

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

O JOGADOR E SEU AVATAR: UMA PERSPECTIVA DO JOGADOR COMO UM SER DUALISTA ENTRE O MUNDO REAL E O MUNDO VIRTUAL

Melissa Streck¹

Universidade Federal do Rio Grande Do Sul

RESUMO

Atualmente diferentes tipos de fusão homem-máquina tornam-se fenômeno cotidiano, encontrado em distintas áreas de conhecimento. Comumente encontra-se esta fusão de forma física, sendo o ser humano conectado a um artefato material. Porém, existe a fusão do material com o imaterial, da qual trata este artigo. A partir de recente matéria jornalística que aborda o desejo humano de transportar a mente para um ambiente virtual, este artigo traz uma reflexão de como o processo desencadearia através de teorias do universo de games. Neste caso, propõe-se que o jogador permanece no mundo real, enquanto sua mente é levada com seu agente para o mundo virtual do jogo. Esta ideia é fundamentada através de uma sequência dos seguintes conceitos: 1) imediação; 2) imersão; 3) agenciamento e 4) transformação. A partir desta sequência, emerge a ideia de o jogador ser reconhecido como um ciborgue, um ser dualista entre real e virtual.

Palavras chave: Ciborgue. Imediação. Imersão. Agenciamento. Transformação.

ABSTRACT

There are currently different types of human-machine fusion that turns it into an everyday event found in diverse fields of knowledge. Commonly this fusion has a physical dimension where the human being is connected to a material artifact. But there is the fusion of the material and immaterial, which is the subject of this article. Based on a recent newspaper article about the human desire of transporting the mind to a virtual environment, this article reflects on how game theories understand the triggering of this process. The argument is that the player remains in the real world, while his mind is taken with his agent to the game's virtual environment. This idea is grounded on the following concepts: 1) Immediacy; 2) immersion; 3) agency and 4) transparency. Based on this sequence, there emerges the idea of a gamer as a cyborg, a dualistic being between the real and the virtual.

Keywords: Cyborg. Immediacy. Immersion. Agency. Transformation.

¹ Mestranda em Design de Interfaces Tecnológicas – UFRGS.

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

1 INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias tem possibilitado diferentes e tipos de fusão entre homens e máquinas. Este dualismo entre seres naturais e artificiais é encontrado em distintas áreas, como a da saúde e do entretenimento. O termo ciborgue designa os indivíduos que possuem algum artefato tecnológico, tido como artificial, conectado, ou acoplado a seus corpos. O artefato tecnológico, por sua vez, permite à pessoa executar tarefas e fazer coisas que não seriam possíveis sem tal artefato (COUTO, 2001), como por exemplo, o aleijado que pode caminhar normalmente devido a uma perna mecânica, ou o usuário de um telefone móvel que pode com ele comunicar-se com alguém que está à distância.

Em uma recente matéria especial, o jornal Zero Hora² fez um breve apanhado das recentes possibilidades de conexão entre homem e máquina, resgatando exemplos desde os tipos mais comuns – um par de como óculos – até os mais inusitados transplantes da atualidade. A matéria também menciona o fato do desejo humano de transportar a sua mente – ideias e sensações - para algum ambiente virtual. Neste caso, a matéria traz como exemplo uma hipótese levantada pelo físico Hawking³, que diz que no futuro ideias e informações da mente de uma pessoa poderão ser gravadas e salvas após a sua morte. Colocar esta ideia em prática possivelmente ainda é um passo desafiador para a ciência. Porém, o que hoje existe e que de certa forma interliga ideias e sensações para de um ambiente físico (real) para um não físico (virtual), é a possibilidade de uma pessoa viver outra realidade através de um tipo de agente, chamado avatar. Este agente é encontrado em mídias digitais, como games narrativos.

² Jornal Zero Hora, de Porto Alegre. Edição de 20 de janeiro de 2014. Caderno Planeta Ciência.

³ Stephen Hawking, físico Inglês.

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

2 O GAMER COMO UM CIBORGUE

Couto (2001, p. 59) aborda três segmentos onde existe uma união de limites naturais e técnicos, que são: 1) humano e animal; 2) humano e máquina; 3) físico e não físico. Para este trabalho interessa o terceiro segmento, que trata do dualismo entre físico e não físico, ou seja, da desmaterialização das coisas. O autor comenta que se busca por um corpo ideal fora do núcleo material (2001, p. 53). Existe também neste conceito a distinção entre o natural e o artificial (LATOUR, 1994). No caso do corpo ideal em um mundo virtual, este seria algo artificial, enquanto que o corpo físico no mundo real seria o corpo natural. É neste contexto que surge a figura do avatar, ser que permite ao indivíduo estar no mundo real e no mundo virtual ao mesmo tempo. Neste mundo virtual, uma pessoa com limitações possíveis no mundo real – tome-se o exemplo de um aleijado - poderia projetar-se através de um avatar em um mundo ficcional. E este avatar da pessoa aleijada possuiria pernas saudáveis, poderia correr, pular e se movimentar da forma como a pessoa gostaria que fosse na vida real. Da mesma forma, uma pessoa que não possua qualquer tipo de deficiência física, pode se projetar no mundo virtual, através de seu avatar, fazendo coisas que, para um humano, não seriam possíveis no mundo real – como, por exemplo, voar ou saltar a uma determinada altura sem sofrer consequências e sem uso de equipamentos que possibilitem sua sobrevivência e segurança.

Dentro do campo do entretenimento, Couto (2001, p. 44) comenta que será de interesse de empresas de games o aproveitamento deste tipo de descoberta para “criar aventuras que alterem o estado mental dos usuários, aumentando significativamente o realismo dos games”. Tendo em conta que, após a data deste texto de Couto, a indústria de games evoluiu significativamente em termos de recursos tecnológicos e possibilidades, é possível considerar como uma premissa verdadeira da atualidade que o realismo dos games de certa forma altera o estado mental de usuários, permitindo que o jogador se envolva mais significativamente no universo ficcional. Diferente de outros meios como quadrinhos, cinema e literatura, o game narrativo permite que o jogador interaja de modo mais significativo através de personagem, que no caso é seu avatar. Isto porque no game

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

ele poderá se passar pelo avatar, como se fosse ele mesmo no mundo do jogo. Isto é possível graças a algum artefato físico e tecnológico (computador, *smartphone* ou console), cuja interface permita interação, através de um sistema de comandos para que o jogador execute ações através de seu avatar no mundo do jogo.

Para que seja possível chegar a este entendimento de um avatar como a parte máquina do jogador, no caso de um game narrativo, são necessários alguns entendimentos baseados nas categorias descritas por Murray (2003). Estas categorias são Imersão, Agenciamento e Transformação. Porém, este trabalho propõe também a Imediação, descrita por Bolter (1999), como uma categoria adicional que, junto às outras três, forma um conjunto de camadas. Todas estas camadas estão relacionadas ao envolvimento do jogador com o mundo do jogo e a ideia é sequenciá-las numa lógica de profundidade. Desta forma, serão tratados aspectos teóricos das quatro camadas na seguinte ordem: 1) Imediação, com a proposta de explicar como se dá a transparência das mídias digitais; 2) Imersão, com objetivo de levantar questões discutidas sobre a forma como o jogador se conecta com o mundo do jogo; 3) Agenciamento, cuja finalidade será compreender como o jogador se projeta e interage no mundo do jogo, permitindo-se fazer parte dele; 4) Transformação, cuja finalidade é expor as possíveis mudanças de forma do jogador quando este estiver no mundo do jogo.

3 IMEDIAÇÃO

Cada tipo de mídia requer um ou mais meios próprios a fim de comunicar sua mensagem, porém algo que existem em comum em todas (ou pelo menos dos meios que possuam a preocupação de uma boa experiência do usuário) é a tentativa de tornar o que está sendo mostrado com o mínimo de interferência de seu artefato físico (o meio). Isto quer dizer que o artefato se torne tão discreto a ponto de tornar-se algo transparente

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

(BOLTER; GRUSIN 1999). Assim, o meio⁴ se torna invisível para o expectador, fazendo com que ele deixe de dar importância ao que está a sua volta e foque somente na mídia, que é o filme. Um exemplo é o cinema, em que o público de certa forma “esquece” que está dentro de uma sala escura, com diversas pessoas compartilhando da mesma experiência e onde há toda uma equipe trabalhando para que o filme seja exibido. Esta transparência, a qual Bolter e Grusin defendem também como ideia de “ver através” de um meio (1999, p. 24), é trazida pela imediação:

Immediacy is our name for a family of beliefs and practices that express themselves differently at various times among various groups, and our quick survey cannot do justice to this variety (BOLTER; GRUSIN, 1999, p. 30).

A imediação tem como premissa fazer com que os aparatos eletrônicos, da qual interface faz parte, se pareçam imperceptíveis: *Immediacy is supposed to make this computer interface “natural” rather than arbitrary.* (BOLTER; GRUSIN, 1999, p. 23). No caso dos games, a imediação ocorre quando o jogador não mais percebe os aparatos que precisa para jogar – como mouse de computador, *joystick*, e a própria tela. Ele passa a enxergar além da interface vendo o mundo do jogo como primeiro plano.

Card, Rohertson e Macinlay comentam que o desafio dos designers, com as tecnologias digitais, era transformar interfaces bidimensionais em tridimensionais, onde o usuário pudesse mover-se “na, entre e através da informação” (CARD; ROHERTSON; MACINLAY, 1991). Porém, atualmente elaborar ambientes tridimensionalmente visíveis já deixou de ser um grande desafio, e se tornam comuns em mercados como o de entretenimento. Algumas mídias parecem ter ido além de oferecer apenas a interface tridimensional e hoje permitem que o jogador se movimente como se estivesse dentro do jogo. Exemplo são alguns games que são jogados através de comandos corporais do jogador, ou seja, ele precisa estar conectado nos acontecimentos do mundo do jogo, e através de seu corpo – no mundo real - irá executar os comandos⁵.

⁴ Bolter e Grusin (1999) utilizam o termo mídia, porém entende-se aqui a mídia como o objeto de entretenimento (filme, jogo) e o meio como o artefato físico, a forma pela qual a mídia será transmitida (computador, cinema, console).

⁵ Kinect é um jogo que o usuário joga através de comandos corporais.

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

Por causar esta transparência do meio em que a mídia é transmitida, entende-se que a imediação como a primeira camada para levar o jogador às camadas seguintes, deixando-o com a sensação de que é pertencente ao mundo do jogo. Retomando Bolter e Grusin (1999, p. 21) segue afirmação de que a imersão, a camada seguinte, se dá pelo fato de que é fundamental que o aparato torne-se transparente: *“virtual reality is immersive, which means that it is a médium whose purpose is to disappear. This disappearing act, however, is made difficult by the apparatus that virtual reality requires.”*.

4 IMERSÃO

O termo imersão trata da sensação que o indivíduo tem de estar vivenciando uma realidade ficcional a que está sendo submetido. No caso dos games, o jogador passa a se colocar no lugar de seu avatar no mundo do jogo, vivenciando coisas do mundo ficcional e interagindo com outros personagens, como NPCs e PC's de outros jogadores. Para Fragoso (2013), a imersão é geralmente compreendida como a impressão pessoal de ser levado à realidade de algum mundo fictício e ao mesmo tempo de desconectar-se do mundo físico. Murray (1997) argumenta que a imersão é a experiência de ser transportado para um lugar de simulação que foi elaborado, sendo a sensação que a pessoa tem de ser transportada a outra realidade. No caso de um jogo, a imersão ocorre quando o jogador está tão comprometido com o jogo e com tudo que nele ocorre, podendo passar horas jogando sem perceber. Dansky (2007) lança a ideia de imersão como um objetivo importante para a elaboração de um game:

Immersion is arguably the ultimate goal of videogames. Immersion is making players forget that they're sitting on their couch twiddling joysticks with their thumbs, and instead making them believe they're mowing down Nazis, leaping from platform to platform over boiling space sludge, or exploring a mansion full of masticating mutants.

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

Dentro do assunto imersão existe o termo conhecido como Suspensão voluntária da descrença, trazido originalmente pelo escritor Samuel T. Coleridge⁶ (FRAGOSO, 2013; SALEN; ZIMMERMAN, 2004). A 'suspensão voluntária da descrença' ocorre quando o indivíduo se deixa levar pela narrativa, seja de um livro, de um filme ou de um jogo. É um ponto em que a realidade do indivíduo se confunde com a realidade da ficção da narrativa em questão.

Esta ideia de que o indivíduo se desliga de sua realidade, mesmo que em contato com uma mídia cujo meio passe a ser transparente, se torna ingênua e problemática, uma vez que a pessoa não tem formas de desconectar-se totalmente do seu mundo social. Por este motivo, Fragoso (2013) propõe outro termo chamado 'encenação de crença', defendendo que o indivíduo tem consciência de sua realidade, ao mesmo tempo em que se permite viver uma realidade ficcional. Isto é inicialmente defendido por Salen e Zimmermann (2004, p 451), e posteriormente retomado por Fragoso (2013), que afirmam que um jogador tem uma dupla consciência de si no momento do jogo: ele se percebe jogando como jogador e se percebe jogando como personagem. Salen e Zimmerman chegam a este entendimento a partir da ideia de François D. Laramée⁷, que diz que

todas as formas de entretenimento buscam produzir suspensão de descrença, um estado em que a mente do jogador esquece que está sendo sujeitada a entretenimento e aceita o que percebe como se fosse real. (SALEN; ZIMMERMAN, 2004, p. 450; FRAGOSO 2013)

Surge então o que estes autores chamam de 'falácia imersiva', ou seja, cabe à mídia a capacidade de transportar o espectador para uma realidade ilusória, ou simulada, e prover uma experiência significativa (2004, p. 450). No caso do game, este atrai seus jogadores, de maneira que possam manter-se entretidos, em uma experiência prazerosa e única para cada um, durante o tempo em que estarão jogando. Isto sem perderem a consciência de sua identidade social, mantendo assim uma dupla consciência de si. São conscientes de si mesmos no mundo real, com suas limitações, ao mesmo tempo em que podem experimentar outras possibilidades na realidade ficcional.

⁶ Poeta Inglês.

⁷ Roteirista de games.

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

5 AGENCIAMENTO

Murray (1997, p. 126) comenta que quanto mais imersivo for o ambiente virtual, mais ativos o sujeito quer estar nele. O autor define que o agenciamento ocorre quando as ações feitas no ambiente virtual trazem resultados tangíveis. O agenciamento então é quando o sujeito executa coisas através de um agente, que no caso de games, é o avatar. Através de seu avatar, que é manipulado por comandos no artefato físico, o jogador poderá experimentar as possibilidades do mundo do jogo. Porém, Murray (1997, p. 128) alerta que a agência não se trata apenas de exercer atividades no mundo do jogo, mas também de participar dele, ou seja, sentir-se parte deste ambiente ficcional.

O agenciamento, conforme Machado (2009), é o termo que designa a “sensação experimentada pelo interator de que uma ação significativa é resultado de sua decisão ou escolha”. O autor comenta que agenciar é experimentar um evento como sendo um agente, ou seja, “como aquele que age dentro do evento e como o elemento em função do qual o próprio evento acontece”. Então, para que seja possível agir dentro de um mundo ficcional, como no caso do game, é necessário um agente. Neste caso, será trazido o avatar como o agente, que fará a ponte entre as possibilidades do mundo real e ficcional. O avatar, por sua vez, é dividido em dois tipos: avatar em primeira pessoa e avatar em terceira pessoa. O avatar em primeira pessoa é aquele que permite ao jogador enxergar como se estivesse no mundo do jogo, não tendo uma visão da figura de seu avatar enquanto está jogando. O tipo de avatar em terceira pessoa permite que o jogador enxergue a figura de seu personagem dentro do mundo do jogo.

Existe uma divisão de ideias quanto ao significado do avatar no jogo. Alguns autores seguem a ideia defendida por Klevjer (2006) de que o avatar é uma extensão corporal do jogador dentro do mundo do jogo. Esta ideia combina com a da suspensão da descrença, que defende que o jogador esquecerá tudo o que está a sua volta. Porém, há uma segunda ideia, defendida posteriormente por Vella (2013), que diz que o avatar é um personagem distinto. Esta está ligada com a ideia defendida por Salen e Zimmerman

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

(2004) e Fragoso (2013), de que há uma dupla consciência no jogo: a do jogador em seu mundo real e a do jogador e seu personagem no mundo ficcional.

Através do agenciamento, o jogador pode ter experimentar diversas vezes o mesmo game, sempre de forma diferente, porém dentro dos limites permitidos.

Nos jogos de computador, não tomamos decisões para a vida inteira ou por toda uma civilização; quando as coisas dão errado, ou quando simplesmente queremos outra versão da mesma experiência, voltamos para o início e começamos de novo. (MURRAY, 2003, p. 153)

Interessante também que diversos jogadores podem jogar o mesmo jogo, sendo agenciados por um mesmo personagem e terem experiências completamente distintas. Cada jogador levará alguma experiência de seu mundo real para o mundo do jogo. Sato (2007) defende esta ideia, comentando que “o indivíduo constrói seu personagem e a personalidade deste a partir de suas experiências, referências, repertório e desejos de seu mundo real (cotidiano), transportando estes elementos para o mundo virtual”.

Conforme Salen e Zimmerman (2006, p. 655), para que o jogador invoque a sensação de agenciamento, uma experiência interativa deve permitir um balanço entre as restrições materiais e as formais. Ou seja, o mundo do jogo deve permitir que o jogador possa interagir de forma que faça parte da narrativa. Este seria, segundo os autores, o truque para fazer com que o jogador mantenha-se imerso no jogo, sem interferências externas, como ter de preocupar-se em esperar por alguma ação do jogo para poder interagir novamente.

À medida que o jogador identifica-se com seu avatar e vai integrando-se no mundo do jogo, ele poderá ter uma experiência muito mais significativa, experimentando a sensação de estar naquele ambiente ficcional. Machado comenta que é comum jogadores se referirem a seus avatares como sendo eles mesmo, através do pronome Eu:

Os atuais ambientes tecnológicos de imersão e de agenciamento estão promovendo a ocorrência de um fenômeno novo, que poderíamos definir como sendo a hipérbole do sujeito, uma espécie de narcisismo radical e autorreferenciado, em que a única identificação possível é a do sujeito com ele mesmo. O interator quase sempre se insere nesses ambientes como o seu sujeito e, na maioria dos casos, é impossível vivenciar as narrativas interativas senão

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

encarnando a sua personagem principal, aquela em função da qual os eventos acontecem. (MACHADO, 2009)

No momento em que o jogador cria esta identificação com seu avatar e se projeta no mundo do jogo, percebe-se que ele considera o avatar como parte de si. Assim, tem em seu avatar a sua parte máquina, dentro de um mundo imaterial.

Entende-se que, nesta camada que trata do agenciamento, o jogador já poderia ser considerado um ciborgue, pois ele já está com sua dualidade física e não física, já possui a sua parte máquina. Porém, a camada seguinte permite ao jogador ter uma figura física como sua representação no mundo do jogo, seja ela qual for. O agenciamento lhe possibilita interagir no universo do jogo, porém a transformação lhe dará parte de sua identidade dentro deste mundo.

6 TRANSFORMAÇÃO

Por fim, a transformação é a camada que trata das mudanças da forma física de um agente (MURRAY, 2003 p. 153). Muitos games possibilitam ao jogador a construção de seu avatar através de elementos pré-definidos. Desta forma, o jogador pode escolher para si ter um agente que possua semelhanças com a sua figura física real, ou não. As possibilidades de transformação neste caso podem ir além da forma humana. “Vestindo um capacete de realidade virtual, nós, interatores com os pés no chão, vemo-nos transmutados em corvos voando nas alturas” comenta Murray a respeito das possibilidades da tecnologia digital, e em seguida acrescenta que “o poder de transformação do computador é particularmente sedutor em ambientes narrativos” (ibidem, p. 153). Por fim comenta como jogadores ficam ávidos por uso de máscaras (no caso de ter uma figura dentro do mundo do jogo) e em se transformarem nesta figura representada pelo avatar.

Propõe-se que é neste ponto da transformação que o jogador se passa por um ciborgue no mundo do jogo. Ele já deixou de ver a mídia, que se tornou transparente; está

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

imerso no jogo, porém consciente de sua dualidade; tem seu agente no jogo e agora pode passar-se por ele, da forma como desejar. Isto sem deixar de lado que isto se aplica dentro das possibilidades do game. Couto defende a ideia de que o ciborgue é um organismo cibernético, híbrido de máquina e organismo especiais apropriados para os tempos atuais, além de ser um composto biológico-técnico. O autor argumenta que o ciborgue é um ser

entremeio artificial-natural não é nem isso nem aquilo, não conhece a oposição binária que de certo modo estrutura o pensamento ocidental. É a junção entre o isso e o aquilo, na completa indiferenciação de sexo: nem macho, nem fêmea, nem ativo, nem passivo, nem carne, nem técnica, nem bem, nem mal. (COUTO, 2001, p. 47).

Portanto, num mundo onde um jogador pode recriar a si mesmo dentro de uma realidade virtual, através da figura de um avatar. Neste momento percebe-se uma concordância quando com esta ideia de união entre humano e sua parte providenciada por uma máquina. Isto também se torna claro quando Couto defende que uma parte do ciborgue é dada e outra é construída, sendo, portanto, uma criatura com uma identidade tanto na realidade social como no mundo ficcional (2001, p. 47).

7 CONCLUSÃO

Este estudo teve como apresentar uma perspectiva de como o avatar de games poderia ser visto como uma parte imaterial do jogador. O jogador, por sua vez, seria então considerado um ciborgue por causa do dualismo físico e não físico ou material e imaterial, ou ainda natural e artificial. Percebeu-se que todas as quatro camadas propostas neste texto são importantes para que se chegue a esta compreensão, pois cada uma proporciona um grau maior de participação. Esta participação, conforme mencionado por Murray, é fundamental para o jogador “estar” no mundo do jogo, ou seja, sentir-se parte dele. Isto se dá através do agenciamento.

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

Da mesma forma que artefatos tecnológicos podem tornar a vida de pessoas com limitações uma vida normal, um avatar pode, em um mundo imaterial, possibilitar experiências diferentes da que a pessoa usufrui no mundo real. Assim, através das quatro camadas sugeridas (Imediação, Imersão, Agenciamento, Transformação), o jogador adquire a dualidade física e não física, estando presente no mundo real e no virtual. Ele passa a ser Eu no seu mundo social e material, acrescido de seu eu Eu no mundo ficcional e imaterial. Ele é a parte pessoa mais a parte imaterial fornecida pela máquina, e quando joga forma este ser dualista chamado ciborgue.

BIBLIOGRAFIA

BOLTER, Jay D.; GRUSIN, Richard. **Remediation**: understanding new media. Cambridge: MIT Press, 1999, pp. 2-84.

CARD, Stuart K.; ROBERTSON, George G.; MACINLAY, Jock D. **The Information Visualizer**: An Information Workspace. Em *Proceedings of CHI '91*, pp. 181-188. Nova Iorque: ACM, 1991.

COUTO, Edvaldo. S. O Zumbido do Híbrido. In: **Corpos Voláteis, Corpos Perfeitos**. Salvador: Ed. UFBA, 2001, p. 43-65.

DANSKY, Richard.; KANE, Brad. **Game Writing**: Narrative Skills for Videogames. Gamasutra, 2007. Disponível em: <http://www.gamasutra.com/view/feature/130255/book_excerpt_and_review__game_.php?print=1>. Acesso em: 06 mai. 2014.

FRAGOSO, Suely. Imersão Em Games: Da Suspensão De Descrença À Encenação De Crença. In: Compós Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 22., 2013, Salvador, BA. **Anais da Compós 2013 XXII** Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília: Compós, 2013.

FRAGOSO, Suely; ROSÁRIO, Nísia M. Melhor Que Eu: um estudo das representações do corpo em ambientes gráficos multi-usuário online de caráter multicultural. **Interin 70**, Curitiba, v. 6, p. 3, 2008.

KLEVJER, Runè. **What is the Avatar? Fiction and Embodiment in Avatar-Based Singleplayer Computer Games**. 2006, 229p. Tese (Doutorado) - Universidade de Bergen, 2006. Disponível em: <<http://characters.media.mit.edu/Papers/aisb99.pdf>>. Acesso em: 06 mai. 2014.

GAMEPAD VII

Seminário de Games e Tecnologia

16 de maio de 2014 - Universidade Feevale

LATOURE, Bruno. **On Technical Mediation**. In Common Knowledge 3 (2), 1994, pp. 29-64.

MACHADO, Arlindo. **Regimes de Imersão e Modos de Agenciamento**. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2002, Salvador. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP7MACHADO.pdf>. Acesso em: 06 mai. 2014.

MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck**: O futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Ed. Unesp. 2003.

MURRAY, Janet. **Hamlet on the Holodeck**. The future of narrative in cyberspace. New York: The Free Press, 1997.

SALEN, Katie.; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of Play**: Game Design Fundamentals. Londres: MIT Press. Cambridge: MIT Press, 2004.

SATO, Adriana K. **O caráter interpretativo da representação de personagens no Videogame**. In: SBGames, 2007, São Leopoldo. Disponível em <<http://www.sbgames.org/papers/sbgames07/artanddesign/full/ad6.pdf>>. Acesso em: 06 mai. 2014.

VELLA, Daniel. **"It's A-Me/Mario"**: Playing As A Ludic Character. In FDG, 2013, Copenhagen. Disponível em: <http://www.fdg2013.org/program/papers/paper05_vella.pdf>. Acesso em: 06 mai. 2014.