

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO

GILSON MORAES LORENA FILHO

DEVIRES MACHINIMA NA CULTURA DO *SOFTWARE*

SÃO LEOPOLDO

2009

GILSON MORAES LORENA FILHO

DEVIRES MACHINIMA NA CULTURA DO *SOFTWARE*

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

Orientador: Prof.^a Dra. Suzana Kilpp

SÃO LEOPOLDO

2009

Ficha catalográfica

L868d Lorena Filho, Gilson Moraes
Devires machinima na cultura do software / por Gilson Moraes
Lorena Filho. – 2009.
97 f. : 30cm.

Dissertação (mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos
Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação,
2009.

Orientação: Prof^a. Dr^a. Suzana Kilpp.

1. Machinima. 2. Remediação. 3. Cultura do software.
4. Audiovisualidades. I. Título.

CDU 791:004.92

Catálogo na Fonte:
Bibliotecária Vanessa Borges Nunes - CRB 10/1556

RESUMO

Este trabalho apresenta uma investigação sobre o machinima. O termo (derivado da união das palavras *machine*, *animation* e *cinema*) é utilizado tanto para designar a prática da qual resultam, jogando, produtos audiovisuais, quanto para designar os próprios produtos, finalizados. O objetivo do trabalho é situar esta forma de expressão no universo cultural onde ele se encontra, aqui denominado de cultura do *software* e compreender a maneira com que seus rastros circulam entre os audiovisuais, principalmente em ambientes como a internet.

Palavras chave: machinima, remediação, cultura do *software*, audiovisualidades.

ABSTRACT

The following work presents an investigation about machinima. The term (from the words *machine*, *animation* and *cinema*) is used to define the practice on which results, through gameplay, the making of audiovisual products, and to define the resulting videos. This work objective is to situate this form of expression in the cultural universe where they are found, denominated here as software culture and to comprehend the way in which its trails circulate around the audiovisual products, mainly in environments such as the internet.

Keywords: machinima, remediation, software culture, audiovisualities.

“a computadorização da cultura não nos leva apenas ao surgimento de novas formas culturais como o videogame e os mundos virtuais; ela redefine formas já existentes como a fotografia e o cinema”
(Lev Manovich)

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	9
1 CULTURA AUDIOVISUAL CONTEMPORÂNEA	14
1.1 CULTURA DO <i>SOFTWARE</i> E AS IMAGENS TÉCNICAS	14
1.2 O AUDIOVISUAL COMO <i>SOFTWARE</i> CULTURAL	18
2 TRÂNSITO, DISPERSÃO E CONVERGÊNCIA AUDIOVISUAL	21
2.1 IMAGENS DE TRÂNSITO E ENTRE-IMAGENS	21
2.2 DISPERSÃO RIZOMÁTICA	24
2.3 CONVERGÊNCIA <i>WEB</i>	32
3 CULTURA MACHINIMA	39
3.1 MACHINIMA <i>GAME</i>	48
3.2 MACHINIMA VÍDEO	65
4 IMAGICIDADE MACHINIMA	77
4.1 AUDIOVISUALIDADES	77
4.2 MOLDURAS E ETHICIDADES MACHINIMA	80
4.2.1 Interface e interação	90
4.2.2 Avatar	92
CONSIDERAÇÕES FINAIS	94
BIBLIOGRAFIA	96

APRESENTAÇÃO

A pesquisa a seguir relatada foi motivada pelo interesse que tínhamos em estudar as relações entre o cinema e os videogames. Tal motivação decorria de nossa formação acadêmica em Realização Audiovisual e à relação de longa data que temos com os *games* como forma de entretenimento. No início da trajetória de pesquisa, há dois anos, o foco do trabalho se concentrava apenas em aspectos de linguagem audiovisual, com o objetivo de relacionar sua utilização no ambiente da produção cinematográfica e nos *games* contemporâneos.

A escolha dessas mídias justificava-se pelos movimentos que vínhamos observando no desenvolvimento da indústria de jogos eletrônicos nas últimas décadas. Podemos dizer que os *games* se encontram não somente entre as formas culturais mais populares, mas também entre as mais complexas da atualidade - popular pela massificação com que atua na cultura contemporânea; complexo devido à quantidade e ao nível de competências e tecnologias diferentes que envolvem esse meio.

Hoje os *games* deixaram de ocupar as margens do universo acadêmico e estão entre os fenômenos que mais vêm ganhando a atenção de pesquisadores na área da Comunicação. Aos poucos, a imagem construída pelo senso comum de que os videogames seriam objetos de alienação da juventude - e trariam entre outros malefícios, o estímulo à violência -, está sendo substituída pela consolidação dos *games* para além de uma simples forma de entretenimento, cuja dimensão cultural, principalmente nos elementos que dizem respeito às suas potencialidades expressivas e educacionais, se torna cada vez mais reconhecida.

A ideia de *games* relacionados ao entretenimento infantil também vai aos poucos sendo desmistificada, principalmente através de dados como os divulgados pela ESA (*Entertainment Software Association*¹), de que a média de idade dos *gamers* é de 35 anos e de que cada jogador tem cerca de 12 anos de experiência com jogos. Além disso, mais de 40% dos jogadores são do sexo feminino e a porcentagem de mulheres acima de 18 anos (34%) supera a de meninos abaixo de 17 anos (18%) dentro da distribuição de todos os jogadores.

¹ Disponível em <<http://www.theesa.com/facts/index.asp>> Acesso em: 20 set. 2009.

Entre outras curiosidades, está o fato de que 25% dos americanos acima dos 50 anos jogam videogames frequentemente.

De acordo com o último relatório da Abragames², o mercado de *softwares* de jogos eletrônicos conseguiu ultrapassar mundialmente os rendimentos de lucratividade do cinema. Já é comum vermos grandes produções cinematográficas serem planejadas visando uma futura expansão para os consoles dos videogames, assim como o processo inverso também é verdadeiro. Cada vez mais, encontramos filmes que são transportados para o universo dos *games* e, com mais frequência, histórias que haviam sido desenvolvidas para os jogos vão parar nas telas do cinema.

Temos então os *games* como uma forma de jogo representativa da cultura contemporânea influenciada diretamente pelas tecnologias digitais, cuja importância pode ser avaliada pelo crescimento da indústria de *games* e de audiovisuais e pela disseminação da prática de jogar na internet. Também deve ser levada em conta a crescente presença desse meio no ambiente acadêmico, com o aumento de pesquisas na área, com teses, dissertações, grupos de pesquisa e a criação dos primeiros cursos superiores voltados exclusivamente aos *games* ao longo dos últimos anos.

Portanto, quando falamos nos jogos devemos ter em mente não somente o produto em si, mas todos os aspectos que disseminam os códigos e sentidos dos *games* de diferentes formas pela cultura, incluindo aí o que se tornou objeto dessa pesquisa.

Um dos primeiros e mais óbvios movimentos que fizemos do início até aqui, desde nosso ingresso no Programa de Pós-Graduação e na Linha de Pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais, foi compreender o audiovisual como algo que vai além do simples suporte físico, fazendo assim com que a relação “*games* e cinema” perdesse espaço para outras inquietações maiores acerca do audiovisual como um todo. Logo no início da pesquisa nos deparamos com um novo objeto empírico que, à primeira vista, demonstrou ter potencialidades de dar conta de todos os novos conceitos que vinham sendo apresentados no campo de estudo das audiovisualidades. Surgiu, assim, nosso interesse pelo machinima,

² Abragames – Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos. Disponível em: <<http://www.abragames.org>> Acesso em: 11 set. 2009.

arrastando consigo a internet e a comunicação digital, demandando uma redefinição do objeto e uma conceitualização mais produtiva à pesquisa.

Para isso, foi preciso compreender diferentemente o que é considerado como um *game*. A bibliografia sobre o assunto, em alguns casos, costuma diferenciar o termo *game* de videogame, sendo o primeiro relacionado ao computador como suporte, e o segundo estaria relacionado aos consoles como o Xbox da Microsoft e o Playstation da Sony. Além disso, devido a algumas estratégias de mercado, certos gêneros de jogos são mais comuns no computador, enquanto outros estão mais relacionados com os consoles. Isso pode levar a crer que existe alguma distinção entre os *games* de computador e os videogames; porém, ao levarmos em consideração que a grande maioria dos jogos de computador são posteriormente lançados para serem jogados nos consoles e vice-versa, podemos perceber que há pouca ou nenhuma diferença entre *game* de computador e videogame em um console.

Destacamos que ao longo desse relato não será feita nenhuma distinção entre os termos acima citados, uma vez que, no ponto de vista da pesquisa, os dois termos se referem à mesma abrangência do meio digital, no qual se “encontram” consoles de videogame e computadores.

Entre os momentos críticos do processo da pesquisa, e que merece ser relatado aqui, se encontra o período que correspondeu aos meses seguintes à qualificação, onde nossa produção ficou estagnada e a pesquisa não avançou em direção alguma. Em relação às consequências desse estágio, em que estivemos apartados do objeto e da pesquisa como um todo, destacamos a dificuldade que tivemos, depois, para retomar o ritmo de nossa investigação - o que resultou na necessidade de uma prorrogação de prazos e, ao mesmo tempo, de um regime de imersão total na pesquisa, com produção intensiva e compensatória nos últimos meses.

Porém, como aspecto positivo, nesse ínterim surgiu um novo olhar sobre o objeto e os rumos da pesquisa, inclusive com a apropriação de novos autores, que se mostraram fundamentais na composição do trabalho e que até então não haviam sido considerados, como é o caso de Lev Manovich.

Após muitas idas e vindas na estruturação do relato da pesquisa, optamos pela seguinte organização capitular.

No capítulo 1 apresentamos a cultura audiovisual contemporânea sob o ponto de vista do conceito de cultura do *software* apresentado por Lev Manovich. Uma vez que o objeto de pesquisa se encontra diretamente imerso no universo dos *softwares* culturais, é de extrema importância compreender a maneira com que os audiovisuais contemporâneos se relacionam entre si através de diferentes meios e a influência da utilização do computador na produção, distribuição e armazenamento do audiovisual nos dias de hoje.

O capítulo 2 introduz e justifica o conceito de entre-imagens, relacionado à circulação do audiovisual entre as diferentes mídias, com o que pretendemos refletir um pouco sobre os processos midiáticos - área de concentração do PPG - dos quais o nosso objeto empírico de pesquisa participa decisivamente. Dessa circulação deriva, entre outras coisas, o movimento de dispersão do audiovisual contemporâneo e sua estrutura de distribuição rizomática. O ambiente da *web*, de fundamental importância na produção e circulação do audiovisual, também é introduzido, desta vez sob a ótica da convergência.

No capítulo 3 são apresentados alguns exemplos que, sozinhos, não constituem a totalidade do corpus, porém representam alguns dos aspectos mais relevantes da análise que culminou na percepção de devires que são sintetizados no machinima *game* e no machinima vídeo, respectivamente relacionados ao modo de produção e ao machinima como produto audiovisual. Busca-se neste ponto explicar e justificar nosso entendimento da evolução dos *games* como mídia e como a linguagem audiovisual opera dentro dos jogos, dando margem a outros tipos de criação que vão ao encontro do objeto da pesquisa.

Os conceitos de ethicidades e molduras, conforme trabalhados no estudo das audiovisualidades nas mídias e que orientaram metodologicamente a análise do material empírico utilizado na pesquisa, são apresentados no capítulo 4, que busca compreender os elementos que constituem a imagicidade própria do objeto empírico da pesquisa - suas atualizações machinima. Faz-se um movimento que parte dos estudos da TV - que serviram de base para a construção de muitos dos conceitos utilizados - em direção aos *games* e, finalmente, ao machinima propriamente dito.

Por fim, apresentamos algumas considerações finais sobre o trabalho, onde reforçamos certos aspectos abordados durante os capítulos anteriores e propomos à consideração analisar

o modo como muitas das reflexões propostas ao longo do texto são pertinentes dentro do cenário da pesquisa acadêmica na área e poderão ser abordadas em outras investigações futuras. Espera-se que essas reflexões possam contribuir não somente para o atual processo de investigação científica do audiovisual e das audiovisuais nas mídias, mas também que sirvam como ponto de partida para as pesquisas futuras relacionadas a esse objeto empírico machinima, ainda quase desconhecido no país.

Dois esclarecimentos ainda se fazem necessários nesta apresentação.

O primeiro diz respeito ao corpus da pesquisa, que é composto de uma diversidade de *games* e vídeos machinima que foram sendo observados ao longo dos dois anos de trabalho. Esses vídeos foram encontrados nos mais diversos ambientes, desde a televisão até, principalmente, em diversos sites da internet. Os mais decisivos à análise e conclusões da pesquisa são devidamente citados ao longo do trabalho. Mas, durante todo o processo, muitas outras imagens também foram dissecadas e analisadas, ainda que não se encontrem citadas na versão final deste texto. Naqueles citados, e que não são meramente ilustrativos, são apontados, no texto e nas figuras, a análise que efetuamos deles. Portanto, os “esquemas” e as “imagens” são partes decisivas do relato da pesquisa.

O segundo diz respeito aos procedimentos metodológicos. Ao longo do trabalho as análises das imagens de *games* e vídeos são feitas levando sempre em consideração a metodologia das molduras e o procedimento metodológico da dissecação das imagens.

Por último, esclarecemos que ao longo do texto são feitas algumas referências a determinados jogos e obras audiovisuais que é possível que o leitor não conheça. Mas é um risco que decidimos correr, porque todas as citações são, de qualquer forma, consideradas importantes dentro do universo dos *games*, seja pela aclamação da crítica ou por sua popularidade entre os jogadores.

1 CULTURA AUDIOVISUAL CONTEMPORÂNEA

A cultura audiovisual contemporânea é fortemente marcada por uma desterritorialização decorrente das novas tecnologias de produção, distribuição e recepção de conteúdo. A facilidade de acesso e manipulação de equipamentos, que até algumas décadas eram restritos a realizadores profissionais, fez com que todo receptor pudesse ser considerado como um produtor virtual.

No centro desse novo cenário encontram-se as tecnologias relacionadas ao uso do computador pessoal e de *softwares* culturais que apresentam potencialidades capazes de reinventar o modo como o homem se relaciona com os mais diversos tipos de imagens em movimento.

1.1 CULTURA DO *SOFTWARE* E AS IMAGENS TÉCNICAS

A importância do estudo do *software* na atualidade é fundamental no pensamento do pesquisador Lev Manovich (2001), cuja ideia central é de que as mídias se tornaram programáveis e que um novo campo de estudo é necessário para compreender as especificidades destes *softwares*, que além de terem penetrado nas nossas vidas, também acabaram, de certo modo, tornando-se invisíveis. De acordo com o autor,

para entendermos a lógica das novas mídias, precisamos observar a ciência da computação. É lá que encontraremos novos termos, categorias e operações que caracterizam essa mídia que se tornou programável. Do estudo das mídias, passamos para algo que pode ser chamado de estudo do *software*. (MANOVICH, 2001, p. 48, tradução nossa)

No senso comum, temos a ideia do *software* como programa de computador, meramente um produto da engenharia e um objeto matemático capaz de fazer cálculos e cumprir funções previamente determinadas. Manovich trabalha o conceito de *software* cultural, que seriam aqueles programas desenvolvidos para criar e acessar objetos e ambientes

midiáticos³. Nessa lista entram todos os programas de computador utilizados para criação, publicação, acesso, compartilhamento e edição de imagens; sequências de imagens em movimento; designs 3D; textos; mapas; e elementos interativos, além de suas combinações como páginas na internet, videogames, instalações artísticas, entre outros. É importante destacar que ao usar o termo “cultural”, o autor defende que não são apenas os programas de computador e os objetos criados e manipulados através deles que constituem a cultura, e sim que desde o início do século uma nova dimensão foi adicionada à nossa cultura, sendo essa dimensão justamente o *software* como um todo. No caso do *software*, porém, não se trata de apenas “adicionar” uma nova dimensão cultural, já que essa “adição” modifica a identidade de tudo aquilo que compõe essa cultura. O autor exemplifica que, assim como o alfabeto, a matemática, a imprensa, o motor a combustão e a eletricidade, o *software* é capaz de reajustar e remodelar tudo aquilo em que é aplicado - ou pelo menos, teria potencial para tanto.

Vivemos então em uma sociedade que pode ser caracterizada como uma sociedade “*softwarizada*” e nossa cultura poderia ser justificadamente chamada de cultura do *software*, uma vez que o mesmo cumpre um papel fundamental em modelar não somente os elementos materiais, mas também muitas das estruturas imateriais que juntas formariam a “cultura”.

Ao se apropriar de termos e conceitos da ciência da computação e aplicá-los a essas novas mídias, Manovich (2001, p. 27-48) apresenta cinco princípios-chave existentes nessas mídias que se tornaram programáveis: representação numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação.

O princípio da representação numérica afirma que independentemente de terem sido criados no computador ou convertidos de fontes analógicas, todos os produtos das novas mídias são digitalizados. Já a modularidade poderia ser chamada de “estrutura fractal” das novas mídias, onde uma mesma estrutura é repetida em inúmeras escalas, ou seja, partes independentes constituídas por outras partes independentes de menor escala, até reduzirmos aos menores elementos possíveis, como os pixels. A automação depende diretamente dos dois princípios anteriores, pois é justamente pela existência da codificação numérica e das estruturas repetidas que podemos automatizar diversas operações que vão da criação à manipulação e acesso dessas mídias.

³ MANOVICH, Lev. **Software takes command**. 2008. Disponível em: <<http://lab.softwarestudies.com/2008/11/softbook.html>>. Acesso em: 02 fev. 2010.

A variabilidade compreende que um objeto das novas mídias pode existir em versões diferentes e potencialmente infinitas. Também devido ao conjunto dos princípios anteriores, cada cópia de uma nova mídia deixa de ser uma cópia exata para se tornar uma diferente versão da anterior onde, através da organização dos dados numéricos, cada elemento independente pode ser alterado isoladamente. Finalmente, a transcodificação, que de acordo com o autor pode ser considerada a mais substancial característica da computadorização dos meios. Uma mídia criada, distribuída, armazenada e muitas vezes acessada por computadores pode ser traduzida para qualquer outro formato.

Porém, esses cinco princípios descritos por Manovich superam a característica de elementos essenciais e absolutos para a identificação de todos os objetos que possam ser considerados como novas mídias. Para além disso, esses princípios se apresentam como indicadores de tendências que acabam por moldar o desenvolvimento das novas mídias ao longo do tempo.

Outro autor que trabalha o conceito de *software*, por sua vez chamando de programa, é o filósofo Vilém Flusser. Através de um olhar para aqueles que programam, operam ou gerenciam e empreendem os *softwares*, Flusser afirma que os programas fazem parte de um jogo de combinação com elementos claros e distintos. Para ele, existe um diferente tipo de imagem, que ele chama de imagem técnica, que tem como principal característica o fato de ter sido produzida por um aparelho. Os aparelhos seriam brinquedos simuladores de pensamentos, sendo o aparelho fotográfico, por exemplo, um brinquedo capaz de traduzir o pensamento conceitual em fotografias. Assim, temos câmeras, computadores e videogames como aparelhos que são operados por um funcionário. O funcionário leva esse nome uma vez que brinca com esse aparelho e age em função dele.

A relação entre o aparelho e o programa fica mais clara quando consideramos o primeiro não como uma máquina ou instrumento, mas como algo que serve para informar e tem como característica principal o fato de possuir uma programação. Para explicar melhor seu ponto de vista, o autor se utiliza da metáfora da caixa-preta, um aparelho tecnológico cujo operador não tem o menor conhecimento do que acontece em seu interior. O pensamento de Flusser fica claro quando novamente ele toma como exemplo o aparelho fotográfico:

uma distinção deve ser feita: *hardware* e *software*. Enquanto objeto duro, o aparelho fotográfico foi programado para produzir automaticamente fotografias; enquanto coisa mole, impalpável, foi programado para permitir ao fotógrafo fazer com que fotografias deliberadas sejam produzidas automaticamente. São dois programas que se co-implicam. Por trás destes há outros. O da fábrica de aparelhos fotográficos: aparelho programado para programar aparelhos. O do parque industrial: aparelho programado para programar indústrias de aparelhos fotográficos e outros. O econômico-social: aparelho programado para programar o aparelho industrial, comercial e administrativo. O político-cultural: aparelho programado para programar aparelhos econômicos, culturais, ideológicos e outros. Não pode haver um “último” aparelho, nem um “programa de todos os programas”. Isto porque todo programa exige metaprograma para ser programado. A hierarquia dos programas está aberta para cima. (FLUSSER, 2002, p. 26)

Percebemos que os programadores de determinado programa são na realidade funcionários de um metaprograma e é em função deste metaprograma que eles programam. Os aparelhos, então, passam a não ter mais proprietários que os utilizam em função de seus próprios interesses (como as máquinas) e o que importa não é quem é o proprietário desses aparelhos e sim quem é capaz de esgotar seu programa.

O autor segue afirmando justamente que não é o aspecto duro dos aparelhos que lhes confere valor. Pelo contrário, são as virtualidades presentes no *software*. “É o aspecto mole, impalpável e simbólico o verdadeiro portador de valor no mundo pós-industrial dos aparelhos. Transvalorização de valores; não é o objeto, mas o símbolo que vale” (FLUSSER, 2002, p. 27). Com esse pensamento, de acordo com Flusser, só estaremos verdadeiramente produzindo informação quando rompermos com aquilo que o aparelho está programado para fazer. Extrapolando o simplesmente criativo, a informação só viria com o esgotamento do programa, burlando suas regras e produzindo algo inesperado e ainda não visto.

É importante destacar que Flusser, em sua argumentação, considera sendo limitadas as potencialidades existentes nos aparelhos e em seus programas. Por mais amplas que elas sejam, sempre esbarram em um limite pré-determinado. Ao analisar essa questão, Machado (2001) considera que “limites de manipulabilidade em toda máquina ou processo técnico é algo de que só podemos fazer uma constatação teórica, pois na prática esses limites estão em contínua expansão”. Ele segue questionando quais aparelhos, suportes ou processos técnicos podem ter suas possibilidades consideradas como esgotadas, lembrando que até mesmo a

fotografia, com mais de um século e meio de prática efetiva e utilização generalizada em diversas esferas da produção humana, não se pode dizer que tenha sido esgotada. Consideramos então, assim como o autor, que

dada a complexidade dos conceitos invocados na concepção de uma máquina semiótica, poderíamos então dizer que sempre existirão potencialidades dormentes e ignoradas, que o artista inquieto acabará por descobrir, ou até mesmo por inventar, ampliando portanto o universo das possibilidades conhecidas de determinado meio.(MACHADO, 2001, p. 40)

O audiovisual contemporâneo se apresenta desta forma, inscrito em um universo de imagens técnicas, produzidas cada vez mais de forma automática ou programada através da mediação de aparelhos de codificação. Essas imagens possuem um caráter aparentemente não simbólico e objetivo. Imagens que o observador enxerga não como imagens e sim como janelas, sendo criticadas não enquanto imagens, mas enquanto visões do mundo. Apesar disso, são tão simbólicas quanto as imagens tradicionais e, de acordo com o autor, “o universo das imagens técnicas vai se estabelecendo como a plenitude dos tempos” (FLUSSER, 2002, p. 22).

Ao apresentar o pensamento de autores como Manovich e Flusser, podemos compreender melhor o ambiente onde está situado o audiovisual contemporâneo, exercício de fundamental importância para que possamos analisar a natureza do objeto que se apresenta como foco principal dessa pesquisa: o machinima.

1.2 O AUDIOVISUAL COMO *SOFTWARE* CULTURAL

Com a consolidação da cultura do *software* na sociedade contemporânea, algumas mudanças importantes passaram a acontecer no panorama audiovisual. Enquanto ao longo do desenvolvimento tecnológico, desde o início do século, diferentes áreas da cultura audiovisual mantiveram seus métodos de produção e elementos estéticos distintos, a “computadorização” das imagens vem mudando cada vez mais esse cenário.

Historicamente, filmes e animações, por exemplo, sempre foram produzidos de maneiras completamente diferentes e não havia dificuldade em diferenciar suas linguagens visuais próprias. Atualmente, muitas técnicas de pós-produção podem ser aplicadas da mesma maneira a qualquer tipo de imagem, tenha ela sido capturada por uma câmera, criada através de um programa 3D ou desenhada à mão. Um exemplo disso é o *software* de edição de imagens Photoshop, utilizado para a composição de imagens através de diferentes elementos separados por camadas, entre outras funções. Tais camadas, que funcionariam como lâminas sobrepostas umas às outras, podem ter sido capturadas através de câmeras digitais, ter sido produzidas de forma analógica e posteriormente digitalizadas no computador, ou ainda desenhadas dentro do próprio Photoshop.

Esse compartilhamento de técnicas não significa, porém, que o audiovisual contemporâneo possua uma mesma estética. Pelo contrário, como afirma Manovich (2006, p. 25), “enquanto a maioria dos filmes e animações se apresentam de maneiras bem distintas atualmente, isso é resultado de escolhas deliberadas e não uma consequência inevitável das diferenças entre os métodos de produção”⁴. O autor ainda ressalta o fato de que fora da indústria cinematográfica e de animação, a estética da cultura audiovisual mudou consideravelmente ao longo dos anos 90.

Manovich segue destacando que, nos últimos anos, o meio físico utilizado para produção de imagens fixas ou em movimento (cinema, animação, design gráfico, entre outros), novas mídias digitais (animação em 3D, *games*, páginas na *web*) e novas ferramentas da computação (composição, montagem) passou a interagir dentro de um mesmo ambiente de computação, que pode ir dos computadores pessoais de usuários domésticos até ilhas de edição profissionais. Seguindo essa tendência, o autor afirma que “o resultado disso é o surgimento de uma nova estética híbrida que rapidamente se tornou norma” (MANOVICH, 2006, p. 25). Para o autor, essa estética age em praticamente todas formas de imagem em movimento de curta-metragem como comerciais e vinhetas de TV, videoclipes e curtas de animação, ressaltando que essa estética híbrida não está confinada somente a esses produtos e pode ser encontrada em qualquer outro lugar.

⁴ Tradução nossa.

A principal característica de tal estética se constitui no fato de que, apesar de se apresentar em diferentes ambientes e com muitas variações, ela segue uma lógica própria que compreende a justaposição de linguagens visuais anteriormente distintas e de diferentes meios dentro de uma mesma sequência, e muitas vezes dentro de um mesmo *frame*. Ao exemplificar, Manovich cita que “elementos desenhados à mão, recortes fotográficos, de vídeo, texto e elementos 3D não são simplesmente colocados lado a lado, mas entrelaçados. A linguagem visual resultante é híbrida. Também pode ser considerada uma metalinguagem uma vez que combina as linguagens do design, animação quadro a quadro, animação computadorizada em 3D, pintura e cinema” (2006, p. 26).

Nessa linguagem, unidos no ambiente do computador, o cinema, a animação, o design, entre outros, acabam por formar uma metamídia onde todas as técnicas que até então eram exclusivas de cada um desses meios diferentes passa a ser utilizada em conjunto com os demais. A lógica defendida por Manovich é de que para além do conteúdo ou a estética, os métodos de produção também acabam sendo remixados. Isso ocorre uma vez que os procedimentos foram transformados em algoritmos, as mídias se tornaram dados salvos em formatos compatíveis e os *softwares* são capazes de ler esses arquivos.

Ao levantar questionamentos referentes ao futuro da animação, Manovich afirma que “além dos filmes de animação propriamente ditos e sequências animadas usadas como parte de outros audiovisuais, a animação se tornou um conjunto de princípios e técnicas que animadores, cineastas e realizadores hoje utilizam para criar novos estilos visuais” (2006, p. 44). Assim, parte-se de uma ideia de animação dentro de um campo estendido. Não interessa se tal método ou estilo visual pode ou não ser chamado de animação, e sim que ele possui um DNA de animação, assim como possui DNA dos outros meios com o qual trabalha em conjunto dentro do ambiente “*softwarizado*”.

É justamente nesse campo estendido, onde surgem linguagens audiovisuais com DNAs distintos, que se encontra o machinima, que nada mais é do que um desses híbridos que o autor afirma serem “o futuro das imagens” e cuja origem vem principalmente da animação, dos *games* e do cinema.

2 TRÂNSITO, DISPERSÃO E CONVERGÊNCIA AUDIOVISUAL

Ao longo desta pesquisa mostrou-se necessário compreender de forma aprofundada a maneira com a qual os audiovisuais contemporâneos em questão se relacionam com o ambiente onde se encontram. A facilidade com a qual o conteúdo circula entre diferentes tipos de mídia está ligada não somente às inovações tecnológicas, mas também às próprias características inerentes ao audiovisual.

À primeira vista, fica claro que as características de ambientes como a internet influenciam não somente a maneira como o audiovisual é distribuído em uma escala global, mas também a maneira como as pessoas passam a assistir esses vídeos.

2.1 IMAGENS DE TRÂNSITO E ENTRE-IMAGENS

Em inglês, e no senso comum, o termo *machinima* (derivado da união das palavras *machine*, *animation* e *cinema*) é utilizado tanto para designar a prática da qual resultam, jogando, produtos audiovisuais, quanto para designar os próprios produtos, finalizados. Entretanto, a grande diferença que há entre as duas coisas - processo e produto - permite pensar que existem de fato pelo menos dois *machinima* - ou muito mais, se observarmos a circulação de devires *machinima* entre diversas mídias e suportes. Essa observação só é possível através da cartografia do rizoma em que se encontra o *machinima*, conforme será apresentado no próximo capítulo.

Atualmente, porém, o *machinima* não é o único produto comunicacional que transita em diferentes mídias. No cinema de documentário contemporâneo, por exemplo, é comum a utilização de reportagens televisivas, fotografias publicadas em jornais e revistas, entrevistas de rádio e até mesmo imagens de câmeras de segurança e vídeos publicados na internet. A televisão também nos traz inúmeros exemplos de produtos como *reality shows* e novelas, que extrapolam o espaço destinado a eles na grade de programação, invadindo a internet através de *sites* de compartilhamento de vídeos, blogs, e até mesmo *sites* de relacionamento e fóruns, além de publicações impressas dedicadas exclusivamente a esses programas.

Independente do gênero, seja em programas de culinária que dispõem as receitas em suas páginas na internet, seja em programas que fazem enquetes através de blogs ou ainda dão a oportunidade do espectador enviar vídeos produzidos por ele mesmo para serem exibidos no programa, a internet está consolidada como ferramenta de aproximação entre o espectador e o programa de TV.

Nos quadrinhos esse processo é cada vez mais recorrente, e hoje já não é necessário que uma história seja um sucesso de vendas nas bancas para que seja adaptada ao cinema. Isso sem falar nas grandes franquias que englobam quadrinhos, cinema, animação e videogames, criando subprodutos derivados todos de uma mesma ideia original.

O processo de criação do machinima permite diferentes experiências através de variados suportes, principalmente o computador. Entre o *game* e o vídeo, considerando também outras formas como o cinema, a televisão e os quadrinhos, encontramos uma multiplicidade de sobreposições e configurações, cujas passagens encontram espaço no “entre-imagens” de Bellour:

o entre-imagens é o espaço de todas essas passagens. Um lugar, físico e mental, múltiplo. Ao mesmo tempo muito visível e secretamente imerso nas obras; remodelando nosso corpo interior para prescrever-lhe novas posições, ele opera entre as imagens, no sentido muito geral e sempre particular dessa expressão. Flutuando entre dois fotogramas, assim como entre duas telas, entre duas espessuras de matéria, assim como entre duas velocidades, ele é pouco localizável: é a variação e a própria dispersão. (BELLOUR, 1997, p. 14)

Essas passagens são a denominação utilizada pelo autor para as inter-relações entre as imagens. No caso da obra *Entre-imagens*, ele trata predominantemente de fotografia, cinema e vídeo, se concentrando nos dispositivos para então aprofundar a discussão sobre as passagens de um tipo de imagem a outro. O autor também baseia sua reflexão nas passagens do móvel ao imóvel e nas alterações de velocidades das imagens, além do trânsito entre os diferentes suportes.

A ideia do entre-imagens parte de como o vídeo nos leva a uma nova forma de pensar a passagem entre elas, uma vez que ocorre a libertação das imagens de sua função especular,

criando uma zona de indiscernibilidade com movimentos e tempos próprios, um território cuja forma é dada por esse trânsito. O vídeo com suas janelas, sobre ou justapostas, se transforma em agenciador de diferentes linguagens. “A grande força do vídeo foi, é e será a de ter operado passagens. (...) O vídeo é antes de mais nada um atravessador. (...) dessa forma se produz entre foto, cinema e vídeo uma multiplicidade de sobreposições, de configurações pouco previsíveis” (BELLOUR, 1997, p. 14).

A partir do vídeo, Bellour trata as passagens como a forma com que essa mídia foi capaz de reunir em si uma mescla de vários outros dispositivos existentes até então, compondo justamente as sobreposições citadas acima que, de inesperadas, acabaram por modificar nossa capacidade de produção e apreensão das imagens, criando o território citado pelo autor.

Esse território, de acordo com Peixoto⁵ ao reler Bellour, se constitui como “o lugar em que a reflexão e intuição ainda não se distinguem, oferecendo-nos juntos a existência e a essência, o visível e o vidente” (PEIXOTO, 2004, p.238). Em um mundo que segue linhas de fuga, por ruptura e prolongamento, em todas as direções e dimensões, encontramos essa geografia onde todos os limites, silhuetas e fronteiras são apagados, onde tudo se encontra em permanente devir.

O conceito de entre-imagem vai ao encontro da filosofia de Gilles Deleuze, onde estão presentes as ideias de multiplicidade e desterritorialização.

Além de Deleuze, outro autor que trabalha o vídeo como passagem, inclusive utilizando-se dos mesmos termos de Bellour, é Philippe Dubois. Ao tratar a relação entre cinema e vídeo em sua obra, Dubois situa o vídeo como “um momento intermediário, um intervalo de passagem entre o cinema e o computador, o que lhe dá uma posição estratégica não apenas na reconsideração do papel atual do cinema, como também na projeção do futuro (digital) do audiovisual” (DUBOIS, 2004, p. 12). Segundo o autor, o vídeo está entre o cinema e a imagem fotográfica, entre a imagem eletrônica e a analógica e se movimenta entre a ficção e o real, entre o filme e a televisão, entre a arte e a comunicação.

⁵ PEIXOTO, Nelson Brissac. Passagens da Imagem: Pintura, Fotografia, Cinema, Arquitetura. In: PARENTE, André (org). **Imagem máquina: a era das tecnologias no virtual**. São Paulo: Editora 34. 2004.

O fato a ser destacado aqui é que o pensamento desses diferentes autores encontra no vídeo características comuns ao audiovisual contemporâneo, no qual se encontra o objeto dessa pesquisa. Machinima se apresenta como um material rico em sobreposições e passagens entre diferentes meios. Ao se compreender os métodos de produção do machinima fica claro o lugar onde ele se situa, exatamente como citado anteriormente em relação ao vídeo: o machinima se encontra entre o cinema e o computador, se utilizando dos *games* em um universo de entre-imagens que não são nem cinema, nem vídeo, nem *games*.

Por si só, o machinima pode ser entendido como coisas diversas, de diferentes naturezas, que circulam em duas principais esferas: aquela em que o usuário joga e produz um vídeo e aquela em que o usuário assiste ao vídeo produzido pelos *gamers*. No primeiro momento, trata-se efetivamente de um *game*; no segundo, de um vídeo no qual o *game* deixa rastros. Porém a essência do machinima está justamente nas entre-imagens e é somente através delas que poderemos compreendê-lo.

2.2 DISPERSÃO RIZOMÁTICA

Em *Mil platôs*, Deleuze e Guattari propõem o conceito de rizoma⁶ com o qual buscam operar sobre os objetos numa lógica de raiz fasciculada que vai à contramão da lógica de um sistema arborescente, em contraponto aos sistemas centrados que privilegiam o centro. São apresentados os sistemas a-centrados, em que o privilégio é dos meios, dos intervalos. O rizoma é classificado como a-centrado, uma rede de autômatos finitos.

Esse conceito se dispõe a reconhecer as multiplicidades, os movimentos e os devires, ao contrário do sistema arborescente onde temos uma árvore e seus galhos assim dispostos que servem como “dipolos-unidades”, enquanto o tronco forma um “dipolo de ligação” (DELEUZE & GUATTARI, 2000, p.26), ou seja, opera-se com um conceito fixo (o tronco) que serve como base e referência para todos os demais conceitos (galhos ou segmentos da árvore), inclusive aqueles opostos entre si.

⁶ O termo derivado da botânica se refere a um tipo de caule que algumas plantas possuem que cresce horizontalmente, geralmente subterrâneo.

No rizoma, esse tronco principal (ou pivô) é retirado do sistema, e encontramos uma forma de pensar que busca múltiplas conexões que são estabelecidas a todo o momento, num fluxo constante de desterritorialização e reterritorialização. Sem o tronco principal, o rizoma se apresenta como uma maneira de expressar as multiplicidades sem ligá-las a uma unidade. Ao pensar o rizoma de Deleuze e Guattari, François Zourabichvili afirma que

o rizoma diz ao mesmo tempo: nada de pontos de origem ou de princípio primordial comandando todo o pensamento; portanto nada de avanço significativo que não se faça por bifurcação, encontro imprevisível, reavaliação do conjunto a partir de um ângulo inédito. (ZOURABICHVILI, 2004, p.98)

Bifurcações e encontros imprevisíveis esses que são a base da narrativa na hipermídia também se relacionam com o universo dos *games*, influenciando diretamente na criação do machinima.

Do conceito de rizoma surge o método da cartografia. O rizoma se refere a um mapa que deve ser produzido, construído, sempre desmontável, onde se possa conectar e modificar, com múltiplas entradas e saídas, que se dão através de suas linhas de fuga. Por meio da cartografia o pesquisador é capaz de visualizar o rizoma, se deixando afetar pelo objeto da pesquisa e percebendo os seus pontos de fuga. Esses pontos de fuga são múltiplos no rizoma, assim como as possibilidades de conexões e aproximações. Ao ser mapeado ou cartografado, o rizoma apresenta um esquema com entradas múltiplas, podendo ser acessado de diversos pontos diferentes - ele é sempre acessado no meio, no fluxo, entre uma coisa e outra.

Para compreendermos a capacidade do machinima de circular simultaneamente nas mais variadas mídias, é importante entender como essas mídias interagem entre si, principalmente, nessa pesquisa, no que diz respeito ao cinema e aos *games*.

Essa relação entre diferentes meios já era lembrada por Marshall McLuhan, que afirmava que “o ‘conteúdo’ de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo. O conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo” (McLUHAN, 1996, p.22). Com essa ideia, o autor propõe que cada meio depende de outro normalmente mais antigo. Através de suas

reflexões a respeito dos meios, McLuhan influenciou outros autores, entre eles Bolter e Gruisin (1999), que propuseram outro dos conceitos fundamentais para se entender a relação entre os meios: o conceito de remediação.

Para os pesquisadores, os *games* e outras mídias digitais acompanham a trajetória de representação da realidade de tecnologias como a fotografia e o cinema, sendo a remediação justamente a apropriação das técnicas dos meios mais antigos pelos mais atuais. Por isso, Bolter e Gruisin afirmam que a remediação é a base para todas as novas mídias, mas que, ao invés de substituir os meios mais antigos, as novas mídias remediam as primeiras se apropriando de suas técnicas de representação.

Assim, temos claro que mídias digitais como os *games* frequentemente se apropriam de certos aspectos de outros meios, não somente do cinema e da TV, mas também das artes plásticas, literatura e muitos outros que contribuíram para moldar os *games* como são conhecidos atualmente.

Jogos de esporte como a série Pro Evolution Soccer e Winning Eleven, por exemplo, conseguiram reutilizar características da televisão com sucesso. Jogos como o Final Fantasy, chamados também de RPG, constituem um gênero particular de *game*. Os *games* RPG (sigla para *role-playing game*) basearam-se não somente no nome, mas também nas regras e temáticas dos tradicionais jogos de mesa e tabuleiro, como o Dungeons & Dragons, que por sua vez se apropriam de elementos literários de obras como as de J. R. R. Tolkien.

A produção do machinima segue alguns passos semelhantes aos do cinema. Um exemplo disso é o processo de edição e pós-produção do material bruto captado. É importante observar, sob a perspectiva das mídias, que, assim como acontece atualmente na indústria cinematográfica, todo esse processo de manipulação das imagens brutas, edição e sonorização acontece diretamente no computador, que sem dúvida é o principal meio envolvido na produção; e também por causa da internet, na distribuição do machinima como vídeo.

Entre outras mídias envolvidas, podemos destacar a mídia de origem do jogo que serve de base para o machinima. Mas o meio pode variar mais devido aos diversos consoles de videogame, incluindo fliperamas e o próprio computador. A captação é feita através da conexão com meio de origem do jogo (no caso de um console de videogame, ele é ligado a

um aparelho de televisão) em um computador que possui um *software* de captura. No caso de jogos cuja plataforma é o próprio PC, não há a necessidade dessa conexão com outros meios externos.



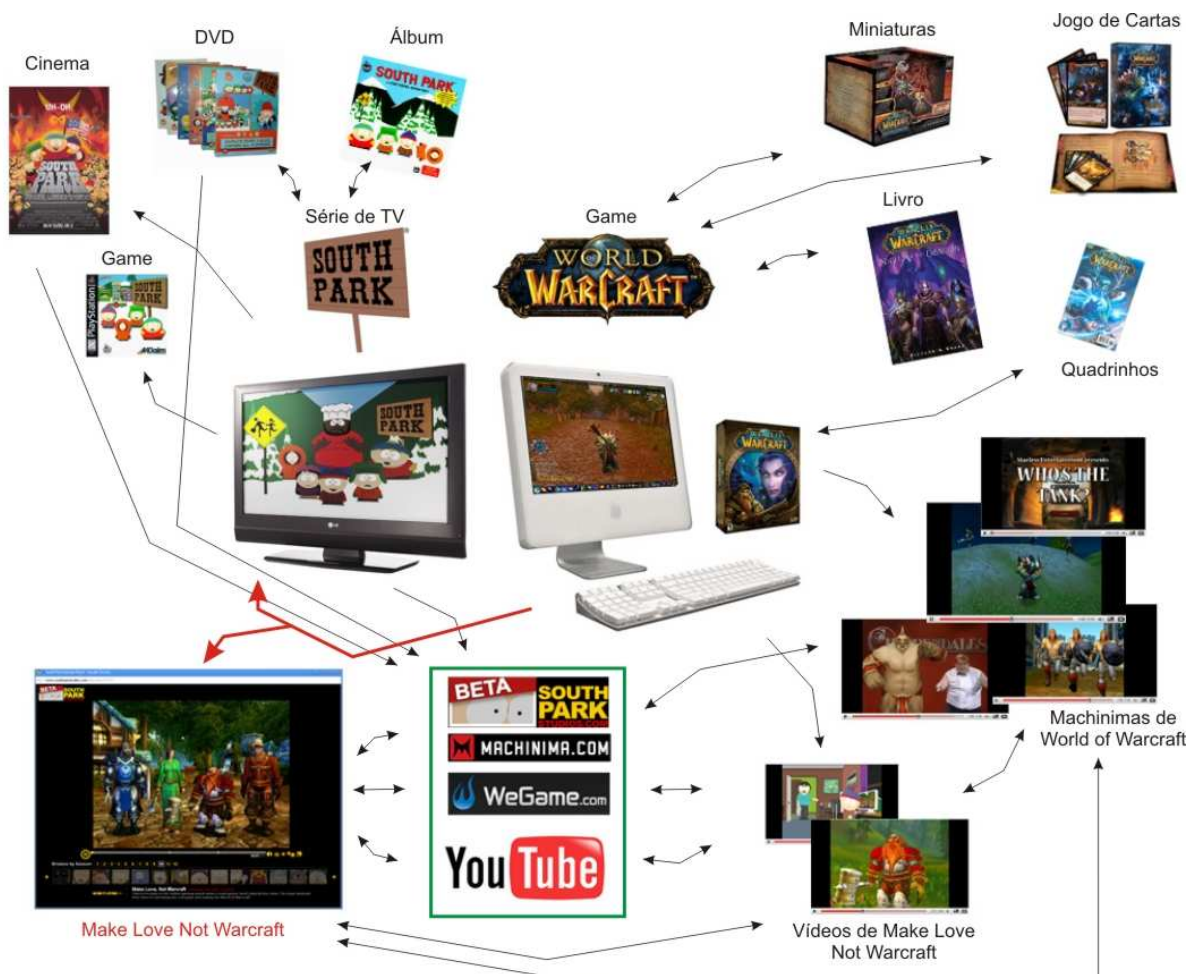
Esquema 1: exemplo de processo de captura do material bruto

Após a captura do material, que será editado e transformado em um vídeo, o produto pode seguir caminhos distintos, através da distribuição digital pela internet ou retornar para exibição na televisão e/ou em festivais de cinema.



Esquema 2: exemplo de distribuição do produto finalizado

Graças à facilidade com que as mídias digitais permitem tecnicamente a circulação dos produtos comunicacionais entre os mais diversos suportes, a distribuição do machinima acontece de uma maneira que remete ao rizoma. Podemos exemplificar esse seu aspecto rizomático através do mapeamento de um jogo, o World of Warcraft, e de um machinima feito através dele chamado *Make Love Not Warcraft*⁷:



Esquema 3: exemplo de circulação dos produtos entre as mídias que acabam gerando entre outros, o machinima.

A ideia do rizoma exposta anteriormente se justifica dessa maneira, levando em consideração que, devido também aos interesses comerciais dos distribuidores de *games*, o machinima se configura como uma das várias alternativas de exploração do conteúdo, que passa por livros, brinquedos, etc. Ressaltamos também que, pela sua proximidade com a

⁷ Maiores informações sobre *Make Love Not Warcraft* no capítulo 3.2.1.

internet e por suas características de “rompimento” com o conteúdo original, o machinima encontra um potencial de alcance até então não imaginado pelos desenvolvedores dos jogos.

Como observamos no esquema acima, o machinima *Make Love Not Warcraft*, resultado da união de um *game* de sucesso com uma série de TV, faz parte da produção de um grande conglomerado de mídias que vai desde livros e histórias em quadrinhos associados ao jogo até filmes e outros *games* associados à série de TV. No esquema fica claro o papel da internet como ponto de convergência entre muitas dessas mídias, principalmente aquelas de natureza audiovisual.

Porém, em sentido contrário ao da convergência, temos um movimento de dispersão rizomática, influenciado diretamente por interesses econômicos. Dessa maneira, além de aumentar o alcance para diferentes públicos através de diferentes meios, esse sistema de dispersão possibilita que o público fiel acompanhe o conteúdo de seu interesse na internet, na televisão ou através de *games*, quadrinhos, etc. Sem dúvida alguma essa dispersão é facilitada quando se tratam de novas mídias em formato digital, devido à facilidade de replicação e edição de conteúdo nos ambientes digitais. Dessa forma, solidifica-se o interesse para que esses produtos extrapolem o ambiente virtual e passem a habitar revistas, quadrinhos, brinquedos, entre outros.

Através de inúmeros *sites* que têm como objetivo distribuir conteúdo (destacados no esquema com um quadrado verde) percebemos que na grande maioria das vezes os machinima podem dialogar entre si e, em alguns casos como o do exemplo, gerar outros produtos, como os vídeos feitos aproveitando o conteúdo de *Make Love Not Warcraft*, que vão desde reedições deste material até a montagem de videoclipes. No caso específico isso pode ocorrer por se tratar de uma série de televisão de sucesso, que se aproveitou dos recursos do machinima para explorar o conteúdo de um *game* também de sucesso.

No caso de *South Park*, a série em questão, além de elementos narrativos e estéticos do jogo foram utilizados os gráficos originais do *game*, ao contrário de outros exemplos como o seriado *Os Simpsons* (imagem 1), que também dedicou um episódio da série para tratar de jogos como *World of Warcraft*, porém sem citar o nome nem as imagens originais do *game*.

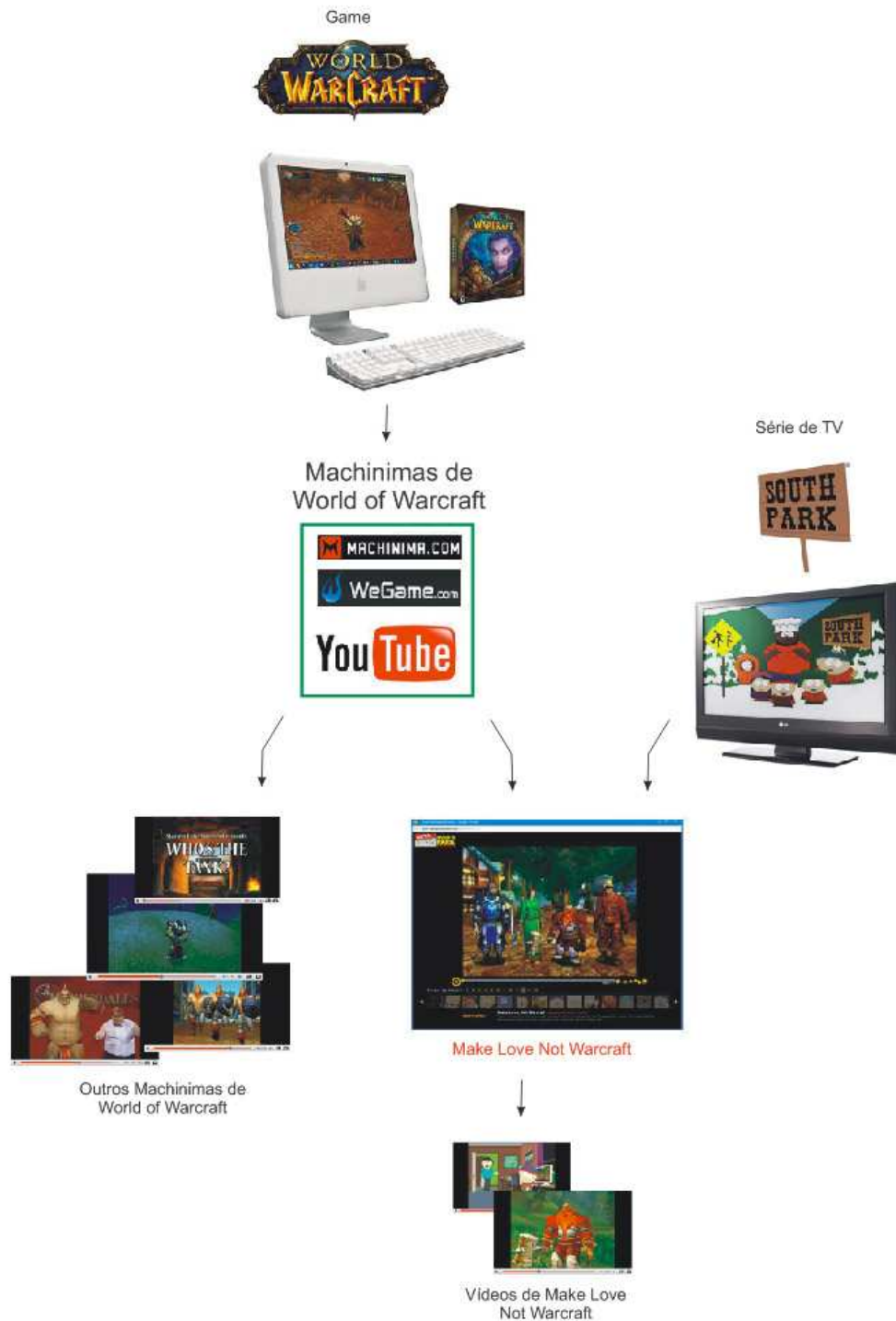


Imagem 1: comparação entre o seriado *Os Simpsons* e imagem original do jogo referência.

Mesmo assim, como podemos perceber através da observação da imagem comparativa acima, ao retratar de modo próprio (à esquerda) o universo do jogo (à direita), os criadores de *Os Simpsons* mantiveram muitos dos elementos do *game* como o mapa em formato circular no canto superior direito da tela, além do modo de exibição do nome da personagem no canto superior esquerdo e os ícones de ação na parte inferior da tela.

Além desses elementos referentes à interface gráfica do *game*, é clara uma preocupação com a estética, através da semelhança com elementos como o figurino e os cenários. Ao longo do episódio, percebe-se também a preocupação em trazer para a narrativa da série elementos presentes na narrativa e na experiência do jogo original, exatamente como no caso de *South Park*.

Excluindo-se os demais produtos comunicacionais envolvidos no esquema anterior, podemos compreender de maneira mais clara o caso específico deste machinima através de um esquema verticalizado:



Esquema 4: exemplo de machinima - *Make Love Not Warcraft*

Como se pode perceber através de uma análise mais detalhada do esquema 3, temos no universo dispersivo em que se encontra o machinima diferentes meios dialogando entre si. No caso do exemplo citado, onde juntamos uma série de TV com um *game* de computador, devemos ainda levar em consideração que a própria série possui diferentes *games*, e que tanto

a série quanto o *game* possuem suas próprias histórias em quadrinhos, assim como brinquedos e muitos outros produtos.

Mapeada essa dispersão, devemos então compreender de que modo esses diferentes meios convergem e que tipo de produtos resultam de sua convergência.

2.3 CONVERGÊNCIA WEB

A dispersão dos produtos comunicacionais entre as diferentes mídias encontra um ponto de referência em comum, por onde passa e é armazenada boa parte da informação referente a esses diferentes meios. A internet cumpre papel fundamental como meio de distribuição dos vídeos machinima (dentre outros), levando-nos a crer que tais vídeos compartilham muitas características e estão submetidos às mesmas regras dos outros tipos de vídeo que circulam na *web*. Analisar o modo como os vídeos circulam e operam na *web* se torna de fundamental importância para compreender e situar o machinima. Dentro do estudo das ethicidades (como será discutido no capítulo 4.2), é importante também levar em consideração as subjetividades virtuais não somente dos *games*, mas também dos vídeos na *web*, para compreender sua significação no machinima.

Entre os principais *sites* de armazenamentos de vídeos está o YouTube. Em outubro de 2009 o *site* atingiu a marca de 1 bilhão de vídeos vistos por dia. O portal foi comprado em 2006, um ano após o seu lançamento oficial, pelo Google - uma das empresas de maior capital da internet - por aproximadamente 1,65 bilhões de dólares. Um dos fundadores do *site*, Chad Hurley, chegou a afirmar na época em seu blog pessoal que “acabamos de atingir as manchetes ao nos juntarmos ao Google em nosso objetivo de organizar a informação mundial (em nosso caso, vídeo) e torná-la facilmente acessível a qualquer um em qualquer lugar⁸”. Entre os principais números do *site*, de acordo com a revista especializada Wired, mais de 20 horas de vídeo são armazenadas nos servidores a cada minuto, estando disponíveis para usuários no mundo todo. Em novembro de 2009, o vídeo mais assistido do YouTube contabilizava mais de 137 milhões de visualizações.

⁸ Fonte: <<http://www.wired.com/epicenter/2009/10/youtube-over-one-billion-videos-served-per-day/>>. Acesso em: 22 nov. 2009. Tradução nossa.

A evolução tecnológica dos últimos anos, com o aumento da capacidade de armazenamento e velocidade de conexão à internet, está diretamente ligada ao sucesso de *sites* de compartilhamento de vídeos como o YouTube. Entre outros fatores, como aponta Felinto,

o que nos fascina num *site* como o YouTube não é apenas a possibilidade de tornarmo-nos produtores culturais (extrapolando, portanto, a posição de meros consumidores a que nos condenavam as mídias de massa). Seduz-nos o enorme leque de possibilidades oferecidas pelas aparentemente inesgotáveis capacidades de armazenamento do meio, pois ele nos oferece acesso a uma infinidade de produtos: cenas de antigos seriados de televisão ou filmes clássicos, propagandas, momentos decisivos em históricas competições esportivas, clipes de música dos nossos artistas favoritos, blogs, documentários de viagem, entrevistas com celebridades e muito mais. (FELINTO, 2008, p.39)

É importante destacar que ainda é necessário um maior desenvolvimento tecnológico para que possamos considerar a internet o principal meio de exibição de vídeos de qualquer natureza, a ponto de competir com o cinema ou a televisão, tanto em termos de qualidade de transmissão como de acessibilidade. Porém, com o avanço das tecnologias digitais (como a compressão de arquivos e linguagens de codificação de vídeos), já podemos notar um aumento significativo da importância da *web* como veículo de transmissão de vídeos. Empresas como as agências de publicidade já investem no chamado “marketing viral”, criando vídeos que divulgam a marca de seus clientes, e que, ao mesmo tempo, são capazes de chamar a atenção por si próprios (principalmente através de um conteúdo ou formato inovador), fazendo com que os usuários da internet tenham interesse em repassar o conteúdo adiante.

Um cenário onde centenas de milhões de usuários podem publicar seus próprios vídeos na rede faz com que seja difícil prever que tipo de vídeo fará sucesso ou não. Ao contrário do início das transmissões de TV, onde todos assistiam ao mesmo programa, ao mesmo tempo, na internet a atenção está dividida. E essa é justamente uma das características fundamentais do audiovisual na *web*, onde o controle da distribuição e também da produção, através da sua apropriação pelos usuários da rede, diminui a importância das grandes

empresas de comunicação - como no caso as do cinema, onde a figura dos grandes estúdios permanece fundamental.

Na internet podemos dizer que a circulação dos vídeos é inconstante e varia o tempo todo, baseada na maneira como as pessoas chegam até determinado conteúdo (através dos *links*, como veremos a seguir), sejam direcionadas através de outras páginas na internet (como blogs ou *sites* como o Twitter⁹), ou ainda através de e-mails. Ao tratar de algumas das características dos vídeos na *web*, Kilpp e Fischer (2009)¹⁰ enumeram alguns dos elementos que constituem o atual cenário das soluções relacionadas ao audiovisual na internet, e dentre os principais para essa pesquisa citamos:

- Trocas de audiovisuais através de *softwares peer-to-peer* – onde os usuários compartilham vídeos (de diversos gêneros, origens e linguagens) hospedados em sua própria máquina através de uma conexão direta com outros usuários. Os autores destacam aí os aspectos relacionados à ilegalidade, pirataria e violação de direitos autorais.

- Websites de grandes empresas de entretenimento – onde podemos caracterizar os serviços de distribuição de conteúdo através de portais de empresas de entretenimento, televisão, cinema e telefonia que disponibilizam sua própria produção para acesso via internet.

- Inserção de audiovisuais em *websites* – que se configuram com as características de visualização, inserção e compartilhamento dos mesmos, nos quais tanto empresas quanto produtoras como autores/usuários têm a possibilidade de fazer circular seus produtos. O principal exemplo é o próprio YouTube com uma grande heterogeneidade de foco, abrangência e popularidade dos vídeos alocados através e nestes *sites*.

Um dos principais conceitos relacionados à internet é o *link*. É através dos *links* que os documentos localizados nos inúmeros bancos de dados são vinculados entre si, permitindo que um mesmo conteúdo seja acessado através de diversas origens. Segundo Lévy,

⁹ Twitter é uma rede social e servidor que permite aos usuários que enviem e leiam atualizações pessoais de outros contatos em tempo real (em textos de até 140 caracteres), através da própria *Web*, por SMS e softwares específicos instalados em dispositivos portáteis. Endereço na *web*: <<http://www.twitter.com>>

¹⁰ KILPP, Suzana; FISCHER, Gustavo. Janelas de Flusser e Magritte. **O que é, afinal, um *webvídeo*?** 2009. Disponível em: <http://www.suzanakilpp.com.br/artigos/Janelas_de_Flusser_e_Magritte.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2009.

um link é uma conexão entre dois elementos em uma estrutura de dados. Os links permitem a navegação dentro de um instrumento hipertextual (...) Na Internet, um link é qualquer elemento de uma página da *web* que possa ser clicado com o mouse, fazendo com que o navegador passe a exibir uma nova tela, documento, figura, etc. (LÉVY, 2009, p.255-256)

Assim se caracteriza a principal estrutura da internet, com a visualização de arquivos através de interfaces gráficas organizadas em páginas (*webpages*) acessadas através de um navegador (*browser*). Esses arquivos (que podem ser de texto, imagem, vídeo, áudio) são exibidos nas páginas e podem ser acessados através dos *links*. Cada um desses arquivos pode ser considerado como uma unidade de informação podendo ser chamado de nó ou subnó dentro da rede hipertextual. Além disso, podemos considerar o *link* como indicador das relações sociais que se estabelecem em torno de um documento, uma vez que através dos *links* na internet podemos mapear as relações de um arquivo e seu autor com outros arquivos, autores e usuários que o acessam. É através dos *links* também que alguns mecanismos de busca medem a relevância de uma página na internet, como veremos mais adiante.

Porém o *link* não é uma ferramenta exclusiva da internet. Este tipo de estrutura caracterizada pela organização não-linear da informação, que também pode ser considerado como hipermídia, já era apresentado antes da internet sob a forma de CD-ROMs, por exemplo. Esses documentos também têm como característica, além da organização não sequencial da informação, a incorporação de múltiplos formatos - como animações, vídeo som e imagem, além do texto - em um único documento de suporte digital. Em comum com os *games*, além da estrutura diferenciada, há a preocupação com um *design* de interfaces funcional e com a criação de uma estrutura narrativa não-linear.

O termo *web* (que pode significar “rede” ou “teia” em inglês) passou a ser utilizado logo após a criação da internet justamente por parecer representar bem o modo como a informação se encontra e se conecta com outras. Diferentemente de um sistema hierárquico em “árvore” - onde temos um tronco central mantendo e sustentando os ramos -, nas redes cada um dos nós tem em si a capacidade de gerar um novo ponto.

Isso exemplifica a grande capacidade de autogênese da internet e o crescimento exponencial da quantidade de informação disponível. Toda essa informação fez com que os

usuários passassem a utilizar ferramentas de busca de conteúdo para encontrar de forma mais ágil aquilo que procuravam em meio ao emaranhado de informações disponíveis. Aliás, essa é uma preocupação que existe desde o início da internet, uma vez que de nada adianta uma ferramenta que seja capaz de visualizar a informação espalhada pela rede se não conseguirmos encontrar o conteúdo que estamos procurando.

No início, um dos recursos mais utilizados para a organização e localização do conteúdo na rede era os diretórios: páginas na internet que agregavam *links* para inúmeras outras páginas, classificadas através de diferentes categorias que podiam ainda conter subcategorias. As categorias costumam ser amplas o suficiente para abranger um grande número de páginas, além de atender aos interesses dos mais diferentes tipos de usuários. Os exemplos mais comuns de categorias sempre incluem “esportes”, “entretenimento”, “tecnologia”, “educação”, etc. Normalmente, os *sites* cadastrados passavam por uma seleção feita por seres humanos que verificam se o conteúdo da página está de acordo com a categoria proposta.

Quanto à informação sobre cada *site* disponibilizada juntamente com o *link*, normalmente encontramos títulos descritivos e pequenos resumos de no máximo 5 linhas. Entre os exemplos de diretórios, podemos destacar o Yahoo!, que começou como um *hobby* de estudantes e hoje é uma das principais empresas da internet. Atualmente, os diretórios são muito utilizados quando se tratam de diretórios especializados, que reúnem *links* para páginas acerca de um mesmo tema, ou ainda diretórios de imagens ou vídeos.

Outra forma de localização de informação na internet se dá através dos motores de busca, que possuem bases de dados gigantescas capazes de alcançar centenas de milhões de itens. A proliferação dos motores de busca acompanhou o enorme crescimento da internet, já que com a enorme quantidade de novas informações disponibilizadas na rede a cada dia, foi ficando cada vez mais complexa a tarefa de organizá-las através de meios manuais ou buscar determinada informação apenas através da navegação, pulando de um *link* para outro. Segundo Cendon,

os motores atuais utilizam o método de robôs sendo formados por quatro componentes: um robô, que localiza e busca documentos na *Web*; um

indexador, que extrai a informação dos documentos e constrói a base de dados; o motor de busca propriamente dito; a interface, que é utilizada pelos usuários. Os robôs, (...) são programas que o computador hospedeiro da ferramenta de busca lança regularmente na Internet, na tentativa de obter dados sobre o maior número possível de documentos para integrá-los, posteriormente, à sua base de dados. Existem várias estratégias que os robôs podem utilizar para se locomoverem de um documento a outro, utilizando-se dos links existentes nas páginas da *Web*. (CENDON, 2001, p.41)

Após varrerem a internet em busca de documentos, os robôs (também chamados de *crawlers* - rastejadores, ou *spiders* - aranhas) enviam as informações encontradas para o indexador que armazena a informação das páginas no seu banco de dados. Ao exibir os resultados de uma busca em sua página, um dos critérios de relevância utilizados pelos motores de busca é justamente a quantidade de *links* espalhados pela rede que direcionam a determinado conteúdo.

A quantidade possível de *links* em uma só página é ilimitada, assim como a quantidade de páginas dentro de um único *site*. Esse fato, aliado à facilidade com que qualquer indivíduo ou empresa pode criar *sites*, seja através de serviços pagos ou de serviços gratuitos de hospedagem (onde uma empresa oferece o espaço físico de seus servidores para armazenar os dados do usuário), faz com que a internet se torne um meio de difícil controle da informação. Um mesmo conteúdo pode ser acessado através de diversos *links* diferentes e ainda pode ser multiplicado quando hospedado em diferentes servidores, aumentando assim exponencialmente também a quantidade de *links* que levam até ele. Ainda em relação ao *link* na *web*, Kilpp e Fischer propõem que ele

conecta e monta em seqüência informações de diversas ordens e naturezas técnicas que devem cada vez mais parecer ao usuário uma biblio-videoteca universal, como se as representações todas do mundo estivessem disponíveis a ele, e com as quais pudesse ele mesmo re-representar o mundo e a si mesmo. Tal uso, mais ou menos competente de parte do usuário, mais ou menos complexo de parte do programa do aparelho, e mais ou menos diverso ou especializado em informações disponíveis e possibilidades de intervenção do usuário, levaria a uma maior ou menor potência da tendência à interatividade e à emergência postuladas pelos “homens da *web*”, aqueles que a vêm inventando como nova mídia. (KILPP & FISCHER, 2009, p.5)

Podemos entender assim a decisão dos criadores do machinima de utilizar a internet como principal meio de divulgação do seu trabalho. Junte-se a isso o fato de que muitos dos *games* necessários à criação do machinima só funcionam dentro do ambiente virtual da internet, e temos então um ambiente prolífero para a disseminação de dados dessa ordem, com usuários das mais diversas redes sociais trocando informações entre si, postando vídeos na rede, fazendo comentários e recomendando outros vídeos.

3 CULTURA MACHINIMA

Em muitas páginas antes dessa sugerimos haver hoje uma cultura audiovisual concernente à cultura do *software*, e que a dispersão rizomática de produtos audiovisuais encontra na internet decisivos territórios de convergência, momento em que consideramos a produção de entre-imagens no interior de processos midiáticos, em especial na *web*.

No percurso feito nos referimos, a título de exemplo, a um tipo de audiovisual chamado machinima, e que, agora, precisa ser autenticado para justificar a proposição de que aquela cultura audiovisual remete a uma cultura machinima.

O primeiro passo metodológico nessa pesquisa, que está sendo relatada em ordem diversa, foi buscar identificar e posicionar o machinima em relação às mídias que lhe deram origem, principalmente os *games*. Com isso, através do método da cartografia, buscamos situar o objeto de pesquisa e deixar-se afetar por tudo aquilo que o cerca, incluindo o conjunto de diferentes meios e atualizações de que ele pode resultar. Desta forma, se deu uma busca pela desterritorialização daquilo que até então eu tinha como sendo o objeto, tentando verificar principalmente, quais as linhas de fuga e quais elementos recorrem, hegemonicamente.

Encontrou-se então um ambiente rizomático onde se situa o machinima, e ao inverter hipoteticamente lógicas que eu considerava serem as dominantes, trazendo elementos periféricos para o centro da pesquisa, pratiquei sua desconstrução, desconstrução essa que mostrou outros possíveis, e me levou a considerar rastros do *game* no machinima. Para isso, como sugere o método intuitivo de Bergson, parto da observação dos atuais para tentar compreender a virtualidade existente no machinima.

A partir do projeto inicial da pesquisa, juntamente com as considerações da banca de qualificação, a observação de materiais empíricos levou à percepção, no machinima vídeo, de uma natureza audiovisual singular que se constitui justamente do que é próprio do machinima. Depois disso, o machinima se apresentou então à pesquisa aqui relatada como um produto que parece ser o território onde se encontram elementos como o *software*, o audiovisual, a dispersão e a convergência e o trânsito entre as mídias.

Ao levar em consideração todos os elementos enumerados acima, temos o machinima como uma expressão privilegiada da cultura audiovisual contemporânea, do *software* cultural, de síntese estética dos trânsitos e da remediação. Todos esses atributos comuns às chamadas “novas mídias” ou “mídias digitais” se encontram presentes no machinima, seja de forma clara através de suas atualizações, seja em devir através de suas potencialidades.

A análise do modo de agir machinima (suas atualizações) se deu através da observação das ethicidades machinima em produtos comunicacionais não propriamente chamados de machinima. Partindo desses atuais, *games* e vídeos, foi feita a cartografia das molduras, juntamente com a restauração do fluxo onde elas se encontram. O objetivo principal era intuir então o modo de ser machinima, o virtual que dura nos atuais, nos termos de Bergson.

Esse virtual nada mais é do que a natureza audiovisual machinima, que se atualiza distintamente em vídeos de diversas naturezas, deixando seus rastros em outros vídeos e meios. A pesquisa busca compreender que essência é essa, que ultrapassa os *softwares* assim comumente chamados e modos comuns de produção audiovisual, e que tenta englobar a internet, os *games*, o cinema e o vídeo sob uma mesma virtualidade, ao mesmo tempo em que se recusa a ser especialmente qualquer um deles.

Em comum entre o machinima e os demais vídeos, além do ambiente em que se encontram os audiovisuais contemporâneos e determinadas linguagens utilizadas talvez se encontre justamente isso, que em um movimento contrário ao de apropriação de outras mídias pelo machinima, se apresenta como rastro machinima presente cada vez mais em outros produtos audiovisuais.

Mas, a essas alturas do relato, é preciso definir a especificidade dos vídeos machinima. Partirei de formulações clássicas - se é que assim se pode falar de produtos tão novidadeiros -, e as desconstruiremos com vistas ao que livremente chamamos de uma cultura machinima, da qual participam tanto os *games* quanto os vídeos.

Pois foi da evolução tecnológica dos *games*, que surgiu o machinima, uma contravenção facilitada por ferramentas que permitiram aos *gamers* intervirem na criação programada de um mundo virtual em 3D, no qual eles começaram a mover-se para jogar

outros jogos: os jogos narrativos. Neles, as alternativas disponibilizadas aos jogadores para visualização e controle de uma câmera de vídeo virtual são cada vez maiores, e é também cada vez maior a proliferação de comunidades de compartilhamento de dados na *web*, principalmente de vídeos, que até alguns anos atrás, antes do surgimento da banda larga, eram difíceis de serem acessados e compartilhados. Tais ferramentas e usos disseminaram-se rapidamente, dando origem a uma produção que só faz crescer e multiplicar-se em comunidades culturalmente identificadas com os *games*, e que, para além deles, estão interessadas nessas novas narrativas e ambientes.

A definição clássica desse tipo de produção foi proposta por dois pesquisadores (e entusiastas dos *games*), Frank Dellario e Paul Marino, nos seguintes termos:

Machinima (mun-sheen-eh-mah) é a produção de filmes dentro de um ambiente virtual 3D. Em uma definição mais abrangente, é a convergência de cinema, animação e desenvolvimento de *games*. Machinima são técnicas de produção audiovisual em ambientes reais aplicadas dentro de um espaço virtual interativo onde personagens e acontecimentos podem ser controlados tanto por humanos, quanto por códigos de programação ou inteligência artificial. Ao combinar as técnicas de filmagem, produção de animações e a tecnologia de jogos 3D em tempo real, o machinima torna-se uma maneira eficiente, em termos de custos e de tempo de se fazer filmes com uma grande quantidade de controle criativo. (DELLARIO & MARINO, 2003, tradução nossa)¹¹.

Podemos definir o machinima ainda como um conjunto de técnicas onde a animação por computador (*computer-generated imagery*, ou CGI) é feita não através de *softwares* de animação profissional, e sim em tempo real através de *engines*¹² de jogos de computador. Na grande maioria dos casos, o criador se utiliza de ferramentas da *engine*, como o controle de câmera, e dos recursos disponíveis, como cenários e personagens, através do próprio jogo, como qualquer usuário de *games* tradicionais, só que sua intenção distingue-se da do *gamer* tradicional, o que aparece nos usos que são feitos do *game*, e nos modos como o usuário se apropria dele para outros fins. Temos então o machinima como um objeto audiovisual, que

¹¹ Texto disponível em: <www.machinima.org/machinima-faq.html> (acesso em 15/06/2008).

¹² Essas *engines* (mecanismos de jogo) são os *softwares* desenhados para o desenvolvimento e criação de *games*. Sua funcionalidade normalmente inclui um sistema de *renderer* para imagens em 2D ou 3D, um sistema de física ou detecção de colisão, som, *scripting* (programação em código), animação, inteligência artificial, entre outros. Ao contrário do processo de animação tradicional, onde cada um desses elementos deve ser pensado separadamente, no machinima, a própria *engine* do jogo se encarrega de processar essas informações.

pode ser categorizado dentro das animações, porém é produzido de maneira peculiar, sendo necessária uma interação com a plataforma dos *games*, que permite a sua utilização pelos jogadores/criadores de uma maneira muito mais simples do que *softwares* de animação tradicional.

Ao explorarmos mais a fundo o modo de produção dos vídeos machinima, percebemos que assemelha-se a um filme animado por computador, mas o processo real de produção apresenta mais semelhanças com o cinema tradicionalmente filmado do que com uma animação computadorizada. Na animação por computador, programadores precisam criar cada ambiente, textura, personagem e objeto. Eles também devem criar um modelo de física e determinar a variação de movimentos que os objetos e as personagens terão. No machinima, são utilizados os códigos de programação pré-definidos pelos criadores do *game*. Os objetos, as personagens e os ambientes são reproduzidos em tempo real, o que significa que aparecem como objetos sólidos e se limitam à movimentação e aos comportamentos programados pelos desenvolvedores do jogo, movimentos esses que no atual estágio tecnológico de desenvolvimento de *games* estão cada vez menos limitados.

O fator “tempo real” é de considerável importância na produção do machinima. Enquanto na animação em 3D tradicional os criadores podem controlar cada *frame* e nuance de seus personagens e devem considerar elementos como *keyframes* e intervalações¹³, na criação do machinima estes elementos são processados (e com isso também limitados) em tempo real pelos próprios *games*, de acordo com os comandos dados pelo jogador.

É importante ressaltar que a prática machinima não está relacionada a um único *software* (programa de computador). Ao dissecar o processo de criação do machinima chegamos às seguintes ferramentas principais:

- o próprio *game* ou sua *engine* – inúmeros jogos eletrônicos são capazes de servir como base para o machinima. Naturalmente, os jogos mais recentes em 3D apresentam mais possibilidades de controle de câmera e movimentação de personagens;

¹³ Chamamos de *keyframe* os desenhos que definem o momento inicial e final de determinado movimento em uma animação. Uma seqüência de *keyframes* define qual movimento o espectador verá, enquanto a posição deste *keyframes* em um filme, vídeo ou animação determina a duração do movimento. Como apenas um ou dois *keyframes* durante um segundo não criam a ilusão de movimento, os *frames* (quadros) restantes são preenchidos com intervalações, que ficam entre as posições chaves de cada *keyframe*.

- softwares de captura de vídeo – têm como objetivo a gravação de tudo o que acontece dentro do *game* em arquivos de vídeo independentes do jogo. Entre os que executam essa função, o *software* mais comum é o GameCam. Em alguns *games*, essa função é disponibilizada pelo próprio *software* do jogo.

- softwares de pós-produção audiovisual – nesta etapa, são utilizados os mesmos *softwares* utilizados na produção audiovisual e na animação tradicional. Além de *softwares* de edição de imagem e som, podemos incluir os de captura de áudio (para dublagens) e os de composição e criação de efeitos especiais como o Adobe After Effects.

Logicamente que essas ferramentas enumeradas acima não representam nenhum tipo de pré-requisito para a produção do machinima. Por ser um meio em constante evolução e que se adapta facilmente a diferentes condições de produção e exibição, o machinima não segue regras formais e rígidas em nenhum dos momentos do seu processo de criação, tampouco na distribuição de seu conteúdo. A exemplo do que ocorreu com o remix de músicas e os vídeos com câmeras de celular, a disseminação de ferramentas acessíveis (mesmo que não sejam necessariamente fáceis de dominar) permite o crescimento de conteúdos inovadoras em um ambiente onde a experimentação é valorizada, como a internet. Mesmo que o computador consiga centralizar não somente a *engine* do *game* em si, mas também todos os *softwares* para a realização do filme, além dos meios mais simples de divulgação do mesmo, o machinima traz entre suas características a capacidade de circular facilmente entre as mídias, como observado no capítulo 2.2.

Atualmente, o processo do machinima se desenvolve mais ou menos da mesma maneira em todas as suas diferentes plataformas. Porém, no início da prática, o processo não era tão simples. Em 26 de outubro de 1996 um grupo de jogadores auto-intitulados “The Rangers”, produziu um filme curto intitulado *Diary of a Camper*. Um pouco antes, os desenvolvedores do jogo Quake haviam criado uma função demo para permitir que os jogadores gravassem os jogos com o intuito de compartilhar com os amigos. A maioria dos jogadores usou-a para gravar feitos impressionantes ou fases concluídas.¹⁴ Mas os The

¹⁴ O machinima estava então ligado diretamente à performance dos jogadores em relação aos desafios propostos pelos jogos. Até hoje ainda é comum encontrarmos vídeos que servem principalmente para provar a habilidade dos jogadores em superar os desafios propostos pelo jogo ou ainda como guia de como superar esses desafios.

Rangers usaram a função demo para gravar *Diary of a Camper*, o primeiro filme feito a partir de videogames de que se tem notícia, e bastante rudimentar se comparado com os de hoje.

Os The Rangers, então um grupo de jogadores conhecido por sua perícia no *game* e habilidades de modificações no jogo acabaram criando a United Ranger Films, como uma subdivisão do grupo dedicada exclusivamente à prática do machinima. Na época de seu desenvolvimento, não existiam *softwares* para edição de demos de jogos como há hoje em dia, e os membros do grupo criaram as próprias ferramentas para reposicionar a câmera dentro do jogo e dividir as imagens gravadas. O filme então foi muito mais bem recebido pelo aspecto inovador e original da prática do que pelo conteúdo em si, que foi considerado por muitos como simplório. Não podemos precisar com exatidão qual foi o primeiro machinima realizado, porém, pode-se afirmar que *Diary of a Camper* foi o primeiro filme feito com uma *engine* 3D. Foram tantos os machinimas derivados da *engine* de Quake que o filme da United Ranger Films acabou por fundar um gênero conhecido como *Quake Movies*.



Imagem 2: *frame* retirado do machinima *Diary of a Camper*¹⁵

A imagem acima apresenta com clareza o tipo de gráficos com os quais os criadores trabalhavam na época. Além disso, podemos perceber na imagem um dos recursos muito utilizados até então para poder desenvolver uma narrativa dentro dos vídeos: através do sistema de comunicação de texto entre os jogadores, os desenvolvedores do jogo criavam “legendas” para as ações¹⁶, contribuindo de forma decisiva para o entendimento da história

¹⁵ Imagem retirada da internet. Disponível em: < http://en.wikipedia.org/wiki/File:Diary_of_a_Camper.jpg>

¹⁶ Ver barra horizontal de texto na parte superior da imagem.

uma vez que os movimentos de câmera e dos personagens dentro do jogo eram extremamente limitados.

Após *Diary of a Camper*, a United Ranger Films ainda produziu *Ranger Gone Bad* e *Torn Apart*, ambas utilizando a *engine* do jogo Quake. Ambos os filmes tiveram continuações, sendo que *Torn Apart 2* foi o primeiro *quake movie* a utilizar falas gravações de fala nos diálogos, ao invés da ferramenta de texto do jogo que antes representava as legendas.

Nos dias de hoje, essa prática está intimamente relacionada com as comunidades baseadas na internet que têm como principal objetivo fomentar a criação e divulgar não somente as próprias animações, mas notícias, informações técnicas, ferramentas de criação e quaisquer outras informações relacionadas ao tema. Entre os principais *sites* podem ser citados *machinima.com* e *The Academy of Machinima Arts and Sciences*¹⁷.

Alguns autores como Friedrich Kirschner¹⁸ procuram, de maneira assumidamente não científica, classificar o machinima como apenas mais um gênero cinematográfico, assim como a animação. Independentemente de sua classificação, fica claro que o machinima encontra na internet o seu principal meio de veiculação, não somente através de *sites* especializados, mas também através de *sites* de compartilhamentos de vídeo como o YouTube. Isso só passa a acontecer com o passar do tempo, uma vez que historicamente o machinima sempre teve como principal público outros jogadores de *games*, devido principalmente a limites técnicos como a necessidade de que o espectador tivesse uma cópia do respectivo mecanismo de jogo para poder assisti-lo.

Em 2003, um grupo chamado Rooster Teeth colaborou para aumentar a atenção do público para o machinima quando começou a divulgar através de seu *site* na internet a série intitulada *Red X Blue*. Isso porque os vídeos eram baseados na plataforma do jogo Halo, desenvolvido pela empresa Bungie Studios e publicado pela Microsoft Game Studios para a plataforma Xbox 360, que já havia vendido mais de 4,2 milhões de cópias apenas na sua primeira semana de lançamento, gerando lucros de mais de 300 milhões de dólares. No caso da Rooster Teeth, tanto a Bungie Studios quanto a Microsoft, aprovaram abertamente a iniciativa do grupo, e a série rapidamente atraiu espectadores (mesmo aqueles que nunca

¹⁷ <http://www.machinima.org>

¹⁸ <http://www.zeitbrand.de/machiniBlog/WhatIsMachinima.html>

tinham jogado Halo). O *Red X Blue* estendeu-se durante cinco temporadas com 100 episódios e vários filmes curtos. Atualmente a Rooster Teeth continua produzindo machinima usando outros mecanismos de jogos.

Em virtude de o machinima quase sempre contar com a propriedade intelectual de outra entidade (geralmente, uma empresa de desenvolvimento de jogos), os filmes produzidos podem ser considerados como trabalhos derivados. Em alguns casos, o machinima é semelhante à *fan fiction* (ficção de fã). Atualmente, algumas empresas estimulam ativamente os jogadores a criarem filmes usando seus produtos, partindo da premissa de que bons filmes de machinima não apenas divertem, como também induzem os espectadores a comprar o *game* usado na criação dos filmes. Porém, nem todas as empresas desenvolvedoras são obrigadas a considerar o machinima como uma saída de marketing, o que pode gerar inclusive processos judiciais contra os criadores. Esse fato só não é mais comum, principalmente porque pouquíssimos criadores de machinima acabam por explorar comercialmente suas obras, e aqueles que o fazem, geralmente já contam com a prévia autorização das empresas envolvidas.

Entre os meios alternativos de exibição de machinimas, podemos citar os festivais de cinema dedicados exclusivamente a esse tipo de trabalho. Entre os principais estão o *Online Machinima Film Festival*¹⁹ e *The Australian Centre for The Moving Image Machinima Festival*²⁰. Entre as categorias premiadas nesse festival, encontramos a de melhor filme, melhor série e melhor videoclipe, além de outras como melhor drama e melhor comédia. Alguns festivais como o *Machinima Film Festival* também aconteceram dentro de universos virtuais. Neste caso, as pessoas que não compareceram pessoalmente ao local do evento, puderam acompanhar o festival utilizando seus avatares através do universo virtual do jogo *Second Life*.

Na televisão, o machinima ganha cada vez mais espaço. O primeiro videoclipe machinima a ser veiculado na MTV americana se chama *In the Waiting Line*, da banda Zero 7, e utilizou o mecanismo mais recente do jogo *Quake III* com grandes modificações. Atualmente, existe no canal americano MTV2 um programa chamado *Vídeo Mods* que exhibe semanalmente novos videoclipes machinima de diferentes bandas. Curiosamente eles não se

¹⁹ <http://www.mprem.com/omf/news.php>

²⁰ http://www.acmi.net.au/machinima_film_festival_2007.aspx

utilizam do termo machinima e sim, de “*vídeo mods*”. No Brasil, o canal por assinatura Play TV apresenta um programa semelhante, chamado GameTV. Neste programa, músicas de bandas nacionais e internacionais são sobrepostas a imagens de *games* de diversas plataformas e gêneros diferentes, criando-se assim videoclipes que seguem a mesma lógica de produção do machinima.

Em outubro de 2006 a tradicional série de animação em 2D *South Park* também se utilizou do machinima para inserir elementos 3D dos *games* dentro de sua história. Criado em colaboração com a própria Blizzard Entertainment, empresa desenvolvedora do jogo World of Warcraft, o episódio ganhou o prêmio Emmy na categoria *Outstanding Animated Program* do 59º Primetime Emmy Awards. No episódio, os personagens da série passam a se encontrar dentro do universo virtual do *game*, e todas as cenas e diálogos que retratam esses encontros foram gravados dentro do próprio jogo.

Porém, a disponibilidade da tecnologia para se realizar animações em tempo real, capturar, editar, salvar, manipular distribuir e exibir filmes não é suficiente para explicar sua rápida proliferação. Existe aí um aspecto social muito relevante, que implica no interesse que os *gamers* possuem em assistir a outros jogadores. Na internet, foi com a proliferação da banda larga e de *sites* de compartilhamento de vídeos como o YouTube que os realizadores e espectadores de machinima encontraram um ambiente onde pudessem divulgar e trocar idéias a respeito da prática. Através de comunidades e fóruns na internet, os interessados podem facilmente aprender as técnicas que envolvem o processo de produção do machinima e em *sites* como o YouTube, WeGame²¹ e machinima.com pode-se encontrar os mais variados tipos de filmes machinima. Esse fácil acesso através da internet também explica o motivo pelo qual *games* de computador são mais utilizados para a produção de machinima do que *games* de outras plataformas, como Playstation ou Nintendo.

Na pesquisa que está sendo relatada foi imperioso distinguir no interior das comunidades e da cultura machinima a parte da produção relativa aos *games* daquela outra parte em que dos *games* e das ferramentas citadas resultam os vídeos, porque os vídeos circulam para além das fronteiras dos realizadores *gamers* e conectam-se com outros vídeos

²¹ <http://www.wegame.com>

da cultura audiovisual. Esteticamente são vídeos do meio, como já foi anunciado e como veremos melhor mais adiante.

3.1 MACHINIMA GAME

No mercado dos *games*, a passagem das casas de fliperamas para os computadores pessoais em rede com os jogos *online* fez com que os jogos acabassem se tornando mais acessíveis a novos tipos de usuários, como as mulheres e os adultos em geral, deixando assim de ser apenas objetos de desejo de jovens e perdendo o *status* de elemento lúdico infantil.

Assim, os jogadores passam a dedicar um tempo cada vez maior aos jogos, uma vez que estão dentro de sua própria casa. Com a conexão à internet e a proliferação de *sites* e comunidades *de* e *sobre* jogos, problemas técnicos que antes eram impossíveis de serem solucionados por um único jogador - e que inclusive poderiam fazer com que este desistisse do jogo - tornaram-se facilmente resolvidos por outros jogadores. O fato de se poder contar com adversários humanos de diversas partes do mundo e o desafio praticamente ilimitado também fazem com que os jogos em rede ganhem cada vez mais força no mercado atual.

Aproveitando-se então da popularização da internet, principalmente após o surgimento da banda larga, surge um tipo de gênero específico de *games* que exemplifica essa tendência: os MMORPGS, ou *Massively Multiplayer Online Role Playing Games* são jogos sociais que permitem ao jogador interagir com outras pessoas através de avatares que o representam dentro de um mundo virtual²². Aparentemente se trata de experiência relevante, pois, de acordo com o pesquisador da área, Edward Castronova²³, para um número cada vez maior de pessoas, os mundos virtuais são uma importante fonte de bem estar emocional e material. Esse impacto dos mundos virtuais na vida dos *gamers* também já serviu de narrativa para

²² Nesse caso, é um ambiente que existe dentro de um servidor e é acessado por um computador conectado à internet. É em geral habitado por avatares, que são formas de representação dos indivíduos que participam e interagem *online* em tempo real neste espaço. Os usuários de mundos virtuais podem configurar todos os elementos que lhes dizem respeito, escolhendo desde o vestuário ao aspecto físico nos mínimos detalhes de seu avatar. Podem ainda controlar a forma como o seu avatar se comunica, se movimenta, cria coisas e interage.

²³ CASTRONOVA, Edward. *Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier*. **CESifo Working Paper Series**, n. 618, Dez. 2001. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=294828>>. Acesso em: 9 mai. 2008.

filmes e inúmeros seriados, como o próprio *Make Love Not Warcraft* e muitos outros vídeos machinima.

Muitos autores trabalham o conceito de jogo, desde as definições clássicas de Huizinga e Caillois. Entre os mais recentes, Jull (2003) recorre a várias definições em sua abordagem do tema para afirmar que:

um jogo é um sistema formal baseado em regras com resultados variáveis e quantificáveis, onde diferentes resultados recebem diferentes valores, o jogador exerce um esforço para influenciar o resultado e ele sente-se ligado ao resultado, e as conseqüências da atividade são opcionais e negociáveis. (JULL, 2003, p.75)

Entre diferentes tipos de jogos categorizados pelos autores acima citados, podemos exemplificar alguns pelos termos *game* e *play* na língua inglesa²⁴. Como apresenta Gallo (2003), as atividades relacionadas ao jogo normalmente estão diretamente ligadas a apenas um único termo, como no caso de *jeu* em francês, *spiel* em alemão, *juego* em espanhol, etc. Enquanto no inglês, Gallo afirma que

play está associado às atividades de jogos infantis, enquanto *game* às atividades consideradas mais adultas - que guardam fortes componentes sociais. De fato, o *play* apresenta uma atividade mais independente, mais liberta de "fatores externos" - como pular, correr, jogar a bola, "brincar de médico" etc., enquanto o *game* pode ser definido em termos mais estritos, com um conjunto de regras e um tempo-espaço definido - como vôlei, futebol, xadrez etc. Observamos, entretanto, que o *play* também pode possuir suas próprias regras: ao "brincar de médico", a criança se comportará como médico e não como cantor ou policial, por exemplo. A regra existe e é, portanto, aceita tanto no *play* quanto no *game*. A maior diferença entre os termos não está nas diferenças entre suas regras, mas sim nos seus resultados: nos *games* os jogadores ganham ou perdem (competem), no *play* não. (GALLO, 2003, p.12)

Atualmente, após o surgimento dos jogos eletrônicos e com a evolução dos ambientes em rede, podemos identificar essas duas categorias no desenvolvimento dos videogames. *Role-playing games*, também conhecidos por jogos de interpretação de personagens, ou simplesmente RPGs, apresentam em evidencia as qualidades do *play* (relacionadas à

²⁴ Em português, podemos pensar em uma analogia com os termos *jogar* e *brincar*, respectivamente.

narratologia), enquanto jogos como Tetris ou outros jogos que remetem aos jogos “de tabuleiro” possuem as características de competição do *game* (relacionadas à ludologia). Historicamente, os diferentes gêneros de jogos tendem a privilegiar uma ou outra vertente. Como o primeiro *game* da história, criado em 1961 no MIT (Massachusetts Institute of Technology), através de um computador conhecido como PDP-1, aproximadamente do tamanho de um carro, e que possuía como diferencial em relação aos computadores anteriores um monitor para a saída de dados. O *game* se chamava Spacewar e trazia duas espaçonaves que tinham como objetivo destruir uma a outra. Controladas por botões as espaçonaves podiam andar e lançar foguetes. Aqui é importante ressaltar que desde o início, o elemento da fantasia está presente, uma vez que mesmo com recursos gráficos precários, cabia ao jogador encarar o papel, por exemplo, de um herói cuja missão é salvar a Terra de uma invasão alienígena. Desde aquele momento, os pontinhos na tela deixam de ser simples pontinhos azuis a serem destruídos e passam a ser espaçonaves inimigas.



Imagem 3: reprodução do *game* Spacewar, de 1961

Entre as linhas de análise dos *games*, podemos identificar uma terceira vertente além da narratologia e da ludologia, que busca uma aproximação entre essas duas abordagens. Como principal representante dessa linha, o pesquisador Gonzalo Frasca defende um modelo específico de narrativa que abrange os movimentos e conceitos da ludologia e a existência de uma narrativa específica no jogo, que é resultado da ação dos elementos da narrativa tradicional e o sistema ludológico estrutural do jogo.

Seguindo a linha de Frasca, Pinheiro e Branco (2006) apontam a necessidade de articulação entre a ludologia e a narratologia para se compreender as especificidades dos *games*, que representam uma maneira particular de expressar uma narrativa, da mesma forma que o cinema, os quadrinhos, a televisão ou a literatura. Em *Uma Tipologia dos Games*, os autores propõem um conceito de narrativa específico aos *games* que é formado pela ação de três diferentes dimensões: uma dimensão de gênero narrativo, uma dimensão ludológica e ainda uma dimensão tecnológica.

Na dimensão de gênero narrativo a narrativa do jogo funciona como qualquer outra forma de narrativa, estando sujeita a regras e definições como as narrativas literárias e audiovisuais. Na dimensão lúdica (ou de interface), os *games* não necessitariam de narrativas ou histórias para serem definidos como tal, sendo uma descrição do jogo em termos de seu funcionamento e não do que significa. Enquanto a dimensão tecnológica relaciona diretamente o desenvolvimento tecnológico de *softwares* e *hardwares* da indústria de *games* com a narrativa do jogo.

Ao dar importância à dimensão tecnológica, Pinheiro e Branco (2006, p.38) levam em consideração que “a simples tensão entre narratologia e ludologia não é o suficiente para dar conta de aspectos que são próprios dos *games* e que atuam de maneira evidente sobre as narrativas” e buscam essa estruturação em três dimensões com o objetivo de superar uma dicotomia que tem se colocado historicamente como uma linha divisória metodológica no estudo dos *games*.

No contexto deste trabalho, é importante ressaltar que a articulação entre narratologia e ludologia é fundamental para se compreender o processo do machinima, que se configura como narrativa audiovisual, mas passa por um processo de criação que envolve diretamente os elementos ludológicos (especialmente de interface) dos *games*.

Em *Interactive Design for New Media and the Web*, Nicholas Iuppa (2001, p.37) afirma que ao analisar alguns *games* de sucesso, podemos distinguir as características comuns necessárias à produção de um *game* de qualidade. Na sua obra o autor lista sete itens que considera fundamentais na construção de um jogo:

- Ambiente (*environment*) – é o espaço aonde a experiência do jogador acontece. Deve ser interessante e original o suficiente para despertar a curiosidade do jogador, além de coerente e crível.
- Jogabilidade (*playability*) – de acordo com o autor, jogabilidade pode ser considerada como a sensação de controle que o jogador possui dentro do ambiente do *game*.
- Quantidade e qualidade de interações – a qualidade das interações de um *game* é baseada na habilidade do jogador em jogar, interagir e perceber as conseqüências desse processo. Para Iuppa, um jogo deve conter o maior número de interações possíveis.
- Design da interface – é o mecanismo através do qual o jogador interage com o espaço do jogo. A interface deve ser simples, intuitiva e de fácil aprendizado.
- Níveis de jogo (*levels of play*) – os níveis de jogo devem representar uma curva de aprendizado e desafio para o jogador. Ao variar de níveis, aumentando a dificuldade deles, o jogador deve aumentar suas habilidades no jogo para poder prosseguir dentro do *game*.
- Re-jogabilidade (*replayability*) – conforme Iuppa, essa característica seria a medida na qual um *game* seria capaz de gerar novas e interessantes experiências cada vez que for jogado.
- Crescimento e desenvolvimento da personagem – refletem o desenvolvimento do personagem ao longo do jogo. Para o autor, o jogador deve ter a sensação de que seu personagem está ficando mais poderoso, crescendo e se desenvolvendo conforme o jogo avança.

Essas características listadas por Iuppa colaboram na identificação de qualidades essenciais aos *games* como mídia. Através delas, podemos buscar outro conceito inerente aos videogames, também conhecido como *gameplay*. O *site* especializado em *games* IGN²⁵ considera *gameplay* como a medida do quanto um jogo é divertido, e ressalta que normalmente, dentro do panorama comercial, esse é considerado como o aspecto mais importante de um jogo. É importante também ressaltar, que em suas críticas de *games*, *sites*

²⁵ <<http://www.ign.com>>

como IGN e GameSpot - referências na área - não levam em consideração a narrativa do jogo em sua avaliação final, preferindo dar importância a aspectos como gráficos, música, jogabilidade, originalidade e principalmente, o *gameplay*. Esse conceito um tanto quanto confuso, pode ser determinado pela relação entre os demais elementos do jogo, como jogabilidade, interação e desafio. Apesar de ser um termo vago, o *gameplay* está diretamente associado com a experiência do jogador e pode ser considerado como uma das principais características que diferencia os *games* de outras mídias. Para complementar a caracterização deste conceito, devemos levar em conta outros dois atributos fundamentais dos *games* que compõem o *gameplay* e que serão definidos a seguir: a imersão e a interatividade.

A imersão permite ao jogador que se sinta parte da história do jogo. O conceito de Janet Murray acerca da imersão é atualmente um dos mais aceitos na pesquisa da área. De acordo com Murray,

uma narrativa emocionante em qualquer meio pode ser experimentada como uma realidade virtual pois nossos cérebros estão programados para se adaptar às histórias com uma intensidade que pode apagar o mundo ao nosso redor... A experiência de ser transportado para um lugar simulado de maneira elaborada é prazerosa por si só, sem levar em conta o conteúdo fantástico. Nos referimos a essa experiência como imersão. Imersão é um termo metafórico derivado da experiência física de submersão na água. Buscamos a mesma sensação através de uma experiência psicologicamente imersiva do que quando mergulhamos no oceano ou em uma piscina: a sensação de estar cercado de uma outra realidade, assim como a água é diferente do ar, que acaba tomando toda a nossa atenção, através de todo o nosso mecanismo sensorial. (MURRAY, 1997, p.98, tradução nossa)

Entende-se que na grande maioria dos jogos, para que a imersão aconteça, é necessário que outros elementos, como a própria interface do jogo, não se sobreponham à narrativa na relação com o jogador. Em jogos com ênfase na narrativa, a importância de uma interface simples e “transparente” de acordo com Iuppa (2001, p.37) seria fundamental para isso.

Podemos também destacar que o comportamento dos objetos e personagens do jogo, juntamente com a estrutura narrativa e os objetivos a serem alcançados ao longo da experiência do jogador devem ser realistas ao ponto de o manterem concentrado. Ao contrário do cinema, onde o ambiente da sala escura e a tela grande colaboram para essa sensação de imersão, os *games* têm que contar com outros elementos para causar essa sensação. Entre os

elementos fundamentais para isso, está a interatividade, como veremos em um capítulo a seguir.

A compreensão de todas essas especificidades dos *games* se mostra de fundamental importância no estudo do machinima, uma vez que seria impossível desvincular um do outro, não somente pelos aspectos de produção, mas também pelas qualidades estéticas e de conteúdo do machinima. Da mesma forma, o machinima também acaba estabelecendo conexões com outras mídias audiovisuais, como o cinema, que por sua vez também possui uma relação com os *games*. Neste último caso, essa aproximação vem acontecendo de maneira cada vez mais intensa nos últimos anos, e uma análise dessa relação entre cinema e *games* ajuda a compreender o próprio crescimento da prática do machinima.

A motivação para os *game designers* reutilizarem técnicas e estéticas cinematográficas em seus jogos e, em contrapartida, para os produtores de cinema incorporarem cada vez mais aspectos dos *games* nos filmes pode ser melhor compreendida através das semelhanças e diferenças existentes entre as duas mídias: tanto o cinema quanto os *games* são produtos audiovisuais que envolvem em seu processo de produção uma grande equipe de profissionais altamente especializados, supervisionados por um diretor e por produtores. Também são necessários equipamentos específicos na produção de cada uma dessas mídias, o que juntamente com a grande quantidade de tempo gasta na produção, torna ambas as realizações caras.

Fica evidente então a existência de uma grande preocupação com o mercado, fazendo com que esses ambientes de produção industrial não sejam completamente favoráveis a qualquer tipo de risco ou experimentação. Com isso, não somente as empresas desenvolvedoras de *games*, mas também os estúdios de cinema buscam cada vez mais aliar-se em franquias, seja explorando o sucesso já garantido de um *game* em um filme, ou o inverso. Esse movimento fica um tanto óbvio quando levado em consideração que alguns dos principais produtores e distribuidores das duas formas de entretenimento estão localizados dentro dos mesmos grandes conglomerados empresariais.

Algumas das principais diferenças entre cinema e *games* estão vinculadas ao período histórico em que cada um dos meios surgiu. Por ter surgido com praticamente um século de antecedência, atualmente o cinema possui um apelo ou um reconhecimento muito grande

junto ao público, motivo pelo qual os desenvolvedores de *games* buscam utilizar dispositivos relacionados ao cinema com o intuito de fazer seus jogos parecerem mais “cinematográficos”. Além disso, justamente por ter muito mais tempo de existência, o cinema possui um ritmo de desenvolvimento tecnológico relativamente mais estável em relação aos *games*.

Também novos consoles e tecnologias são constantemente atualizados e ultrapassados, fazendo com que todos os anos a indústria dos jogos se reinvente de alguma maneira. Um exemplo claro disso foi a chegada ao mercado dos chamados “consoles de sétima geração”, que incluem o Xbox 360 da Microsoft e o Playstation 3 da Sony. Juntamente com esses consoles foi lançado o Wii, da Nintendo, responsável por uma revolução ainda maior na jogabilidade devido a uma inovação tecnológica em seu controle, o sensor de movimento.

Obviamente os realizadores precisam adaptar seu processo de produção para estarem de acordo com os últimos desenvolvimentos tecnológicos na área, que também surgem a todo o momento. No cinema, porém, essas evoluções não alteram o fazer do realizador de uma maneira tão profunda quanto uma nova plataforma de programação altera o trabalho de um *game designer*. Isso faz com que os cineastas sejam capazes de buscar todo o potencial expressivo do meio em que trabalham, enquanto *designers* de jogos, envolvidos na tentativa de uma maior compreensão das possibilidades tecnológicas e ferramentas do seu meio, acabem buscando soluções criativas no cinema e em outras formas de entretenimento já consolidadas.

Já o jogador por sua vez acaba se encontrando simultaneamente em dois papéis distintos: ele sempre é espectador e ele sempre é também ator dentro de uma determinada narrativa. Esses papéis o colocam em uma posição onde ele tem uma participação criativa dentro das mídias interativas: o *gamer* é mais que um consumidor daquilo que foi criado pelos desenvolvedores e é mais que um leitor ou espectador da história que está sendo contada. Com o machinima, o jogador passa a explorar os *games* como novo meio para uma expressão artística pessoal: os jogadores se colocam no papel de criadores de histórias, ao invés de meros espectadores. Além disso, começam a se colocar também no papel de diretor, de ator, de roteirista e câmeraman de sua própria história. Com a proliferação do machinima na internet, o próprio *gamer* assume ainda o papel de produtor e distribuidor de sua obra.

Nesta perspectiva, o modo como o jogador interage com complexos ambientes de jogo, onde eventos que não podem ser controlados podem acontecer a qualquer momento, encontra alguns paralelos com a atividade do documentarista no cinema, porém, enquanto um lida com aspectos humanos e emocionais, o outro lida inteiramente com aspectos não-humanos e tecnológicos.

É importante destacar que através do conhecimento de técnicas de produção audiovisual, os *gamers* são capazes de fazer experimentações e atingir resultados impensados para realizadores que não estão tão acostumados com os jogos. No momento, porém, fica evidente que, durante a produção, o principal foco dos *gamers* ainda é o conteúdo narrativo, isso porque a grande maioria dos vídeos faz referência direta ao seu jogo de origem, apropriando-se ou recriando ambientes onde a metalinguagem é muito utilizada. Isso talvez aconteça porque a estética e as opções disponibilizadas por alguns jogos são extremamente marcantes, e seja difícil produzir uma diferença audiovisual significativa em relação ao original. Um machinima realizado através de um determinado jogo traz consigo toda a estética e muito do universo virtual do jogo, fazendo muitas vezes com que o criador tenha dificuldade de se afastar disso no momento de sua atualização, invariavelmente trazendo também o espectador para dentro desse universo.

Tanto o cinema quanto os *games* trazem entre suas principais características o fato de serem mídias relativamente modernas que trazem conteúdo audiovisual ao espectador. Essas e outras semelhanças entre elas mostram que algumas de suas estratégias comunicativas podem (e evidentemente são) transferidas de um meio para o outro. Como questiona Ferreira,

talvez seja este um dos grandes motivos para esta aproximação intencional entre o caráter narrativo-visual dos *games* e o do cinema clássico: tendo este atingido um patamar elevadíssimo no que tange à imersão e à identificação do espectador com o espaço fílmico, por que não utilizar esta mesma configuração no ambiente dos *games*, já que o que se tenciona, neste caso, não é senão uma imersão total do usuário no espaço virtual do jogo? (FERREIRA, 2006, p.155)

Apesar disso, fica evidente que existe um limite até onde determinadas técnicas podem ser retiradas de um meio e aplicadas ao outro. Cada vez mais, *game designers* buscam atrelar

em seus jogos convenções cinematográficas e/ou televisivas, mas que acabam não dando conta das funções e usos próprios do novo meio.

Um desses elementos é a visualização da história pelo jogador. Nos *games*, essa interface pode ser considerada como uma câmera virtual que capta todos os acontecimentos pertinentes à narrativa e os apresenta para o espectador da mesma forma como acontece no cinema e na televisão. Porém, a grande maioria dos sistemas de visualização encontrados nos *games* até hoje não tem a capacidade de enfatizar a dramaturgia e as emoções com o intuito de colaborar com a história.

O principal objetivo do processo de visualização nos *games* é uma apresentação objetiva do cenário e de todos os elementos que o compõem. Isso fica claro uma vez que quanto maior é o foco da câmera em criar uma percepção que remeta ao cinema e menor é a influência do jogador sobre ela, mais difícil fica a tarefa dos realizadores de um jogo de garantir um *gameplay* fácil e intuitivo.

Em um ambiente onde não se sabe que reação o ator principal (no caso, o personagem controlado pelo jogador) irá ter, para qual parte do cenário ele irá se locomover e que tipo de movimentação corporal ele irá realizar, não somente fica difícil definir enquadramentos e movimentos de câmera específicos, mas também outros elementos básicos da realização audiovisual acabam comprometidos, como a direção de arte e, principalmente, a iluminação. Assim, podemos listar algumas técnicas que constituem uma das partes principais da narrativa audiovisual que acabam sendo modificadas no caso dos *games*:

- movimentos de câmera – os movimentos de câmera no cinema podem ser feitos através da movimentação da própria câmera, seja sobre o próprio eixo em movimentos horizontais (chamados de panorâmicas ou *pan*) e verticais (chamados *tilt*), ou ainda deslocando-se o eixo da câmera em um movimento conhecido por *travelling*. Outra alternativa utilizada no cinema é a movimentação feita através do uso de lentes tipo *zoom*, que ampliam a imagem em relação ao espectador. Desses movimentos podem decorrer a ocultação ou exibição explícita de elementos visuais importantes para a narrativa, que é uma técnica amplamente utilizada, principalmente nos filmes de suspense, onde o espectador geralmente tem acesso a informações que o personagem não tem, como por exemplo, a localização de um inimigo em um determinado espaço.



Imagem 4: ao contrário do espectador, o personagem no primeiro plano não sabe que está prestes a levar um tiro.²⁶

No caso dos *games*, esse tipo de técnica dificilmente é utilizado, pois ao contrário do cinema, o personagem que sofre ou executa as ações na tela é também o espectador;

- montagem – outro recurso utilizado com bastante frequência, principalmente em filmes de ação é conhecido por montagem paralela. O principal objetivo da montagem paralela é mostrar simultaneamente ao espectador ações que estão ocorrendo em espaços diferentes na narrativa, normalmente envolvendo personagens diferentes em um mesmo momento na história, ou ainda em tempos diferentes (como nos *flashbacks*). Esse recurso também se mostra pouco útil nos *games* devido ao fato dos jogos normalmente se concentrarem nas ações de um único personagem em um mesmo espaço de tempo;

- ângulos de enquadramento – além da composição, que é um dos elementos fundamentais do enquadramento, onde se define o tamanho relativo dos personagens e cenário em relação à cena como um todo, a angulação é um dos principais elementos a serem levados em conta no momento de se criar algum tipo de impressão no espectador. O ângulo refere-se à inclinação da câmera em relação ao personagem e diferentes angulações de câmera são capazes de expressar diferentes significados como podemos ver nos exemplos a seguir²⁷:

²⁶ Imagem do filme *Batman: The Dark Knight* (2008)

²⁷ Modelo 3D retirado do jogo *Half-Life*, da Eletronic Arts.

Imagem 5: *plongeé*

(ponto de vista acima do personagem)

Imagem 6: *contra plongeé*

(ponto de vista abaixo do personagem)

Em ambas as figuras, o personagem está exatamente na mesma posição. Enquanto na Imagem 5, onde a câmera se posiciona acima do nível do personagem (posição conhecida pela expressão francesa *plongeé*), o mesmo demonstra inferioridade, como se temesse por algo e buscasse se proteger com os braços, na Imagem 6, o mesmo modelo em 3D pode ser interpretado como um personagem furioso que balança os braços no ar enquanto grita de raiva. Como nem todos os *games* dão ao jogador a possibilidade de controlar a câmera, e certamente nem todo o jogador está preocupado em buscar visualizações que contribuam à narrativa, esse recurso audiovisual acaba sendo deixado de lado nos *games*.

Apesar disso, a narrativa dos *games* acaba se utilizando de outros métodos mais simples para complementar sua significação, como por exemplo, a visualização de jogos conceitualmente em primeira pessoa: o jogador controla um personagem e vê o mundo através dos olhos do mesmo, definindo-se assim que o jogador irá enxergar as cenas conforme os movimentos que o personagem realiza. Neste caso, fica impossível para a câmera transmitir qualquer tipo de emoção através do personagem, uma vez que ela não pode mostrar o personagem para ele mesmo. E são justamente jogos que não necessitam deste tipo de informação emocional os que mais se utilizam esse recurso, como os *first person shooters*²⁸. Nestes jogos, onde o elemento da câmera subjetiva é dominante, a composição do quadro é praticamente impossível de ser prevista devido à quantidade de elementos que fazem parte do jogo (outros personagens, objetos, cenário) e a profundidade de campo normalmente é infinita, pois não se pode saber em que ponto da tela está a atenção do jogador.

²⁸ Jogos de tiro em primeira pessoa, onde a única referência do personagem que o jogador enxerga são as próprias mãos e as armas. Entre os títulos mais conhecidos estão *Doom*, e atualmente, as séries *Half-Life* e *Halo*.

Outro sistema de visualização bastante empregado é chamado genericamente de “jogo em terceira pessoa”, onde o personagem principal é acompanhado por câmeras que mantêm certa distância, possibilitando ao jogador uma visão mais completa do personagem. Apesar de este sistema oferecer ao jogador maior possibilidade de influir na percepção visual de uma história desenrolando-se, a grande maioria das visualizações programadas não vai muito além de uma câmera que acompanha o personagem, com opções de movimentação para evitar que algum elemento do cenário oculte o personagem.

Um terceiro sistema comum nos *games* é o sistema de câmeras fixas, freqüentemente empregado em jogos de aventura, e principalmente, de esportes - que remetem diretamente à maneira como os esportes são transmitidos pela televisão. Diferentes visualizações são pré-definidas pelo desenvolvedor do jogo e não podem ser modificadas pelo jogador.

Entre os métodos procurados pelos desenvolvedores para diminuir a distância entre o cinema e os *games* está o uso de *cut-scenes*, cenas não interativas que têm como objetivo fazer avançar a narrativa, providenciar informações complementares, apresentar o desenvolvimento de algum personagem, diálogos ou dicas referentes a algum enigma. Em muitos jogos, as *cut-scenes* aparecem em forma de recompensa ao jogador por ter atingido determinado objetivo, o que curiosamente coloca o ato de assistir como objetivo derivado ao ato de jogar. Em determinados gêneros, os jogos obrigatoriamente iniciam com uma *cut-scene* introdutória que leva os jogadores a participarem interagindo com o desenrolar da história até atingirem uma *cut-scene* final com a sua conclusão. É justamente nas *cut-scenes* que os desenvolvedores encontram maior possibilidade de trabalhar os fundamentos cinematográficos, pois é neste momento que o jogador se coloca em uma posição mais receptiva, onde com a ausência de interatividade, ele deixa de ser jogador e passa a ser um espectador como no cinema ou na televisão.

Fica claro então que existem muitos fatores que influenciam na escolha das câmeras em um jogo. Entre os principais está o gênero que, como já foi dito, determina o tipo de câmera que vai ser utilizada (em casos como os *first-person shooters*, o tipo de câmera inclusive dá nome ao gênero). Nesse aspecto os desenvolvedores acabam por adotar um padrão que já se estabeleceu há algum tempo, como no caso dos padrões televisivos de

transmissão de esportes que são copiados nos *games*. Dificilmente esses padrões são quebrados, sob pena de desagradar e confundir os espectadores.



Imagem 7: câmera convencional televisiva



Imagem 8: câmera não convencional

As imagens acima²⁹ demonstram o *game* simulador de futebol *Pro Evolution Soccer 2009*, desenvolvido pela Konami, em duas visualizações distintas: enquanto na Imagem 7 vemos a tradicional câmera aberta das transmissões televisivas, a Imagem 8 mostra uma visualização alternativa proposta pelos desenvolvedores, onde a câmera acompanha o jogador que está com a bola, de dentro do gramado, sempre atrás dele. Essa segunda visualização, apesar de se aproximar mais da experiência real de um jogo de futebol (ao trazer uma visão mais aproximada daquela que o jogador tem dentro de campo), não favorece a experiência convencional em jogos de esporte, ou seja, a percepção do jogo muda de uma forma tão radical, que a opção mais “realista” (decorrente da evolução de processamento gráfico dos jogos) onde a câmera se movimenta juntamente com o jogador é deixada de lado em favor da opção tradicional, que remete à experiência do espectador televisivo.



Imagem 9: câmera externa



Imagem 10: câmera interna

As Imagens 9 e 10 exemplificam duas opções diferentes de visualização do *game* simulador de corrida *Need for Speed*. Assim como no exemplo anterior, o jogo proporciona um modo de visualização que favorece o *gameplay* e outro mais realista. Em ambos, o *gamer* deve selecionar um determinado modo de visualização, e não existe a possibilidade de controlar a câmera além das posições pré-determinadas.

Porém existem jogos como *World of Warcraft*, onde o jogador tem a possibilidade de movimentar a câmera em todas as direções ao redor de seu personagem, e também aproximá-la ou afastá-la, como vemos nos exemplos a seguir.

²⁹ Imagens capturadas diretamente pelo computador, da versão do jogo para Windows.



Imagem 11: grande plano geral traseiro



Imagem 12: plano geral traseiro



Imagem 13: grande plano geral frontal



Imagem 14: *plongé* frontal



Imagem 15: *plongé* absoluto



Imagem 16: plano lateral

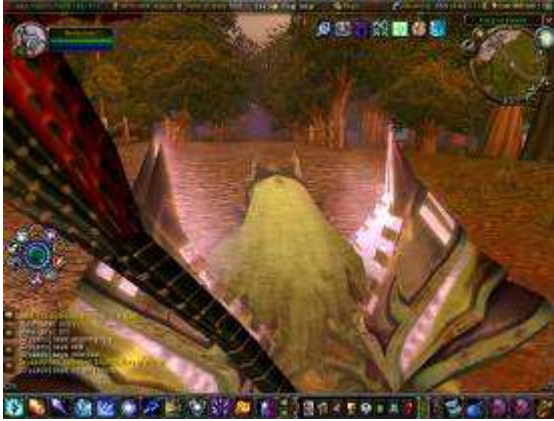


Imagem 17: sobre o ombro (*over the shoulder*)



Imagem 18: plano médio frontal

As imagens demonstram algumas das possibilidades de posicionamento da câmera e visualização de personagens possíveis dentro do jogo. Podemos perceber que enquanto alguns quadros mais abertos (Imagem 11 e Imagem 12) favorecem determinadas ações dentro do jogo, como em batalhas e exploração do ambiente; outros planos mais fechados (Imagem 17 e Imagem 18) favorecem a interação com outros personagens, que também é de extrema importância dentro do universo virtual do *game*.

Em relação ao machinima, percebe-se claramente que são jogos como *World of Warcraft* os capazes de proporcionar um maior controle sobre a câmera, que são os mais utilizados pelos jogadores na criação de suas narrativas não-interativas. Esses e outros exemplos de visualizações nos *games* demonstram a dificuldade encontrada pelos desenvolvedores na busca de imagens que sejam plasticamente agradáveis, além de próximas da realidade (no caso de jogos de simulação) e que contribuam para a narrativa (em jogos que buscam contar alguma história), sem prejudicar o principal aspecto do jogo que é a jogabilidade. É importante entendermos como os *games* se utilizam de todos esses recursos audiovisuais exemplificados acima, pois isso influencia diretamente os vídeos machinima, não somente no seu modo de produção, mas principalmente no resultado final.

Aos poucos o machinima se consolida como forma de expressão audiovisual, para além do simples registro da habilidade de jogadores, finalidade pela qual surgiu a prática. As produções estão ficando cada vez mais complexas, exigindo que os criadores tenham um controle maior não somente da parte técnica, como também da parte artística do trabalho. Os *gamers*, que antes se preocupavam apenas com aspectos do *game*, na realização audiovisual machinima passam a se preocupar cada vez mais com seus aspectos propriamente

audiovisuais, agindo neles em nível de roteiro, iluminação, enquadramentos, movimentos de câmera, ritmo e andamento na edição, trilha sonora, e com relação a todos os demais elementos expressivos potentes, comuns à produção audiovisual. Ao mesmo tempo, a escolha alternativa ou preferencial do machinima como meio de produção é feita por animadores acostumados com o modo tradicional de animação quadro a quadro e por conhecedores das convenções e da “gramática” praticadas na realização audiovisual; isso acaba influenciando diretamente no conjunto de vídeos machinima tomados por referência nessa pesquisa, e na problematização das ethicidades machinima no audiovisual contemporâneo.

A relação dos *games* com outras mídias como o cinema e a televisão influencia diretamente o processo do machinima. Percebe-se que quando vamos do *game* para o vídeo machinima, a interatividade (que consideramos como um dos principais elementos a serem levados em consideração no estudo dos *games*) está presente somente no processo de produção, e se perde para o espectador do vídeo. Temos então neste aspecto o machinima como um produto audiovisual muito mais próximo do cinema e do vídeo do que dos *games*. Com isso, propomos a seguir a utilização da metodologia das molduras para buscar compreender algumas das especificidades do machinima.

3.2 MACHINIMA VÍDEO

É muito abundante, variado e disperso o universo de audiovisuais na *web*. Para os fins dessa pesquisa, foi realizada uma ampla observação de *games* e de vídeos machinima nos quais foram sendo encontradas as características que viemos apontando ao longo do texto, inclusive com imagens de alguns panoramas que chamaram a atenção. Nesse momento, quero comentar mais detalhadamente dois vídeos exibidos no *site* machinima.com³⁰, porque outras considerações estarão sendo feitas a partir deles.

Ambos os vídeos correspondem a episódios de séries e figuram entre os mais visualizados da página. O *site* foi fundado em 2000 com o objetivo de ser uma central de informações que agregasse informações sobre a prática machinima, além dos vídeos de

³⁰ <http://www.machinima.com>

usuários espalhados pelo mundo todo. Os primeiros conteúdos que foram sendo publicados eram em sua maioria artigos, entrevistas e tutoriais, mas em pouco tempo o *site* já era veículo exclusivo de exibição de alguns trabalhos.

Atualmente, o *machinima.com* conta com uma seção de notícias, fóruns de discussão, resenhas e trailers de *games*, concursos e premiações por produções *machinima*, além dos vídeos *machinima* divididos em mais de 65 canais, categorizados por *game*, gênero e autor. O *site* também tem uma página dedicada somente às séries. Cada série é constituída por um número variado de episódios e feita utilizando a plataforma de um mesmo *game* ao longo da história. Em janeiro de 2010, estavam cadastradas mais de 250 séries diferentes em gêneros que variavam de comédia a documentário. A média de visitas fica em torno de 50 mil acessos diários e mais de 100.000.000 de vídeos assistidos por mês. O *site* também conta com dois canais no portal de vídeos YouTube com mais de 8 mil vídeos cadastrados e em oitavo lugar na quantidade de usuários inscritos no mundo todo.

O primeiro dos vídeos é intitulado *Day Four - Team Effort* e faz parte de uma série de comédia chamada Phil. A série foi desenvolvida por dois jogadores que formam a Black Light Productions, e juntos realizam todo o processo de produção dos vídeos, desde o roteiro e a captação até a dublagem. Phil utiliza a *engine* do *game* Halo 3 e tem como principal característica a meta-linguagem envolvida na experiência real de jogo online.

O jogo Halo 3, lançado em 2007, é considerado um dos maiores sucessos comerciais da história na indústria dos *games* e foi o título mais vendido nos Estados Unidos em seu ano de lançamento, faturando mais de 300 milhões de dólares apenas na primeira semana de vendas. Desenvolvido pelo Bungie Studios exclusivamente para o console Xbox 360 da Microsoft, utiliza-se da rede online chamada Xbox Live para promover partidas entre os jogadores e já ultrapassou a marca de 1 bilhão de partidas online.

Baseado no mesmo estilo dos outros jogos da série, Halo 3 é um *first-person shooter*, ou FPS, simulador de tiro em primeira pessoa. A principal característica desse tipo de jogo (que por si só já constitui um gênero dentro dos *games*) é o fato do jogador visualizar todo o ambiente e interagir com os outros personagens através dos olhos do seu próprio personagem. Assim como os jogos de tiro em terceira pessoa, onde o jogador enxerga o próprio personagem visto de lado ou de costas, os FPS podem ser considerados como um sub-gênero

dentro de um espectro maior que considera todos os jogos de ação. Os FPS possuem ênfase na ação, onde o jogador tem a sua disposição diversos tipos diferentes de armas e tem como objetivo eliminar os inimigos.



Imagem 19: *frame* retirado do jogo Halo 3.

A Imagem 19³¹ exemplifica de maneira clara o sistema de visualização dos jogos FPS, onde o jogador não vê o personagem que está controlando. Ao se utilizar da câmera subjetiva, o jogador vê com clareza o ambiente em sua volta conforme se movimenta pelo cenário e o único elemento que possui relação com o seu personagem e aparece em no caso da imagem acima é arma que está sendo utilizada para atirar nos inimigos.

Quando jogados na plataforma PC, os jogos de tiro em primeira pessoa utilizam-se do mouse e do teclado do computador para fazer a movimentação e executar as ações dos personagens. Normalmente, é consenso entre os jogadores de que esse sistema facilita mais o jogo em comparação aos joysticks utilizados nos consoles de videogame, que normalmente possuem duas alavancas analógicas, uma responsável pela movimentação do corpo do personagem (caminhada frontal e lateral) e outra pela movimentação da cabeça (visualização do cenário).

³¹ Imagem de divulgação retirada da internet.

O combate *multiplayer* retratado na série é um dos principais atrativos do gênero (tendo alguns jogos sido desenvolvidos exclusivamente para essa modalidade). Nos ambientes de rede, esses jogos permitem que centenas de jogadores se reúnam num mesmo ambiente virtual para jogarem entre si e tenham os registros de seu desempenho ao longo de toda a vida.

A *engine* dos FPS tem como principal característica a simulação de um ambiente em três dimensões, e historicamente sempre houve uma preocupação muito maior dos desenvolvedores com a ação e movimentação do jogo do que com elementos como a narrativa e detalhes gráficos. Atualmente, porém, com o aumento do poder de processamento dos consoles essa tendência tem sido modificada com o lançamento de jogos cada vez mais detalhados com gráficos hiperrealistas.

Um recurso existe no jogo Halo 3 e que é de extrema importância para a criação do machinima é chamado de Theater Mode. Esse recurso consiste na possibilidade de gravar os jogos na memória do videogame e visualizá-los posteriormente, podendo controlar a velocidade de exibição (*rewind* e *fast forward*), pausar e também tirar *screenshots*³². Esse recurso facilita muito a produção dos machinimas (tendo sido inclusive especulado que tenha sido incluído no jogo propositalmente para tal) uma vez que permite um maior controle de câmeras sobre o ambiente do jogo, e elimina elementos da interface como a mira da arma do jogador (muito comum em jogos do gênero) e outros elementos do menu que não teriam relação com a história.

O ambiente apresentado na série Phil é exatamente o mesmo do jogo, onde em um futuro distante dominado pela tecnologia, a espécie humana é obrigada a combater e defender a terra de ameaças alienígenas. No modo de jogo *multiplayer* os jogadores enfrentam uns aos outros, e a história da série busca acompanhar a experiência de jogo de um jogador novato, desacostumado às regras e convenções que dominam o ambiente. Esse jogador é o personagem título, que juntamente com seus amigos inexperientes busca treinar e se preparar para um campeonato virtual dentro do *game*. Sua visão inocente, otimista e ingênua em relação a conhecer novas pessoas e cumprir os objetivos do jogo é apresentada na série, assim como seu amadurecimento como jogador. Ao longo dos episódios, divididos em “dias” (onde

³² Captura de tela, consiste em uma imagem estática que reproduz um determinado momento na tela de um monitor.

cada dia representa os acontecimentos de uma partida online) os personagens vão encontrando diferentes inimigos e enfrentando situações inusitadas, com um humor geralmente relacionado à experiência de jogos online, ou ao próprio universo do jogo, como por exemplo, a falta de habilidade dos protagonistas.



Imagem 20: *frame* retirado do machinima Phil.

Vemos em destaque na Imagem 20³³ dois avatares do jogo Halo representando os personagens da série Phil. A estética característica dos personagens torna impossível desvincular o vídeo do *game* para qualquer um que esteja familiarizado com a estética do jogo.

Ao contrário de muitos vídeos machinima, a série Phil parte do princípio de que o que vemos na tela é realmente um jogo e que por trás dos avatares ali representados estão jogadores, e toda a história se baseia nesse conhecimento. Isso faz com que pessoas que tenham experiência com jogos online ou até mesmo conheçam um pouco do universo de Halo possam compreender melhor os acontecimentos retratados no seriado.

³³ Imagem capturada diretamente do vídeo exibido na internet.

Entre as características da série que merecem destaque está o fato do humor na narrativa estar baseado nos diálogos entre as personagens e na facilidade que isso representa para os realizadores, uma vez que todos os avatares disponíveis no jogo original utilizam capacetes, fazendo assim com que a sincronia entre os lábios da personagem não seja um problema. Além disso, os autores se utilizam de dublagens estereotipadas bem características, para facilitar a identificação de cada uma das personagens uma vez que os avatares são relativamente parecidos entre si.



Imagem 21: *frame* retirado do machinima Phil.

Na imagem 21³⁴ podemos perceber que um dos avatares interage com um dos elementos do cenário do jogo. No caso, uma bandeira, que possui um importante significado dentro da dinâmica do *game*. Uma das modalidades de jogo *multiplayer* mais populares proporcionadas por Halo leva o nome de “Capture a Bandeira” e tem como principal objetivo fazer com que os jogadores roubem a bandeira com as cores do adversário. É justamente essa ação que está sendo reproduzida dentro da narrativa do vídeo de Phil, remetendo diretamente ao significado do jogo.

³⁴ Imagem capturada diretamente do vídeo exibido na internet.

O outro vídeo que destacamos para comentar é intitulado *Calm*, e é o primeiro episódio de uma série denominada *Retaliation*. A série é desenvolvida através da plataforma do jogo *Call of Duty 4*, também um *first person shooter*, mas que, por sua vez, tem como principal característica a ambientação em um cenário de guerra contemporâneo, com gráficos e jogabilidades hiperrealistas.

A narrativa do jogo acontece em um futuro próximo onde um líder político radical executa um golpe de estado em pleno Oriente Médio e um movimento nacionalista desperta uma guerra civil na Rússia. Os eventos da história são retratados através da perspectiva de um fuzileiro norte-americano e um soldado britânico e os jogadores podem interagir com companheiros controlados pelo computador ou ainda com outros jogadores em modo *multiplayer* online. Ao contrário de *Halo 3*, *Call of Duty 4* não é exclusivo de um único console, podendo ser jogado no Xbox 360, Playstation 3, Wii, e também no computador

Já a dinâmica de jogo *multiplayer* online é extremamente semelhante com a de *Halo 3*, onde jogadores se encontram em determinados cenários para competirem entre si. A diferença se dá principalmente pelas características estéticas do jogo, que buscou simular ao máximo um ambiente de guerra verdadeiro, incluindo consultoria com militares e utilização de técnicas de *motion-capture*³⁵ com soldados e veteranos de guerra. Além disso, a *engine* do jogo traz iluminação realista, sombreado dinâmico e profundidade de campo. O jogo também foi premiado com inúmeros títulos, entre eles o de “melhor gráfico”, “melhor jogo de Playstation 3 em 2007” e ficou em terceiro lugar no ranking de “Melhores jogos FPS” pelos sites GameSpot e GameTrailers³⁶.

A série *Retaliation* produzida pela Third Day Productions, ao contrário de *Halo 3*, não se utiliza de nenhuma ferramenta disponibilizada pelo *game*. Os realizadores utilizam a versão do jogo para computador e através de programação conseguem modificar o posicionamento das câmeras e gravar as cenas, em um processo mais complexo se comparado com o da série *Phil*.

³⁵ Processo de gravação de movimento e transposição do mesmo em um modelo digital. Em produções cinematográficas, o termo refere-se a gravar ações de atores humanos e usar tais informações para animar modelos de personagens virtuais em animação 3D. Quando se inclui a face, os dedos ou quando se captura expressões sutis, é frequentemente referido como captura de performance.

³⁶ <http://www.gamespot.com> e <http://www.gametrailers.com>



Imagem 22: *frame* retirado do machinima Retaliation.

A Imagem 22 apresenta um avatar do jogo Call of Duty representando um personagem no machinima Retaliation. Entre os destaques desse vídeo estão os enquadramentos e a edição trabalhada, além da preocupação em se utilizar uma linguagem cinematográfica comum em filmes de guerra. Como exemplo dessa preocupação em “parecer” cinema, temos os créditos iniciais apresentados nas Imagens 23 e 24³⁷.



Imagem 23: créditos iniciais



Imagem 24: créditos iniciais

³⁷ Imagens retiradas diretamente dos vídeos exibidos na internet.

Outro aspecto relevante em relação às imagens apresentadas que deve ser levado em consideração é o fato de ambos os vídeos possuírem sobre as suas imagens uma marca d'água com a logotipia do *site* responsável pela distribuição do conteúdo. Além de servir como elemento unificador, a marca remete o espectador a um local onde ele possa encontrar outros vídeos semelhantes, além de servir como identificador de um tipo específico de produto (no caso, o machinima) para aqueles que até então não estão familiarizados com esse tipo de vídeo, ou ainda autenticar o vídeo como proveniente dessa prática, caso haja alguma dúvida em relação a isso.

No caso de *Retaliation*, devido ao trabalho minucioso de reenquadramento e edição de imagens, percebemos uma distância estética maior entre o resultado final apresentado no vídeo e as imagens originais do jogo, como podemos perceber nas imagens 25 e 26:



Imagem 25: *frame* retirado do game *Call of Duty*.



Imagem 26: *frame* retirado do game Call of Duty.

Entre as principais diferenças entre as imagens do jogo original e a imagem do vídeo está a ausência de todos os elementos visuais relativos à interface do jogo nas imagens do vídeo. Muitos desses elementos acabam por constituir molduras, como veremos no capítulo 4.2 deste trabalho.

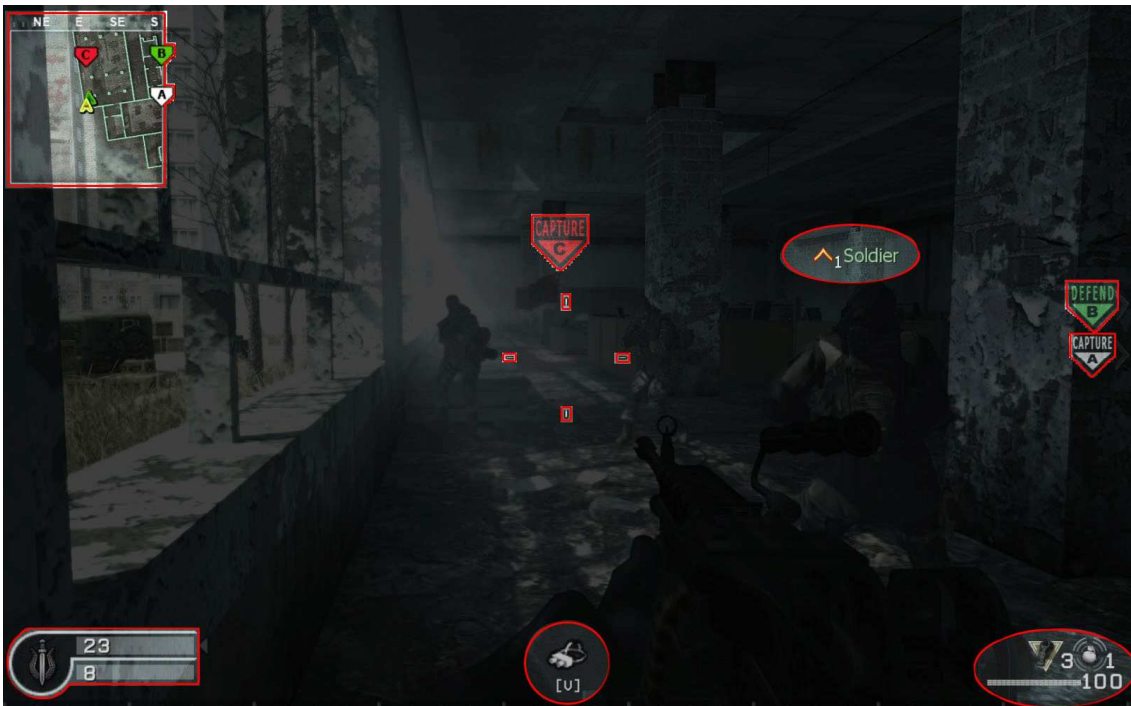


Imagem 27: Em destaque (vermelho), elementos da interface do jogo.

A imagem acima destaca elementos do jogo que não aparecem nos vídeos de Retaliation. Esses elementos foram circulos em vermelho na imagem e dizem respeito principalmente a elementos da interface gráfica do *game* que são necessários para que o jogador possa cumprir os objetivos do jogo e remetem diretamente ao gênero FPS. Gráficos como o mapa do terreno no canto superior esquerdo da imagem, a contagem de munição na parte inferior da tela e os nomes sobre as cabeças dos demais personagens, além das quatro linhas no centro representando a mira da arma carregada pelo jogador estão sempre presentes em jogos de tiro. Em *Calm*, esses elementos foram retirados com o objetivo de distanciar o vídeo do *game* original.



Imagem 28: *frame* retirado do machinima Retaliation.

Outro fato a se destacar nas imagens do vídeo machinima é a falta das sempre presentes armas do jogador em primeiro plano (como podemos ver nas imagens 25 e 26). A utilização da exibição das armas do jogador em primeiro plano funciona de maneira eficaz nos jogos em primeira pessoa uma vez que localiza o jogador no espaço do cenário sem necessariamente mostrar o seu avatar (visto que o objetivo é simular uma visão imersiva em primeira pessoa da ação que ocorre no jogo). A ausência das armas em primeiro plano no vídeo leva a crer que os realizadores optaram por alterar o posicionamento das câmeras dentro

do ambiente do *game* através de programação, ao invés de utilizar a visão subjetiva de um outro jogador para servir de câmera.

O procedimento de eleger um jogador como sendo a “lente” e fazendo com que sua função na produção do vídeo seja “ver” os demais jogadores dentro do ambiente do *game* é muito comum em casos onde o jogo não possui nenhum recurso alternativo para criação audiovisual, como o já citado no Theater Mode de Halo, ou quando o realizador não domina linguagens de programação em alto nível necessárias para efetuar mudanças de câmera dentro de jogos que normalmente não oferecem essa opção ao *gamer*.

A partir dessas observações iniciais apresentadas nesse capítulo buscou-se autenticar as molduras presentes nas imagens machinima, conforme veremos a seguir.

4 IMAGICIDADE MACHINIMA

Ao longo dessa pesquisa viemos tentando compreender o machinima para além de seus aspectos meramente formais de produção e exibição. Para isso, alguns conceitos estudados pelo Grupo de Pesquisa Audiovisualidades (GPAv) como a imagicidade de Eisenstein (2002) são fundamentais para se compreender as montagens técnicas consideradas como sendo da própria natureza do machinima.

4.1 AUDIOVISUALIDADES

Entre os conceitos que influenciaram a formulação do conceito de audiovisualidade proposto e problematizado pelo Grupo de Pesquisa Audiovisualidades (GPAv) da UNISINOS/CNPq está a virtualidade, conforme tratada por autores como Lévy (1996) e Deleuze (1994). O conceito de virtual é descrito por Pierre Lévy como uma zona problemática, uma potência que gera algo novo através de um processo chamado de atualização. Para Lévy, “a atualização aparece então como a solução de um problema, uma solução que não estava contida previamente no enunciado” (1996, p.16).

Gilles Deleuze (1994, p.212), às vezes na mesma direção de Lévy, às vezes noutra, considera o virtual como desejo, como força de criação. Ao encarar o virtual como potência, Deleuze sugere que há na realidade algo mais além do que vemos, uma vez que o real não inclui toda a sua potência numa dada realização. Sob esse ponto de vista, Deleuze sugere que diferenciar é criar. Diferenciação é sinônimo de atualização, pois no movimento do virtual ao atual, uma idéia, ou um conceito, podem potencialmente ser diferenciados em diversos atuais. A potência de ser atualizado e diferenciado em diversas realizações é o que faz do virtual uma parte importante do real, em vez de ser oposto a ele.

Na perspectiva das audiovisualidades, e nos termos de Bergson, citado por Deleuze, todas as coisas têm dois modos: em seu modo de ser, elas são virtuais, e em seu modo de agir, elas são atuais. Real é o movimento, movimento do virtual aos atuais e dos atuais ao virtual. “O virtual é completamente real não mais do que é virtual”, diz Deleuze (1994, p.208). O virtual está sempre pronto a emergir, desejando ter existência atual. Deleuze vê o processo de

atualização como atos de diferenciação, gênese ou criação. Nesse sentido, trabalhos de criação podem ser vistos como manifestações de idéias, desejos e estruturas potenciais. De acordo com o filósofo, a criação não ocorre de um atual a outro, mas entre o virtual e sua atualização.

Assim, de acordo com Silva - um dos formuladores iniciais do conceito³⁸, podemos caracterizar a audiovisualidade como

uma virtualidade que se atualiza como audiovisual (cinema, vídeo, televisão, internet), mas permanece simultaneamente em devir. Permanecer em devir significa dizer que permanece como uma reserva, cujas forças criativas apontam para a criação de novos audiovisuais ainda não conhecidos. Este é, pois, o desafio colocado às pesquisas de audiovisualidades: compreender o movimento como processo de diferenciação criadora e que tem o futuro por foco. (SILVA, 2007, p.146)

Considerando então o audiovisual como uma virtualidade que não só se atualiza nas mídias, mas que as transcende, é necessário levar em consideração sua irredutibilidade a qualquer mídia, uma vez que as qualidades percebidas no audiovisual (e em seus modos de produção e práticas discursivas) independem do suporte aonde se encontram, ao contrário da perspectiva tradicional que propõe uma subdivisão do audiovisual em cinema, vídeo, TV e internet.

O estudo das audiovisualidades propõe ainda três diferentes dimensões para o conceito de audiovisual. A primeira dimensão busca encontrar e analisar audiovisualidades em contextos não reconhecidamente audiovisuais, através da tese de Eisenstein (2002), que reconhece a presença do cinema como sendo anterior à indústria cinematográfica e na proposição do estudo dos devires cinematográficos, como o estudo de culturas em potencial feito por Deleuze ao encontrar em Bergson o conceito de imagem-movimento, antes ainda da invenção do cinema.

A segunda dimensão entende o audiovisual como um campo contemporâneo de convergência de formatos, suportes e tecnologias. Apesar de se resguardar as especificidades de cada meio (cinema, televisão, vídeo, mídias digitais), compreende-se que a convergência

³⁸ O conceito de audiovisualidade foi formulado inicialmente por Alexandre Rocha da Silva, Miriam Rossini, Nísia Martins do Rosário e Suzana Kilpp.

não somente instaura linguagens propriamente audiovisuais, mas também promove uma reação em cadeia onde por vezes a técnica, ou as estratégias discursivas, ou a economia, ou ainda as estratégias de circulação e consumo se tornam elementos desencadeadores de radicais mudanças para o audiovisual. Os resultados e o futuro de tal reação ainda são imprevisíveis e inimagináveis.

A terceira dimensão é a das linguagens, gramaticais ou agramaticais, sua configuração, usos e apropriações. O foco dessa dimensão se encontra nos construtos audiovisuais como modos singulares de expressão e significação. É através desses construtos que operações que antes não poderiam ser apreendidas senão como devir se tornam visíveis.

Também é importante destacar os principais aspectos não excludentes nos quais os pesquisadores do GPAv têm focado suas pesquisas, sempre levando em conta o recorte que operam sobre o objeto: 1. em estudos experimentais centrados nos devires de cultura e nos devires teórico-metodológicos; 2. no estudo dos processos da produção audiovisual marcada pela convergência tecnológica e por hibridismos formais, narrativos e expressivos; e 3. no estudo das linguagens audiovisuais.

Considerando que “atualização é criação, invenção de uma forma a partir de uma configuração dinâmica de forças e de finalidades” (LÉVY, 1996, p.16), retornamos à definição de machinima e reconhecemos nela uma virtualidade e uma variedade de atualizações. E, sob os termos de Lévy, ao atualizar modos de produção, técnicas e linguagens do cinema e da televisão, por exemplo, em um meio como os *games*, o machinima subverte e tensiona tanto as audiovisualidades de mídias tradicionais quanto as interativas, transformando ambientes virtuais de jogos - cujo objetivo principal seria a competição e/ou sociabilização dos jogadores - em ambientes alternativos de criação audiovisual.

Lévy reforça que “a atualização é um acontecimento, no sentido forte da palavra. Efetua-se um ato que não estava pré-definido em parte alguma e que modifica por sua vez a configuração dinâmica na qual adquire significação” (2005, p.137). Nos vídeos machinima passamos a compreender que a virtualidade manifesta ou realizada é o audiovisual. Aqui, o machinima vincula a técnica e a estética dos *games* com outras, de natureza audiovisual, e cria as formas propriamente machinima.

Assim, já é possível afirmar que nessa pesquisa entende-se como machinima certo vídeo que é expressão particular do campo audiovisual contemporâneo, em larga escala resultante da convergência de formatos, suportes e tecnologias. Resguardadas as especificidades, por exemplo, do cinema, da televisão e de mídias digitais interativas como os *games*, que se preservam potentes em vídeos machinima, temos um objeto de pesquisa que se coloca no centro do estudo dos processos audiovisuais contemporâneos, marcados não somente pela convergência tecnológica, mas também por hibridismos formais, narrativos e expressivos.

4.2 MOLDURAS E ETHICIDADES MACHINIMA

Entre os conceitos fundamentais para se entender as molduras e emoldurações está o conceito de ethicidade. Todos esses conceitos foram construídos tendo como objeto de análise a televisão, e este capítulo tentará aproximá-los dos *games* e por conseqüência, do machinima. As ethicidades, que dizem respeito ao sentido identitário (*ethos*³⁹), são construtos audiovisuais. Como afirma Kilpp, ethicidades são

durações, personas, objetos, fatos e acontecimentos que a televisão dá a ver como tais, mas que são, na verdade, construções televisivas. Programas (juntamente com os promos e os anúncios publicitários), programação, canais e emissoras, panoramas televisivos (instaurados por certo tempo de TV), os gêneros e a própria televisão são as mais importantes ethicidades televisivas, enunciadas pela tevê em quadros de experiência e significação tipicamente televisivos, que são aqui chamados de molduras. Moldurar é, portanto, criar quadros de experiência e significação cujas fronteiras são confins de um e de outro quadro. (KILPP, 2003a).

As ethicidades na TV podem ser consideradas como subjetividades virtuais que se atualizam através das molduras televisivas, que constituem os seus territórios de significação. Entre as mais sólidas, podemos identificar então as emissoras, os canais, a programação e os

³⁹ Como verbete, *ethos* significa o conjunto dos costumes e hábitos fundamentais no âmbito do comportamento e da cultura, característicos de uma determinada coletividade, época ou região. (KILPP, 2003b, p. 5)

programas (em todo seu conjunto de vinhetas e promos e anúncios), além dos panoramas televisivos. Juntamente com as molduras, temos o conceito de molduração, que

são procedimentos de ordem técnica e estética que realizam certas montagens no interior dos quadros de experiência, particularmente nos panoramas televisivos, interferindo nos sentidos ali já enunciados pelas molduras empregadas. (KILPP, 2003a).

Enquanto a molduração designa o resultado deste conjunto de técnicas e estéticas, podemos considerar como emolduramentos os sentidos agenciados entre emissor e receptor.

Entre as ethicidades de TV, encontramos o panorama televisivo, que mais especificamente se caracteriza como uma duração com extensividade onde se dá a ver um compósito de quadros de significação e experiência próprios da televisão. Esse compósito existente nessa duração (ou imagens audiovisuais em fluxo de um tempo qualquer de TV) é justamente a causa da fluidez dos sentidos identitários das ethicidades de TV como descritas anteriormente, devido aos emolduramentos, pois tanto emissores quanto receptores têm repertórios pessoais e culturais distintos, memórias que percebem diferentemente a mesma matéria a partir do que a autora considera como sendo um corpo-moldura. Considera-se então o emolduramento como algo pessoal e culturalmente referenciado.

Esses emolduramentos, os de produção, que são perceptíveis no écran, se destacam pelo fato de, a princípio, não estarem ali para serem percebidos, e sim para ressaltarem o teor contudístico dos programas. Ocorre aí um processo de discretização da imagem com o intuito de se evidenciar esse teor.

A significação das ethicidades se dá então no interior das molduras sobrepostas e colocadas em sequência no panorama televisivo (mas também conforme a moldura corpo do espectador). Essas molduras de diferentes graus e naturezas devem ser dissecadas e remetidas umas às outras com o objetivo de se atingir a significação da ethicidade de pessoas, fatos, acontecimentos, durações e objetos que a TV mostra como tais, mas que na realidade são imagens técnicas televisivas deles, são conceitos televisivos. A televisão passa a ser vista dessa forma como um composto de molduras sobrepostas que a caracterizam como um híbrido. A TV também passa a ser intuída como uma virtualidade, dotada de fluidez e

opacidade causadas por uma sobreposição incessante de outras molduras, virtualidade essa que se atualiza em determinadas televisões ou práticas.

Na mesma direção de Kilpp, a seguir procuramos relacionar as ethicidades e molduras televisivas com as ethicidades e molduras próprias dos *games*, buscando assim encontrar nos jogos não somente elementos considerados tipicamente televisivos como também outros construtos audiovisuais remidiados, específicos dos *games*. Na seqüência, autenticamos molduras e ethicidades machinima.

Para tanto, mostraremos uma parte da cartografia das molduras que fiz em *games* e vídeos machinima na *web*, dissecando imagens, como proposto por Kilpp:

a metáfora da dissecação do cadáver, inspirada em Leonardo da Vinci, implica dizer que para adentrar a telinha e ultrapassar os teores conteudísticos da TV - que nos cegam e ensurdecem em relação aos procedimentos técnicos e estéticos que são o modo *sui generis* da mídia produzir sentido - é preciso matar o fluxo, desnaturalizar a espetação, intervir cirurgicamente nos materiais plásticos e narrativos, cartografar as molduras sobrepostas em cada panorama e verificar quais são e como elas estão agindo umas sobre as outras, reforçando-se ou produzindo tensões (KILPP, 2006)⁴⁰.

Entre as principais diferenças das ethicidades televisivas e das específicas dos *games*, deve-se ressaltar um elemento exclusivamente único da televisão: o fluxo televisivo. Como Kilpp (2007) afirma, a natureza singular das audiovisualidades de TV relaciona-se à imagem-duração, conceito em construção que diz respeito a uma imagem televisiva do tempo como virtualidade que é atualizada pela TV no fluxo da programação e no *zapping*. Além disso, a autora apresenta como fundamentais o tempo, tempos enunciados e imagens do tempo como características das audiovisualidades de TV, por ser impossível a compreensão da natureza da imagem audiovisual sem compreender o tempo como constitutivo dela.

É justamente neste ponto onde residem as principais diferenças entre os *games* e a televisão: enquanto o espectador assiste de fato a tempos de TV, ou recortes audiovisuais da TV (de uma ou mais emissoras, no caso do *zapping*), nos *games* a experiência temporal se

⁴⁰ Esse procedimento é o mesmo que permitiu as análises e considerações que já fizemos anteriormente ao longo do texto.

assemelha muito mais à experiência cinematográfica. Essa semelhança fica mais clara quando observamos certos rituais na experiência dos *gamers*, como na experiência de ir até o cinema. Enquanto a ida ao cinema envolve uma preparação, uma saída, um passeio, ver gente, assistir ao filme ao lado de outras pessoas, enfim, compartilhar emoções que fazem a diferença deste meio, os *games* muitas vezes também exigem uma preparação, uma reunião entre um determinado número de jogadores, uma interação social específica para determinado jogo, etc. Em ambos os casos, a experiência audiovisual se encontra fora de um fluxo pré-determinado, como é o caso da televisão.

Um exemplo do modo como as molduras de certos *games* acabam conferindo sentidos identitários a imagens visuais ou audiovisuais extemporâneas encontra-se na imagem gráfica abaixo, de autor desconhecido, retirada da internet:



Imagem 29: imagem gráfica retirada da internet onde podemos perceber molduras do jogo World of Warcraft (em destaque - vermelho)

A imagem se trata de uma montagem que faz uma analogia entre a eleição do presidente norte americano Barack Obama e o jogo World of Warcraft. Além de elementos

gráficos exatamente iguais aos do jogo, como os ícones da parte inferior da imagem, temos outros elementos também característicos que foram manipulados para complementar o sentido da imagem. Podemos ver, por exemplo, o mapa no canto superior direito da tela que serve para localizar o jogador dentro do universo virtual do *game*. No caso da imagem, como o jogador estaria sendo representado pelo próprio presidente, o local que aparece no mapa é o Grant Park, local do discurso da vitória de Obama nas eleições. Outra moldura, que diz respeito aos companheiros de jogo, visível no canto superior esquerdo, foi alterada para representar o vice-presidente, e, na janela que representa o sistema de comunicação entre os jogadores no *game*, estão escritos trechos do discurso da vitória do candidato.

Mas os *games* criam outras ethicidades, também muito sólidas e relacionáveis às da televisão. Na ampla observação que fizemos de vários *games* constatamos práticas habituais que permitiram uma sumária listagem das mais sólidas ethicidades específicas dos JOGOS, que incluem sempre:

- Desenvolvedores – assim como encontramos nas ethicidades televisivas os canais e emissoras que dão a ver algumas práticas enunciativas com os quais a televisão atribui sentidos identitários a eles, no caso dos *games*, cada empresa desenvolvedora possui práticas e características que resultam na atribuição de sentidos identitários às mesmas. Seja através de estéticas visuais, modos de interação ou até mesmo na escolha dos gêneros a serem desenvolvidos, cada empresa desenvolvedora, através de determinadas molduras, acaba executando práticas enunciativas únicas;



Imagem 29: *frame* retirado do *game* NBA Live 10, desenvolvido pela EA Sports.



Imagem 30: *frame* retirado do game FIFA 10, desenvolvido pela EA Sports.

As Imagens 29 e 30 ilustram como o mesmo desenvolvedor pode deixar marcas visíveis em diferentes jogos. Nos casos acima, temos o menu dos simuladores esportivos NBA Live 10 (basquete) e FIFA 10 (futebol). Apesar de serem dois jogos completamente diferentes em termos de jogabilidade, sempre que possível o desenvolvedor procura imprimir sua marca através de uma identidade visual bem definida presente em todos os seus jogos de determinado segmento. Temos então, no exemplo, dois *games* diferentes que compartilham entre si molduras identitárias, as do seu desenvolvedor.

- Gênero – todas as inúmeras discussões acerca do que é gênero podem se aplicar aos *games* assim como no estudo do cinema e da televisão. A televisão brasileira muitas vezes acaba não explicitando os modos como classifica os programas que produz e veicula; ao contrário, os *games* são muito explícitos, devido a uma lógica comercial muito mais próxima do cinema. Assim, mesmo com o caráter demasiado abrangente desta categoria, que acaba englobando jogos muito diferentes entre si sob um mesmo gênero, podemos perceber que os *games* são sempre agrupados em determinadas categorias de gênero, molduras que lhes conferem certos sentidos identitários e não outros, pois eles são necessários às escolhas dos *gamers*: um *gamer* não joga qualquer jogo, mas certos tipos (gêneros) de jogos, ainda que esse gênero seja um construto dos desenvolvedores - uma eticidade, e muito própria dos *games*.



Imagem 31: *frame* retirado do game Diablo III, desenvolvido pela Blizzard.



Imagem 32: *frame* retirado do game Torchlight, desenvolvido pela Runic Games.

As imagens acima apresentam dois jogos desenvolvidos por empresas diferentes, mas que pertencem ao mesmo gênero, do RPG. Apesar de possuírem narrativas e estéticas diferentes (enquanto Diablo procura manter a estética realista que é marca da série, Torchlight possui uma estética mais aproximada ao *cartoon*) a interface dos jogos é muito semelhante, principalmente devido às necessidades impostas pelo gênero. Em outros gêneros essa semelhança também é facilmente percebida, como por exemplo, em jogos de corrida:



Imagem 33: *frame* do jogo Need for Speed



Imagem 34: *frame* do jogo Forza Motorsport

- Game – cada jogo é evidentemente uma sólida *ethicidade* dos *games*, uma unidade autônoma. Assim como os programas de TV configuram uma espécie de unidade televisiva autônoma, cada diferente *game* possui técnicas e estéticas próprias, usadas pelos desenvolvedores para transformá-los em determinados quadros de experiência e significação, práticas essas das quais a estratégia enunciativa de gênero também toma parte. Além disso, os *games* se apresentam também como molduras de outras *ethicidades*, e seus sentidos identitários acabam intervindo no agenciamento dos sentidos identitários das durações, personas, fatos, acontecimentos e objetos que dão a ver dentro de seus panoramas (outra *ethicidade*, que, no entanto, é comum aos audiovisuais);



Imagem 35: *frame* do jogo Diablo I (1996)



Imagem 36: *frame* do jogo Diablo II (2000)

Além dos itens citados acima, deve-se destacar ainda mais dois elementos fundamentais dos *games*: interface (e interação) e avatar. Eles são decisivos também na produção machinima e devido às suas peculiaridades serão abordados separadamente nos sub-capítulos seguintes.

Antes de sumariar as mais sólidas *ethicidades* específicas dos MACHINIMA encontradas como resultado da pesquisa se faz necessário examinar a transposição dos elementos descritos acima como *ethicidades-molduras* dos *games* para *ethicidades-molduras* que efetivamente possam ser consideradas como machinima, porque as molduras não são apenas territórios de significação, mas também são ambientes de atualização de *ethicidades* audiovisuais diversas, cada uma com atualização imagética da imagicidade. Ou seja, assim como Eisenstein (2002) se utilizou do conceito de imagicidade para falar do cinema que existiu antes e continua a existir fora do cinema e Kilpp⁴¹, por sua vez, evoca a imagicidade televisiva diretamente relacionada à forma das molduras sobrepostas - no caso a TV dentro da TV-, a imagicidade machinima é perceptível ao atravessarmos a opacidade das imagens aparentes, buscando assim algo que seja propriamente machinima, ou uma singularidade em relação às outras mídias.

Ficou claro na pesquisa que o machinima remidia um conjunto de *ethicidades-molduras* dos *games*, e que os *games* remidiados no machinima eram atualizações de estéticas e éticas do cinema e da TV, por exemplo, podendo ser usados justamente por isso para fins de realização audiovisual machinima.

⁴¹ KILPP, Suzana. **Audiovisualidades do voyeurismo televisivo**. Porto Alegre: Zouk, 2008.

Mas, além dessas, oriundas dos *games*, o machinima cria as suas próprias ethicidades-molduras, que por sua vez não são encontradas nem em jogos, nem no cinema, nem na TV. Mas são parte de sua essência, sua natureza, sua imagicidade singular.

Em uma análise detalhada das molduras anteriormente descritas como molduras dos *games* e na ampla observação que fizemos em vídeos machinima percebemos algumas diferenças entre as ethicidades-molduras dos dois tipos de produto, claramente mostradas nas imagens dos dois vídeos anteriormente descritos e comentados:

- Desenvolvedores – ao contrário dos *games*, onde os desenvolvedores acabam executando práticas enunciativas únicas, talvez por contingências do mercado ou dos modos de produção, em vídeos machinima as marcas do desenvolvedor acabam se diluindo, estando presentes muito mais nos aspectos estéticos do jogo que serve de base para o machinima: ou ainda nos recursos de visualização de imagem oferecidos que acabam influenciando na produção do machinima como um todo. Sem esquecer, porém, que elementos como a estética ou os sistemas de visualização sofrem muito a influência de fatores como o gênero, a interface, etc. Portanto, podemos afirmar que a moldura desenvolvedor presente nos *games* também se encontra no machinima, assim como todas as molduras dos *games*, porém não constitui por si só uma moldura propriamente machinima.

- Autor – Ao tentar propor uma nova moldura específica do machinima, é escolhido o termo “autor” levando-se em consideração que muitas vezes os vídeos machinima são criados por um grupo de pessoas, e não um único autor. No entanto, por ser uma prática onde não existem regras formais no que diz respeito à criação de conteúdo, e onde muitas vezes os autores de machinima são muito mais usuários do *game*, ou jogadores que buscam experimentar o jogo de outra maneira, uma possível moldura autor acaba não se configurando como uma moldura específica do machinima. No processo do machinima o autor se apresenta muito mais como uma ethicidade que se dá ver em outras molduras, como o próprio vídeo machinima;

- Gênero – assim como na televisão e nos *games*, nos vídeos machinima o gênero também produz sentidos identitários específicos. Porém, é importante perceber que ao contrário das mídias citadas, os vídeos machinima não possuem uma preocupação comercial ou mercadológica tão evidente, estando seus gêneros muito mais ligados à vontade do autor do

que ao gênero do *game* original. O interessante é que *games* de um determinado gênero muitas vezes acabam servindo como suporte para a criação de vídeos de outro gênero;

- Games – sem dúvida no processo de criação do machinima os próprios *games* acabam se configurando como uma forte moldura. Assim como no caso do gênero, os vídeos machinima podem ou não reforçar o teor conteudístico do *game*. Seja qual for a intenção do autor, o *game* continuará presente no vídeo como uma moldura cujas ethicidades também serão perceptíveis no final do processo de criação do machinima. Além disso, deve-se levar em consideração que os *games* são ricos em moldurações, o que acaba levando a uma oferta ainda maior de sentidos;

- Exibidor – considera-se aqui o exibidor como sendo o ambiente no qual os vídeos machinima são apresentados ao público. Neste caso refere-se aos *sites* de compartilhamento de vídeos na internet, sejam eles voltados diretamente para o machinima e vídeos relacionados a *games* ou *sites* de vídeos em geral. Cada um desses *sites*, através de sua interface e design, cria quadros de experiência e significação próprios que influenciam na experiência do espectador. Devemos levar em consideração também que um mesmo vídeo machinima pode ser exibido em mais de um *site* diferente, estando assim sujeito a moldurações diferentes em cada um desses ambientes.

- Vídeo machinima – assim como no caso das molduras dos *games*, onde temos o próprio jogo como uma das principais molduras, os vídeos machinima se configuram como território de significação, pois adotam práticas que são enunciativas das ethicidades dos *games* mas especialmente do próprio machinima.

4.2.1 Interface e interação

Considerada o atributo mais importante do *gameplay*, a interatividade acompanha o ser humano desde muito tempo. Como lembra Iuppa, o comércio, por exemplo, sempre foi interativo (2001, p.9). Em *De Interações e Interatividade*, Fragoso discute o conceito de interatividade acerca das novas tecnologias digitais, afirmando que

o maior problema das conceituações (...) é a facilidade com que conduzem à equiparação da ampla gama de possibilidades combinatórias viabilizadas pelo potencial quantitativo das tecnologias digitais à liberdade criativa, e, a partir daí, a inferência de que a interatividade teria o poder de redefinir os papéis de emissor e receptor, autor e leitor, desarticulando a assimetria entre produção e recepção midiáticas (FRAGOSO, 2001, p.8),

sendo porém importante ressaltar que embora o ato de interagir em um *game* pode não alterar os papéis entre emissor e receptor, não há *game* sem interação. No caso dos *games*, para o jogador, a interatividade não é uma opção, e sim ato obrigatório. Enquanto em determinados produtos a interatividade se apresenta apenas como uma “mera possibilidade técnica” (FRAGOSO, 2001, p.7), nos *games*, ela ocupa um papel fundamental, sendo considerada, principalmente por ludologistas como a principal qualidade de um *game*, uma vez que todos os jogos são interativos, enquanto muitos não procuram contar histórias.

São diversas as discussões acadêmicas acerca do que se considera como interação ou que tipos de produto devem ser considerados como efetivamente interativo. Para além do significado de interativo como algo que permite ao usuário um nível de participação em algum sistema pré-determinado, Manovich (2001, p.57) afirma que não podemos interpretar no sentido literal a palavra “interação”, equiparando-a à interação física entre um usuário e um objeto midiático, como apertar um botão ou mover o corpo. O autor afirma também que as novas mídias são interativas uma vez que o usuário pode escolher que elementos visualizar, além de que caminhos irá seguir, podendo assim, por isso, ser considerado como um co-autor (2001, p. 40).

Considerando a interface e a interação como possíveis ethicidades presentes nos jogos eletrônicos, encontramos algo que possa ser considerado como uma ethicidade exclusiva dos *games*, ou em diferente grau, também da internet. O modo com o qual a interação se apresenta para o jogador através de diferentes interfaces acaba por constituir um sentido identitário próprio que representa assim, um determinado tipo de moldura que se remete também às molduras do desenvolvedor, do gênero e do próprio *game*. Em muitos casos, esse sentido é tão fortemente agenciado pelo jogador que acaba havendo uma identificação pessoal com determinados gêneros, por exemplo, em decorrência de uma interface comum a tal gênero. O

mesmo se dá com as interfaces utilizadas por desenvolvedores para diferentes jogos, que habituam o jogador a uma determinada maneira de jogar e interagir com a interface.

Isso é comum, por exemplo, em jogos cuja denominação de gênero já inclui em si mesma uma referência a um tipo específico de interface, como os jogos de tiro em primeira pessoa (também chamados de *first person shooters* ou FPS) onde a interface de jogo é marcante e fundamental para a experiência do *gameplay*. Qualquer mudança drástica na interface resultaria em uma descaracterização do gênero em si, mudando completamente a relação do jogador com o *game*.

No caso do machinima, quando falamos em interface nos referimos diretamente à interface do *game* utilizado como base para a criação do vídeo. Apesar dos vídeos machinima em si não possuírem nenhuma espécie de interação e se apresentarem como uma forma audiovisual como o cinema ou o vídeo (excetuando-se as interfaces das páginas da internet que exibem esses vídeos), os sistemas de visualização do jogo - controle de câmeras e personagens - acabam influenciando diretamente na produção. Tomando novamente o exemplo dos jogos FPS, onde usualmente um jogador é designado como “câmera” sendo que sua visão em primeira pessoa (sem a visualização do próprio avatar) serve como referência, sendo o enquadramento da cena dado pelo próprio olhar do jogador/personagem. Uma vez modificado esse sistema de visualização, não somente a experiência de jogo seria modificada, mas também o próprio modo de produção dos vídeos machinima.

4.2.2 Avatar

Apesar de a história de muitos *games* se passar dentro de mundos virtuais, conforme descrito anteriormente, o conceito de mundo virtual não implica a presença de características de jogos como as acima citadas relacionadas à ludologia, como objetivos específicos e a existência de vencedores e perdedores (um exemplo disso é o jogo *Second Life*). Os seres que agem nestes espaços têm o “direito” de serem e fazerem o que quiserem, estando apenas limitados pelo *design* do ambiente em que estão inseridos. Nesses casos, a figura do avatar ganha ainda mais importância no contexto do jogo.

Ao fazer parte desses mundos virtuais, que podem variar de simuladores a ambientes de comércio virtual, ou ainda educação a distância, o jogador cria um personagem, fazendo escolhas que vão desde o próprio nome até todos os aspectos físicos que o representarão naquele universo. Entre as definições, está a proposta em um dicionário online⁴²: 1. (...). 2. Uma incorporação ou personificação de um princípio, atitude ou visão de vida. 3. Computadores: uma imagem gráfica que representa uma pessoa, geralmente na internet. Ambas as definições demonstram como os jogadores projetam seus corpos e mentes em ambientes virtuais, através não somente da imagem, mas também de um vasto repertório de representações possíveis. Através dos avatares o jogador interage não somente com os elementos do mundo virtual onde se encontra, mas também com outros jogadores.

Assim como a interface, o avatar pode ser considerado uma ethicidade exclusiva dos *games* e de alguns ambientes de sociabilização da internet. É interessante perceber que ao contrário das demais ethicidades, tanto televisivas quanto dos *games*, o avatar é uma ethicidade construída pelo próprio jogador. Dentro de um determinado número de opções dadas pelo jogo (que geralmente são muitas, já que existe o objetivo de cada avatar ser praticamente único) que podem ser considerados como molduras, cada jogador constrói seu próprio sentido identitário para elas, que assim o representam dentro daquele jogo.

Já nos vídeos machinima os avatares do *game* acabam se transformando em personagens que não mais têm o objetivo de representar o jogador dentro da narrativa do *game*: eles fazem parte da narrativa criada pelo *gamer* que irá atribuir a eles seu próprio sentido identitário, assim como cada espectador do vídeo, de acordo com o emolduramento dado. Porém, por remeter diretamente ao *game* do qual fazem parte, estando assim ligados à significação proposta pelo jogo e fazendo parte das moldurações do mesmo, os avatares não devem ser considerados como molduras específicas do machinima, e sim molduras de um determinado *game* cujos rastros permanecem no machinima vídeo.

⁴² Fonte: <<http://www.dictionary.com>>. Acesso em: 10/12/2009.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final da pesquisa, após a observação dos mais diversos vídeos machinima dentro dos ambientes das diferentes mídias onde circula o audiovisual contemporâneo, fica claro o papel do machinima como expressão estética da convergência de rastros em dispersão.

Após verificarmos o modo como os devires audiovisuais tendem a se dispersar de forma rizomática entre as mídias, inclusive em ambientes não reconhecidamente audiovisuais, encontramos na internet um ambiente propício para que todos os rastros então dispersos se encontrem em audiovisuais remediados, com estéticas e linguagens próprias. O machinima se apresenta como aglutinador desses rastros, construindo uma cultura própria derivada diretamente da cultura do *software*.

A compreensão desses dois movimentos (dispersão e convergência) é fundamental não somente para se compreender os vídeos na internet, mas o audiovisual contemporâneo como um todo, do qual o machinima pode ser considerado uma expressão privilegiada, uma vez que representa uma síntese estética dos trânsitos entre-imagens que caracterizam o audiovisual nos dias de hoje.

Ao se constituir como audiovisual *software*, o machinima evidencia todo seu aspecto interativo, no atual estágio da técnica, onde avatares atuam culturalmente, entre outras coisas remediando *games* e construindo novos territórios de significação. Nesses territórios se encontram: o audiovisual, o *software* e o trânsito entre-imagens. Esse híbrido, por sua vez, extrapola o ambiente tradicionalmente concebido para os *games* e cria rastros midiáticos que podem ser percebidos cada vez mais também em outras formas de audiovisual.

Em comum, há o rastro maquínico digital e “*softwarístico*”: todas compartilham das mesmas técnicas e linguagens das mídias tradicionais. Mas o machinima é a expressão estética da cultura do *software*: o machinima é o híbrido, a entre-imagem, que mistura técnicas e linguagens de origens diferentes, que carrega seus rastros, e que pretende ser nada mais que isso: rastro visível do trânsito.

Os vídeos machinima apresentam-se como síntese expressiva dos devires machinima de todos os audiovisuais dentro da cultura do *software*, além de um óbvio território de experimentação onde os rastros anteriormente evidenciados são a parte fundamental de sua própria constituição. E é justamente disso que se constitui a natureza audiovisual singular do machinima.

Assim apresenta-se o machinima como elemento fundamental da natureza audiovisual singular da cultura do *software*. A cultura do *software* é devir machinima: são os *softwares* culturais que expressam as audiovisualidades da cultura contemporânea, que é, conforme os autores referidos e nossa própria convicção, audiovisual.

BIBLIOGRAFIA

BELLOUR, Raymond. **Entre-imagens**. Campinas: Papyrus, 1997.

BOLTER, Jay David; GRUISIN, Richard. **Remediation: Understanding New Media**. Cambridge: The MIT Press, 1999.

CENDON, Beatriz Valadares. Ferramentas de busca na *Web*. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 30 n. 1, p. 39-49, 2001.

DELEUZE, Gilles. Ideas and the synthesis of difference. In:_____. **Difference and repetition**. New York, NY: Columbia University Press, 1994. Cap. 4, p. 168-221.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. v.1 São Paulo: Editora 34, 2000.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, Vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

FELINTO, Erick. Videotrash: o YouTube e a cultura do “spoof” na internet. **Revista Galáxia**. São Paulo, n. 16, p. 33-42, 2008.

FERREIRA, Emmanoel Martins. As narrativas interativas dos *games*: o cinema revisitado. **ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v.9, n.1, p. 155-166, 2006.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FRAGOSO, Suely. De interações e interatividade. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v.3, n.1, p. 83-95, 2001.

GALLO, Sérgio Nesteriuk. Ludologia e(m) Videogame. In: **Anais do Intercom – XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Belo Horizonte, 2003.

IUPPA, Nicholas. **Interactive Design for New Media and the Web**. Boston: Focal Press, 2001.

JUUL, Jesper. The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness. **Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings**. Utrecht: Utrecht University, 2003.

KILPP, Suzana. **Ethnicidades televisivas**. Sentidos identitários na TV: moldurações homológicas e tensionamentos. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2003a.

KILPP, Suzana. Mundos Televisivos e Sentidos Identitários na TV. **Cadernos IHU Idéias**, São Leopoldo ano 1 nº 7, 2003b.

KILPP, Suzana. Panoramas Especulares. **UNirevista**, São Leopoldo, vol. 1 nº 3, 2006.

KILPP, Suzana. Novas Figuras do Tempo na Televisão. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, vol. 34, p. 29-36, 2007.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Ed. Culturix, 1996.

MACHADO, Arlindo. Repensando Flusser e as imagens técnicas. In:_____. **O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges**. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001. p. 34-55.

MANOVICH, Lev. Image Future. **Animation**, [S.l.] vol. 1 nº 1, p. 25-44. 2006.

MANOVICH, Lev. **The language of the New Media**. Cambridge: The MIT Press, 2001.

MURRAY, Janet. **Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace**. Cambridge: The MIT Press, 1997.

PINHEIRO, Cristiano Max; BRANCO, Marsal Alves. Tipologia dos jogos, Narratologia, Ludologia. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n.15, p. 33-39, 2006.

SILVA, Alexandre Rocha da. Semiótica e audiovisualidades: ensaio sobre o fenômeno audiovisual. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v.9, n.3, 2001.

ZOURABICHVILI, F. **O Vocabulário de Deleuze**. Tradução André Telles. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2004.