais com a multiplicação de formas em um mesmo jogo. Salen e Zimmerman (2012b, p. 101) apontam para as tensões existentes entre o cruzamento dos termos “narrativa” e “jogo” nos estudos sobre *games*.

Nos últimos anos, várias concepções sobre jogos e narrativas emergiram, podendo-se, hoje, entender que LoL é um objeto narrativo a partir de três argumentos de inclinações que conectam ambas as terminologias identificadas e resumidas em *Games Telling Stories? A Brief Note on Games and Narratives*, de Jesper Juul (*apud* SALEN; ZIMMERMAN, 2012b, p. 101-102.): usamos narrativas para tudo, inclusive para dar sentido à nossa vida, sendo assim, todas as formas culturais, na qual também se inclui os jogos (HUIZINGA, 2000), abarcam a ideia de narrativa; a maioria dos jogos apresenta introduções narrativas e histórias pregressas que tratam de colocar o jogador no âmbito de uma história maior e até mesmo de um universo, ou sistema narrativo, como LoL¹⁵; e jogos compartilham alguns traços com as narrativas, sejam por forma de estruturas, situações, personagens arquétipos e enredos.

Ao pluralizar a narrativa abrimos um leque de possibilidades e entendemos que os jogos não apenas utilizam da forma mais convencional da narrativa, a escrita, mas se apropria de outras linguagens pré-existentes que também podem narrar uma história. Esta característica, essencial para os jogos digitais, deve-se ao fato do computador (suporte dessa mídia) começar a absorver a maioria das formas de linguagens¹⁶, verbais, visuais ou sonoras¹⁷, fundindo em um único aparelho todas as formas de comunicação humana anteriores (SANTAELLA, 2013, p. 237). A cultura que nasce a partir dessas transformações tecnológicas é o que se vem chamando de cultura digital ou cibercultura (LE MOS, 2014, p. 412; SANTAELLA, 2003, p. 60).

Tratam-se de modificações na composição das linguagens humanas criadas pelo mundo digital. Desse processo híbrido de linguagens surge algo novo e com uma identidade própria, sem se dissociar do passado e elucidado principalmente por Jenkins (2009), que passou a ser denominado de “convergência das mídias”. Nele, o fluxo de informações e conteúdos estão cada vez mais dispersos em múltiplas plataformas de

¹⁵ Atualmente, “um mundo pode dar suporte a múltiplos personagens e múltiplas histórias, através de múltiplas mídias” (JENKINS, 2006, p. 114).

¹⁶ Seja o texto, a imagem, o som ou até mesmo a fusão deles que geraram o audiovisual. Tudo, hoje, está disponível em apenas um *click*, na tela de cristal líquido dos computadores cada vez mais conectados.

¹⁷ O que Santaella (2013) chamou de “Matrizes da linguagem e pensamento”.

mídia, cada qual operando de acordo com os potenciais e limites impostos. Apesar disso, o diálogo entre elas proporciona ao consumidor diferentes experiências¹⁸ para um mesmo produto (JENKINS, 2009; SANTAELLA, 2013), em outras palavras, produzindo uma verdadeira narrativa transmidiática conforme foi batizada por Jenkins (2009), com fortes motivações econômicas. A cibercultura deste século é, portanto, a cultura da convergência transmidiática, como afirmar André Lemos (2014, p. 418).

Partindo desse pressuposto, é isso que observamos em *League of Legends*, uma grande e complexa cadeia de narrativas transmidiáticas. Mais especificamente na *skin* da Nami Iara, sua produção usou da apropriação de algumas narrativas e linguagens próprias, como é o caso de um mito que se desenvolveu a partir da narrativa oral da sociedade amazônica e que se incorpora ao imaginário coletivo globalizado, do próprio imaginário coletivo¹⁹ e cognitivo dessa cultura a respeito desse ser lendário, utilizando das imagens projetadas e transformando-a para a composição do universo do jogo.

Para ambientar e justificar a incorporação desta *skin*, a Riot Games vale-se da narrativa transmidiática para propor uma ambientação da personagem dentro do sistema narrativo de LoL. Para isso, são criados diversos conteúdos para plataformas diferentes, como um anúncio com ilustrações e alguns mistérios sobre o lançamento da *skin* no site oficial²⁰, um microsite para o produto²¹, seis *podcasts* para a rede social Sound Cloud que simulam e remontam uma narração oral tradicional²², a criação de um “personagem” no fórum – utilizado para publicar esses áudios - chamado de “Fabulista - Guardião das Lendas”²³, um vídeo na rede social YouTube com este conto do fabulista sobre a gênese da Iara com as ilustrações que estão disponíveis no microsite²⁴, só que acompanhados de sonoplastia e movimento das imagens para uma experiência distinta da existente no microsite, além da própria notícia do lançamento oficial da *skin*²⁵.

¹⁸ Que agora passa a migrar pelos meios de comunicação em busca das experiências de entretenimento que anseiam.

¹⁹ Para Maffesoli (2001, p. 75), herdeiro intelectual de Gilbert Durand, o imaginário seria uma ficção, opondo-se ao real, ao passo que também é algo que ultrapassa o indivíduo e alcança o coletivo, pertence a um grupo no qual se encontra inserido. Dessa forma o imaginário molda e estabelece vínculo, é o estado de espírito de um grupo, de um país ou de uma comunidade. É cimento social.

²⁰ Disponível em <http://goo.gl/FbHlCR>.

²¹ Microsites são sites menores, com poucas páginas e geralmente com conteúdos mais específicos. Neste microsite também está o áudio e o texto do conto do fabulista, com algumas ilustrações estáticas. O nome deste microsite é “A Lenda da Nami Iara”. Disponível em <http://namiara.riotgamesbrasil.com.br/>.

²² Os *podcasts* - também chamados de *podcastings* - são arquivos de áudio transmitidos via internet. Disponível em <https://soundcloud.com/leagueoflegendsbrasil/fabulista-parte-1>.

²³ É interessante observar que a Riot, ao publicar o conto, apenas o fazia com o áudio sem estar acrescido de nenhuma descrição, simulando como se fosse realmente uma história narrada por um ancião para outros ouvintes. Disponível em <http://goo.gl/9CUOhq>.

²⁴ Disponível em http://www.youtube.com/watch?v=7A_9kuJVnFo.

²⁵ Disponível em <http://goo.gl/EOFISJ>.

Todos esses elementos possuem como objetivo principal criar uma *narrativa incorporada*, conceito criado por Marc Leblanc, que funciona como “conteúdo da narrativa gerado previamente, que existe antes da interação de um jogador com o jogo [...] são unidades fixas e predeterminadas de conteúdo narrativo” (*apud* SALEN; ZIMMERMAN, 2012b, p. 105). O objetivo dessa narrativa é motivar os jogadores para os elementos visuais e sonoros que serão exibidos no jogo, experimentando esta narrativa como um contexto da história que justifica a incorporação desta *skin* em LoL.

Por fim, a experiência narrativa total da *skin* surge de vários componentes: o título e sua referência às narrativas “originais” existentes da Iara, as ilustrações, os textos, as animações e designs do jogo, o microsite, os *podcasts*, o personagem Fabulista - Guardião das Lendas, o vídeo e todos os elementos visuais e sonoros do jogo em si²⁶. Esses elementos todos não existem insularmente, pelo contrário, juntam-se para criar um todo narrativo que é maior que a soma das partes (SALEN; ZIMMERMAN, 2012b, p. 126; JENKINS, 2009, p. 145). Logo, o jogador que passar por todas essas mídias terá uma experiência diferente daquele que apenas usar a *skin* no jogo.

A narrativa é multifacetada (SALEN; ZIMMERMAN, 2012b, p. 126), que não apenas determina o mundo fictício como também fornece a criação de um sistema narrativo para LoL, promovendo a expansão da experiência narrativa para outros meios. Os significados que surgem desse sistema é fruto das relações entre elementos menores ou individuais, bem como a estrutura geral do jogo e os seus padrões nascem da síntese de muitos conjuntos de relações menores, por exemplo, cada personagem possui uma história que se envolve com a narrativa geral do jogo de maneira distinta, sendo importante para a consolidação do sistema narrativo do jogo. Mas, para que o conceito de sistema narrativo funcione, a *skin* precisou ser concebida desde o início em termos de narrativa transmidiática, como percebemos do anúncio até o lançamento oficial.

A fragmentação de conteúdos é típica da narrativa transmidiática, na qual cada ponto de acesso midiático deve ser, ao mesmo tempo, autônomo e garantir aproximação ao jogo como um todo, expandindo-se por várias linguagens e mídias. Cada uma delas precisa contar uma parte da história, aproveitando o seu melhor potencial e capacidade

²⁶ Cabe aqui lembrar que a personagem possui uma animação de piranhas e vitórias-régias, um dos nossos peixes mais mortais e conhecidos e a planta típica da região, além de um efeito que, ao retornar para a base da sua equipe, a faz sentar em uma pedra e ouvir-se um canto - característica própria da Iara que é ambientada geralmente em uma pedra de um rio, penteando suas madeixas com um espelho na mão (o cajado da Nami Iara também possui um espelho), e cantarolando na tentativa de seduzir os homens para o fundo do rio. A Riot também brinca com esse aspecto ao noticiar o lançamento oficial da *skin* com o título “Deixe-se conquistar pela canção da Nami Iara”. Imagem disponível das animações em <http://goo.gl/dcmqV9>. Vídeo com as animações e áudios disponível em <http://goo.gl/xwc5y8>.

de produção. Todo esse processo é uma maneira que provoca a dispersão sistemática de elementos de uma ficção por várias plataformas com a ideia de provocar uma experiência unificada e coordenada de entretenimento. É desse modo que se desenvolve um complexo mundo, sustentando a todo momento as “múltiplas inter-relações entre os personagens e suas histórias” (Fechini *et al.*, 2011, p. 19 *apud* SANTAELLA, 2013, p. 238-239), entre narrativa e jogador, informação e entretenimento (JENKINS, 2009).

Um breve mergulho na cultura amazônica

Salen e Zimmerman (2012b, p. 123) afirmam que os jogos e as representações neles não existem do isolamento, total ou parcial, do resto da cultura, ao invés disso, “refletem a cultura, reproduzindo aspectos de seus contextos culturais. Alguns jogos [como é o caso de LoL] também transformam a cultura, agindo em seus contextos culturais para gerar uma verdadeira mudança” (id., 2012a, p. 31).

No contexto do nosso objeto de pesquisa, surge a necessidade de apresentar a base mitológica e localizar o ambiente que justifica a criação da *skin* Nami Iara. Para melhor compreender esta situação, é preciso realizar um breve mergulho nessa cultura amazônica²⁷, afim de que possamos entender a lenda em questão. A Amazônia, abrangida em isolamento e mistério, construiu um sistema de vida e trabalho em função da floresta e do rio. Para descobrir os mistérios do seu mundo, o homem amazônico, o caboclo, recorre frequentemente aos mitos e à estetização (LOUREIRO, 2001, p. 38).

As narrativas, como lendas e mitos, desempenham uma função organizadora dentro da sociedade (BENJAMIN, 1994). No que diz respeito às lendas, são narrativas que não necessitam de uma localização no espaço, pelo contrário, estão por aí, vivem em uma região, emigram, viajam, ativas e sinuosas na imaginação coletiva de um povo. A lenda estabelece um valor próprio de um lugar. É um elemento de fixação, de definição, dos mais diversos (CASCUDO, 2006, p. 52). Em sua maioria, são narrativas transmitidas oralmente com o intuito de fundamentar fatos misteriosos ou sobrenaturais.

No caso das produções míticas e lendárias da cultura amazônica, observa-se uma constante tentativa de compreensão do homem, da vida, da morte e da natureza, em uma tentativa de percepção desse místico universo amazônico (LOUREIRO, 2001, p. 94).

A Yara [Iara, Oiara, Uaiara ou mãe d'água], a jovem Tupi, era a mais famosa mulher das tribos que habitavam ao longo do Rio Amazonas.

²⁷ Entende-se aqui uma cultura amazônica como sendo aquela que possui sua essência ou está influenciada pela cultura do caboclo, em primeira instância - evidente que ela é também fruto de uma acumulação cultura de outras culturas (LOUREIRO, 2001, p. 39).

*Por sua doçura, todos os animais e plantas a amavam. Mantinha-se, entretanto, indiferentes aos muitos admiradores da tribo. Numa tarde de verão, mesmo após o sol se pôr, Yara permanecia no banho, quando foi surpreendida por um grupo de homens estranhos. Sem condições de fugir a jovem foi agarrada e amordaçada. Acabou por desmaiar, sendo, mesmo assim, violentada e atirada ao rio. O espírito das águas transformou o corpo de Yara num ser duplo. Continuaria humana da cintura para cima, tornando-se peixe no restante. Yara passou a ser uma sereia, cujo canto atrai os homens de maneira irresistível. Ao ver a linda criatura, eles se aproximam dela, que os abraça e os arrasta às profundezas, de onde nunca mais voltarão (MULLER *et al*, p. 134, grifo nosso).*

A lenda da Iara foi contada ao longo dos anos e modificada por meio da imaginação, chegando em várias versões, de acordo com a localidade e a cultura específica de um povo. Na Amazônia, por ser um vasto território com características culturais bastante diversificadas, são perceptíveis mudanças em detalhes da lenda em cada localidade, apesar de, na maioria das vezes, a essência narrativa permanecer quase a mesma. Percebemos esses aspectos na procura pelas narrativas a respeito da gênese da Iara em textos de Muller (*et al*, 2002), transcrito a cima, e Brasil (1987), a seguir.

Enquanto Muller (*et al*, 2002, p. 134) mostra uma Iara mais delicada e dócil, na versão apresentada por Brasil (1987, p. 61) vemos uma Iara mais guerreira e habilidosa, que desperta o ódio e a inveja dos guerreiros. A parte grifada da versão de Muller (*et al*, *ibid.*) assemelha-se com a segunda e quarta partes do conto fabulista²⁸, assim como uma passagem da narrativa de Brasil lembra-nos a quinta parte do produto criado pela Riot²⁹:

Ao cair na água, contudo, um imenso cardume de peixes sustentou Dinahí [nome dado para Iara nesta versão] à superfície. E, à luz do luar, ela se transformou em princesa das águas. Seu corpo, irradiando claridade, foi se modificando: da cintura para cima continuou linda mulher, de cabelos negros como as águas do Uruna (rio Negro); na parte inferior, era peixe (BRASIL, 1987, p. 61, grifo nosso).

Ao analisarmos as versões da Iara levantadas por esses autores com os conteúdos criados pela Riot, percebemos que eles também mantiveram algumas características da lenda, como a aproximação dela com animais da floresta, o sentimento de inveja que desperta em outros membros de sua tribo, a transformação da índia e o encantamento do homem por meio do canto da sereia amazônica³⁰.

²⁸ Parte II – Promessa e Parte IV – Traição, respectivamente disponíveis em <http://goo.gl/AhiUXA> e <http://goo.gl/go0IeQ>.

²⁹ Parte V – Ressurreição, disponível em <http://goo.gl/am3rPv>.

³⁰ Pode-se perceber isso na matéria que acompanha tanto o anúncio quanto o lançamento da *skin*. Disponível em <http://goo.gl/EOFISJ>.

Como pontua Vicente Salles, a Iara é o modelo da mais perfeita convergência cultural na mítica amazônica³¹: Iara amazônica, a Sereia grega, a Ondina e a Loreley nórdicas, Mãe-D'Água brasileira, Kianda e Iemanjá africanas. Uma síntese composta de uma genealogia simbólica na história das culturas. Uma lenda que são muitas (*apud* PAES LOUREIRO, 2001, p. 159-160). Essa característica da lenda da Iara facilitou uma aproximação entre outras culturas e com o próprio jogo, pois a personagem Nami já possui características da clássica sereia (figura 1). Observamos aqui o chamado hibridismo empresarial ou corporativo ao qual Jenkins (2009, p. 156) menciona. Esse hibridismo ocorre quando o espaço cultural - neste caso a Riot Games - absorve e transforma elementos de outro (a cultura amazônica); a obra híbrida Nami Iara, portanto, existe entre várias tradições culturais. Neste caso, diferentemente da noção de hibridismo muitas vezes discutida pelos estudos culturais, sobretudo o latino-americano, o termo é usado como uma estratégia corporativa que procura controlar e apropriar-se do que for rentável, sem qualquer preocupação com os impactos na narrativa base.

O retorno do mito e a “transcrição” em Nami Iara

A *skin* da Nami Iara atende a um antigo anseio dos jogadores brasileiros, um certo requisito de uma cultura (a brasileira) em se ver representada no universo do jogo. Assim que a *skin* foi revelada, surgiram algumas discussões e especulações no fórum a respeito do preço dela³². Alguns argumentavam que ela deveria ser paga para não se tornar comum, assim como outros queriam que fosse gratuita por ser inspirada em uma lenda amazônica. Percebendo essa situação, alguns jogadores protestaram contra a empresa por cobrar pela *skin*. A Riot se posicionou no fórum³³, decidindo que pela primeira vez uma *skin* seria lançada com um desconto exclusivo para um país - nem mesmo os servidores da América Latina ganharam tal promoção. Ainda ratificaram que a *skin* foi inspirada no Brasil, mas não foi feita para o Brasil, ou seja, é tão somente uma adaptação da cultura amazônica para o universo de LoL, porém, o país foi o único a receber um desconto e uma dublagem especial para esta *skin*.

Ora, precisamos entender que LoL surge em um contexto de rápidas mudanças e de diversidade cultural. Logo, o propósito da empresa não é tanto de preservar tradições

³¹ Percebemos, portanto, que formas culturais estão em constante diálogo, tornando-se praticamente leviano afirmar que algo seja completamente puro ou original.

³² Ao realizar uma pesquisa pelas palavras-chaves “nami” e “iara”, somente no que diz respeito a títulos de tópicos no fórum de discussões gerais, foram encontrados 78 resultados. O mesmo resultado pode ser encontrado no link <http://forums.br.leagueoflegends.com/board/search.php>.

³³ Disponível em <http://goo.gl/7Uvf3K>.

culturais³⁴, apesar de percebemos que há um certo respeito, mas de unir as peças da cultura de maneira inovadora e economicamente rentável. Essas “novas mitologias”, como chama Jenkins (2009, p. 174), surgem em uma época cada vez mais fragmentada (seja nos seus conteúdos, identidades ou culturas) e multicultural.

A afirmativa da Riot pode se confirmar ao observamos o nome da *skin*, no Brasil e na América Latina nomeada Nami Iara, que em outros países e continentes é chamada de *River Spirit* Nami, ou seja, Nami “Espírito do Rio”. Para entendermos essa situação, faz-se necessário recorrer ao conceito de hibridismo corporativo de Jenkins (2009, p. 156-159) que depende de consumidores com competências culturais que se originam somente no contexto da convergência global, exigindo, portanto, conhecimento prévio da cultura popular amazônica. Como esse conhecimento, apesar de estar se tornando acessível, ainda é um pouco restrito, a empresa precisa compreender as semelhanças e diferenças em relação às tradições paralelas do Ocidente ou Oriente, apoiando-se em um ser mitológico mais conhecido, como a sereia, o espírito do rio - não que isto justifique a substituição do nome Iara por *River Spirit*, afinal, outros personagens poucos conhecidos em nossa cultura continuaram com seus nomes próprios.

Usando deste artifício, a empresa realiza uma “transcrição” da lenda da Iara, termo cunhado pela Marvel Comis (*apud* JENKINS, 2009, p. 158, 387), adicionando várias referências multinacionais e multiculturais, cujo objetivo principal é proporcionar às pessoas de diferentes partes do globo um apoio para o ingresso no jogo ao se sentirem “representadas”, identificando-se e reconhecendo-se dentro deste universo, por meio dos elementos culturais que aproximam e no qual interagem jogo e jogador. Dessa forma, valendo-se do arquétipo da sereia (fonte mitológica) e de referências de gêneros populares, Nami Iara não precisa ser apresentada ou reapresentada, pelo fato de já ser conhecida por meio de outras fontes. A *skin*, portanto, é experimentada de diferentes formas em cada país ao redor do globo³⁵.

Entretanto, Nami Iara acaba nos convidando para compreender mais atentamente a tradição amazônica, ao evocar narrativas antigas, provocando uma conexão entre os meios de comunicação contemporâneos e a cultura - tais processos aparecem agora por meio de conteúdos midiáticos espalhados nas mais diferentes mídias, na qual o mito é o

³⁴ Observando a criação da Nami Iara percebemos que ela é muito mais colorida e cartunizada do que a representação da tradição oral, da evocada pelos caboclos da Amazônia, apresentada com menos cores e brilhos.

³⁵ Jenkins (2009, p. 159) já nos avisa que a economia política da convergência das mídias não se constitui de modo simétrico no mundo. LoL, por estar em vários países, produz conteúdos específicos e outros globais, mas que são consumidos de modos diversos.

paradigma de criação, muitas vezes. Dessa maneira, apesar dos mitos clássicos serem tidos como mais valiosos que o seu respectivo contemporâneo, jogos como LoL e *skins* como Nami Iara aproximam os jogadores de volta a esses mitos antigos, colocando-os novamente em circulação. (JENKINS, 2009, p. 175). A este movimento, Durand (2004, p. 7) chamou de retorno do mito nas sociedades contemporâneas.

Considerações finais

A partir da argumentação que foi traçada no decorrer do presente artigo, deparamo-nos diante da seguinte pergunta: afinal, qual seria o motivo da apropriação de um elemento cultural amazônico para o universo de *League of Legends*?

Com base no que discutimos neste trabalho, mostrando cada ponto do nosso objeto e procurando justificar nossas afirmações, chegamos a um desfecho: toda essa lógica cultural atende ao requisito da cultura de nosso tempo e dos seus usos na era global, tipicamente caracterizada como uma cultura de globalização acelerada, na qual a abordagem da cultura passa a ser vista crescentemente como um “recurso” (YÚDICE, 2004, p. 25), entremeada em circuitos econômicos e sociopolíticos, na esteira do que Jeremy Rifkin (2000 *apud* YÚDICE, 2004, p. 25) nomeou como “capitalismo cultural”.

Graças a valorização da esfera cultural e seus produtos, ela se tornou peça chave para o crescimento econômico e adquiriu outras proporções, na qual passa a assumir sentidos e ideias de cultura como conveniência, como um recurso para outros fins – a chamada cultura da conveniência de George Yúdice (2004).

O discurso de preservação da biodiversidade chegou na cultura, nesse sentido as tradições culturais, agora, também precisam ser mantidas, mais como um capital cultural em reserva para uma “exploração” futura do que por uma relação humanística. Sendo assim, podemos comparar a cultura como recurso com a natureza como recurso, principalmente quando ambas comercializam pela moeda da diversidade (*ibid.*, p. 13). Neste processo, o capitalismo lucra com as novas mercadorias da pluralidade abertas pelo processo de convergência global (*ibid.*, p. 219).

É nessa lógica que o mundo vê crescer uma cultura globalizada ou globalista, uma cultura que aboliu as fronteiras visando uma sociedade universal de consumidores, produtora de uma espécie de “cultura-mundo” como sistema organizador de tudo (LIPOVETSKY; SERROY, 2011). Na nossa sociedade do consumo, aquilo que entendemos como cultura foi transformado e boa parte das atividades humanas precisam ser lucrativas, a *skin* Nami Iara encontra-se nesse âmbito.

Para tal processo, percebemos a apropriação, em todas as formas de narrativa transmidiática já mencionadas, de elementos amazônicos típicos da região, como a piranha, a onça pintada, a cobra, a arara, os índios e mais ainda com a vitória-régia, que são sintetizados com a presença da cor verde na personagem. No jogo, tais elementos reforçam visualmente a chamada marca Amazônia, apesar do nome não estar explícito, fortalecendo a ideia da região como um lugar mítico de um imaginário que navega pelos seus rios e igarapés, com a personificação de uma personagem que se transforma em uma “guardiã do mundo natural” (AMARAL FILHO, 2011, p. 83-84). Isto só é possível porque esta marca Amazônia, como afirma Amaral Filho (2010, p. 21), “atingiu um *status* globalizado que permitiu que ela se incorporasse a um imaginário planetário”.

Este fato é bem exposto na terceira parte do conto fabulista³⁶, ao dizer que “um lago às margens de uma grande cidade estaria prestes a ter sua vida aquática posta em risco pelo despejo de material poluente”. Na tentativa de atrair o jogador a consumir o bem virtual, a empresa vale-se do discurso do desenvolvimento sustentável, da responsabilidade social e da biodiversidade, defendendo a preservação da floresta e de suas populações, além de oferecer ao consumidor a possibilidade de assumir o papel de um “defensor da mata” (AMARAL FILHO, 2011, p. 87).

Em seguida, ao alcançar o seu objetivo, a *skin* Nami Iara provavelmente se perderá dentro do universo de *League of Legends* em meio a tantas outras, demonstrando o caráter efêmero das produções midiáticas do nosso tempo, sua fluidez, como aponta Bauman (2001), pois, tal como os fluidos, as produções atuais nascem rapidamente, fluem com facilidade, transbordam e inundam os espaços com a sua presença por um determinado tempo, na maioria das vezes curto. Contudo, passado certo período, elas se esvaem, cedendo lugar a novas produções midiáticas de um modelo aparentemente sem fim que rege a sociedade contemporânea em que vivemos.

Referências bibliográficas

- AMARAL FILHO, O. Amazônia versus meio ambiente: sedutoras armadilhas discursivas da mídia para fidelizar novos consumidores. In: **Pesquisa em Comunicação na Amazônia**. _____ (Orgs.) et al. Belém: FADESP, 2010.
- _____. Verde que te quero verde: a estética da marca Amazônia. In: **Comunicação Midiatizada na e da Amazônia**. Maria Ataíde Malcher et al. Belém: FADESP, 2011.
- ANDRADE, L. **A Galáxia de Lucas**: Sociabilidade e narrativa nos jogos eletrônicos. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

³⁶ Parte III – Chamado, disponível em <http://forums.br.leagueoflegends.com/board/showthread.php?p=1625351> e <http://namiiara.riotgamesbrasil.com.br/>.

- BENJAMIN, W. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BRASIL, A. B. **Amazônia, reino da fantasia**. Porto Alegre: Posenato Arte & Cultura, 1987.
- CASCUDO, L. da C. **Geografia dos Mitos Brasileiros**. São Paulo: Global, 2012.
- COSTA, P. **Ludus online: Um estudo ludológico e sociológico de League of Legends**. 2013. Monografia (Bacharelado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2013.
- DURAND, G. O retorno do mito: introdução à mitologia. Mitos e sociedade. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 15. agost. 2001. p. 74-82. Versão digital.
- FALCÃO, T. **Não humanos em jogo: Agência e Prescrição em World of Warcraft**. In: XXIII Encontro Anual da Compós, GT de Comunicação e Ciberultura, UFPA, 2014, Belém.
- _____. **Processos sociais de estereotipia em mundos virtuais**. In: XVIII Encontro Anual da Compós, GT de Comunicação e Sociabilidade, PUC-MG, Belo Horizonte, 2009.
- FRASCA, G. **Narratology meets Ludology**. 1999. Disponível em: <<http://www.ludology.org/articles/ludology.htm>>. Acesso em: 14 jul. 2014.
- HUIZINGA, J. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000. Versão digital.
- IBOPE. **Número de pessoas com acesso à internet passa de 100 milhões**. 2013. Disponível em: <<http://goo.gl/Vdckfq>>. Acesso em: 14 jul. 2014.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LARANJEIRA, P.; PINHEIRO, P.; PORTO, E. Além da arena: Análise das estruturas de organização e comunicação surgidas em comunidades de jogadores de jogos tipo MOBA. **PROCEEDINGS OF SBGAMES**, 12., 2013, São Paulo.
- LEMOS, A. Tecnologia e Ciberultura. In: **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores**. Adilson Citelli *et al* (Orgs.). São Paulo: Contexto, 2014.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A cultura-mundo: respostas a uma sociedade desorientada**. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- LOUREIRO, J. J. P. **João de Jesus Paes Loureiro: obras reunidas - Cultura Amazônica: uma poética do imaginário**. São Paulo: Escrituras Editora, 2001.
- MACHADO, A. **O Sujeito na Tela: Modos de Enunciação no Cinema e no Ciberespaço**. São Paulo: Paulus, 2007.
- MAFFESOLI, M. O imaginário é uma realidade. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 15. agost. 2001. p. 74-82. Versão digital.
- MAZUREK, M.; POLIVANOV, B. Bens virtuais em games online: consumo e publicidade em *League of Legends*. In: Seminário de Iniciação Científica ESPM. São Paulo: ESPM, 2013.
- MULLER, Cristina (Orgs.). **O Xingu dos Villas Bôas**. São Paulo: Agência Estado, 2002.
- PAVÃO, Andréa. **A aventura da leitura e da escrita entre mestres de roleplaying games (RPG)**. 23ª Reunião da ANPED, GT 10 - Alfabetização, Leitura e Escrita, 2000.
- REBS, R. Bens virtuais em social games. São Paulo: **Revista Intercom**, v. 35, n. 2, 2012.
- REGIS, F. Games. In: **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores**. Adilson Citelli *et al* (Orgs.). São Paulo: Contexto, 2014.
- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. **Regras do Jogo: Fundamentos do Design de Jogos: cultura** (v. 4). Trad. Edson Furmankiewicz. São Paulo: Blucher, 2012a.
- _____. **Regras do Jogo: Fundamentos do Design de Jogos: interação lúdica** (v. 3). Trad. Edson Furmankiewicz. São Paulo: Blucher, 2012b.
- SANTAELLA, L. **Cultura e artes do pós-humano: da cultura das mídias à ciberultura**. São Paulo: Paulus, 2003.
- _____. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.
- YÚDICE, G. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Trad. Marie-Anne Kremer. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2004.