

Dos rios à tela de cristal líquido: o retorno do mito e a arquitetura da cultura convergente em *League of Legends*

From the rivers to the LCD: The return of the myth and the architecture of convergence culture in *League of Legends*

Tarcízio Macedo¹
Otacílio Amaral Filho¹

RESUMO

Este trabalho busca tecer uma análise a respeito do jogo *on-line* conhecido como *League of Legends*, entendendo-o como um produto cultural contemporâneo e um mundo transmídia, com a hipótese de traçar um percurso dos jogos competitivos, muitas vezes tidos com predominância de competição (*agôn*), como vetores de uma experiência narrativa significativa. Nesse sentido, procuramos identificar alguns fenômenos da arquitetura da chamada cultura convergente no jogo a partir da criação de uma *skin* baseada na Iara amazônica. Assim, apresentamos a história, o funcionamento e as relações que o jogo e seus produtos transmidiáticos têm com a cultura globalizada de consumo, bem como suas estratégias na tentativa de atrair o consumidor para esse ambiente virtual, promovendo a cultura participativa, a resignificação e o retorno do mito nas sociedades contemporâneas.

Palavras-chave: cibercultura, cultura amazônica, cultura participativa, bens virtuais, consumo, jogos *on-line*, narrativa transmídia, MOBA.

ABSTRACT

This paper seeks to weave an analysis about the online game known as *League of Legends*, understanding it as a contemporary cultural product and a transmedia world, with the possibility of tracing a path of competitive games, often taken with a predominance of competition (*agôn*), as vectors of a meaningful narrative. In this sense, we try to identify some phenomena of the so-called convergent architecture culture in the game from the creation of a *skin* based on Amazon Iara. Thus, we present the history, the functioning and the relationships that the game and its transmediatic products have with the global consumer culture, as well as their strategies in order to attract consumers to a virtual environment, promoting participatory culture, the reframing and the return of the myth in contemporary societies.

Keywords: cyberculture, Amazonian culture, participatory culture, virtual goods, consumption, online games, transmedia storytelling, MOBA.

¹ Universidade Federal do Pará. Rua Augusto Corrêa, 01, Guamá, 66075-110, Belém, PA, Brasil. E-mail: tarcizio.macedo@bol.com.br, otacilioamaralfilho@gmail.com

Introdução

Nos últimos anos, o interesse por *games*², sobretudo os virtuais, só aumenta no mundo contemporâneo. Segundo uma pesquisa realizada pela DFC *Intelligence* (2013), empresa estadunidense de pesquisa de mercado focada em várias esferas tecnológicas, a receita dos *videogames* deve alcançar 79 bilhões de dólares até 2017.

Somente no Brasil, de acordo com uma pesquisa realizada pela Newzoo (2014), empresa internacional especializada em análises de mercado sobre a indústria de jogos digitais, acredita-se que o país consumiu quase US\$ 1,4 bilhões em *games* em 2014, dado que consolida o mercado brasileiro como líder do gênero na América Latina (segunda região com maior crescimento de consumo desses produtos, estimado em 14,2% ao ano) e o 11º no mundo. Isso inclui todos os tipos de jogos, dos mais simples, disponíveis em navegadores e *smartphones*, até os mais complexos e caros, para consoles de *videogames* e computadores.

Contudo, conforme aponta a DFC *Intelligence* (2013), a grande maioria das receitas nos computadores, mais de 90%, é proveniente de fontes *on-line*, sendo a maior categoria de crescimento em um subtipo específico desses jogos, chamados de *Multiplayers Onlines Battles Arenas* (MOBAs³), os jogos arenas, liderados por um jogo lançado em 2009 que vem se destacando nesse mercado cada vez mais rentável dos jogos *on-line*: *League of Legends* (LoL). Nele, as pessoas podem interpretar múltiplas personalidades e experimentar aspectos diferentes da subjetividade, seja jogando e assumindo sua própria identidade ou incorporando outras por meio dos personagens.

Nesse sentido, procuramos identificar neste artigo alguns aspectos da arquitetura da chamada cultura convergente, nos termos colocados por Jenkins (2009), e o produto dessa cultura, a narrativa transmídia, no universo do jogo *League of Legends*, valendo-se de bibliografias complemen-

tares para compreender dinâmicas contemporâneas que se manifestam na estrutura do jogo a partir desse processo, como os atos de resistência culturais por parte de fãs, o retorno do mito e a criação de novos mitos contemporâneos.

Nossa hipótese é a de que jogos competitivos, sobretudo os que têm um modelo estrutural similar ao de LoL, funcionam como vetores de uma experiência narrativa significativa. Dessa forma, nosso objetivo é o de compreender a construção da narrativa transmídia (*on-line*) a partir da narrativa oral tradicional (*off-line*) baseada, pela primeira vez nesse jogo, em um elemento da cultura amazônica e brasileira: a Iara, percebendo jogos digitais como reflexo cultural, produtos que reproduzem contextos culturais e são transformadores da própria cultura (Salen e Zimmerman, 2012b, p. 31).

Histórico e dinâmica de *League of Legends*

League of Legends, popularmente conhecido como LoL, é um jogo *on-line* de intensa ação, exclusivo para computador, em que dois times de cinco pessoas enfrentam-se em um campo de batalha com o objetivo de destruir a base adversária. Para que obstáculos maiores sejam superados, cada personagem precisa ajudar seu time a cumprir determinado objetivo, assim, os jogadores são chamados a se unirem em equipes, de modo que os diversos heróis possam complementar suas habilidades (Falcão, 2010, p. 3).

O jogo é classificado como MMOG⁴, termo generalizante que inclui uma grande quantidade de estilos de jogabilidade, representante de vários gêneros ou subtipos de jogos *on-lines*. No caso de LoL, há um modelo híbrido que combina características clássicas de um jogo RPG⁵, por possuir estilo de combate e desenvolvimento de

² Por uma questão de clareza, os termos *games*, jogos e jogos digitais neste artigo serão tratados como sinônimos na maioria dos casos.

³ *Multiplayer On-line Battle Arena*, ou Arena de Batalhas *On-line* para Vários Jogadores, é um gênero de jogo de estratégia competitivo que incorpora elementos de jogos de ação e RPG. Consiste, basicamente, em um jogo de dois times competindo entre si em um mesmo mapa, orientados à cooperação, nos quais cada jogador controla somente um personagem escolhido no início da partida.

⁴ *A priori*, é preciso reforçar que a definição de uma espécie de taxonomia para os *games* não é uma tarefa fácil e tem sido extensamente discutida por diversos autores dos *game studies*. No caso específico de um *Massive Multiplayer On-line Game* (MMOG), ou Jogo Multijogador *On-line* em Massa, é um jogo de computador capaz de suportar conexões e partidas com milhares ou centenas de jogadores ao mesmo tempo.

⁵ *Role-Playing Game*, ou “jogo de representação”, é um formato de jogo de mesa que exige a leitura de um livro de regras que trazem descrições/orientações detalhadas para uma aventura em mundos fantásticos (Pavão, 2000, p. 2).

personagens que se assemelham ao gênero, e os MOBAs, uma vez que se trata de um jogo de tática e estratégia competitiva em tempo real, no qual batalhas são travadas *on-line* em arenas com vários jogadores (Mazurek e Polivanov, 2013, p. 2).

Na visão de Klastrup (2003, p. 2), jogos multiusuários de tiro em primeira pessoa (do inglês *First-Person Shooter*), citando *Counter-Strike*, não são considerados mundos virtuais por não disporem, nem os personagens ou o próprio mundo do jogo, de ambientes persistentes. Apesar de *LoL* não ser um FPS, ele possui a mesma estrutura virtual de *Counter-Strike*, logo, personagens, um mundo de jogo não persistente e, sobretudo, um início, meio e fim que resulta em um final quantificável, portanto, *a priori* competitivo⁶.

Para entrar em *League of Legends*, o jogador precisa criar um “invocador”, um termo usado pela desenvolvedora do jogo Riot Games para se referir ao usuário. A noção de invocador, na verdade, não é nova nos jogos digitais, apenas pouco usual, e refere-se no jogo ao fato de o jogador “invocar” um personagem e lutar por meio dele, como vários outros jogos o fazem com terminologias diferentes, dando-lhe um nome e podendo controlar, em cada partida, um personagem diferente com um conjunto específico de habilidades. Na maioria dos jogos *on-line* multiusuários, o jogador controla uma civilização ou cria seu próprio avatar⁷, contudo, em *LoL*, os jogadores controlam apenas um dos personagens do repertório do jogo, chamado de campeão.

O jogo é produzido e distribuído pela Riot Games, com servidores hospedados em território nacional pela *PvP.net*. O MOBA foi lançado no dia 27 de outubro de 2009 em servidores americanos. No Brasil, *LoL* chegou totalmente em português no dia 09 de agosto de 2012. O jogo foi inspirado em outro MOBA conhecido: *Defenses of the Ancients*, mais conhecido como *DoTA*, “um mapa customizado de estratégia em tempo real baseado no jogo *Warcraft III*” (Laranjeira *et al.*, 2013, p. 81), tendo origem a partir da modificação da programação original desse jogo.

O *game* é gratuito, F2P (*Free to Play*), e permite que a maioria dos recursos disponíveis no jogo possam ser

acessados por meio da experiência, do ato de jogar, como comprar os personagens e melhorias para os mesmos. Com ampla distribuição, o jogo conta com diversos servidores diferentes espalhados pelo mundo, oficialmente em um total de 15 países/áreas e em 14 idiomas, apesar de jogadores de outros países também jogarem. A Riot afirma atingir, atualmente, um alcance global de 70 milhões de inscrições no jogo, uma base de 32 milhões de invocadores ativos mensalmente que chegam a 12 milhões de acessos diários. A empresa alega, ainda, alcançar um pico médio de três milhões de acessos simultâneos em um dia comum e quatro milhões de usuários que jogam, em média, três horas diariamente (Lolzinho, 2014).

Hoje, *League of Legends* é reconhecido como um dos títulos mais jogados do mundo (Laranjeira *et al.*, 2013; Mazurek e Polivanov, 2013) e o mais rentável de 2014, arrecadando quase US\$ 1 bilhão somente neste ano (G1, 2014).

Pressupostos da pesquisa

Apresentaremos um breve resumo das matrizes conceituais que sustentam nossas investigações, com o objetivo de elucidar os pontos de partida da pesquisa. Nossa hipótese é a de que jogos competitivos, sobretudo os que têm um modelo estrutural similar ao de *LoL*, também possuem uma experiência narrativa significativa, sendo os seus atores (jogadores) chamados constantemente para fora da trilha do jogo a conhecer o universo narrativo no qual o *game* se constrói, considerado para nós como um mundo transmídia, e no qual tais informações são requisitadas, com certa frequência, pelos atores no ato de jogar como possíveis critérios para socialização.

Nesse sentido, procuramos identificar neste artigo alguns aspectos da arquitetura da chamada cultura convergente, nos termos colocados por Jenkins (2009), e o produto dessa cultura, nomeada por Jenkins (2009) como narrativa transmídia, no universo do jogo *League of*

⁶ O mundo do jogo, em *LoL*, é construído a partir de um “contrato social”, um acordo tácito entre um número limitado de jogadores (variável de acordo com o mapa de jogo escolhido) que, ao decidirem entrar na arena de batalha, tornam possível a existência do ambiente do jogo por um período determinado de tempo. Em uma análise primária e rápida, pode-se acabar classificando *LoL* como um jogo competitivo, porém, ampliar essa visão é a intenção deste estudo.

⁷ Representação visual, e até sonora, do usuário no “ciberespaço” – figura de linguagem que designa aquilo que ocorre em um lugar “virtual”, no qual não necessita de deslocamento físico (Machado, 2007, p. 217-219).

⁸ *World of Warcraft* é um MMORPG desenvolvido pela Blizzard Entertainment, em 2004, possuindo uma estrutura adaptada para criar situações de jogo em um mundo virtual *on-line*.

Legends, bem como contribuições de Salen e Zimmerman (2012a, 2012b) e valendo-se de bibliografias complementares para compreender processos contemporâneos que se manifestam na estrutura do jogo, como o retorno do mito e a criação de novos mitos contemporâneos (Durand, 2004; Jenkins, 2009).

Com esse viés, delimitamos um caso que impactou diretamente no que tange aos aspectos da representatividade da cultura brasileira no ambiente do jogo, tema sensível aos membros da comunidade de fãs nacional. Tal caso nos ajuda a justificar a ideia de jogos competitivos como vetores de uma experiência narrativa, nesse sentido, observamos o desenvolvimento da narrativa transmídia de criação de uma *skin* baseada, pela primeira vez no jogo, em um elemento da cultura amazônica e brasileira: a Iara.

Este estudo é realizado em três níveis: o primeiro consiste em uma pesquisa bibliográfica *off-line* para coletar narrativas tradicionais; o segundo é uma etapa de campo que procura observar e extrair do ambiente *on-line* a narrativa construída da Iara no universo de LoL; e o terceiro é a análise e interpretação do processo de construção da narrativa transmídia da personagem no jogo. Para algumas etapas (coleta de dados e observação no ambiente *on-line*), este estudo possui inspirações etnográficas, segundo Fragozo *et al.* (2013, p. 168), um trabalho desse tipo se utiliza da narrativa ou de partes dos procedimentos etnográficos de pesquisa, possibilitando a incorporação de protocolos metodológicos e práticas de narrativa para compor a análise dos dados.

Delimitado o nosso objeto, realizamos uma análise comparativa entre a narrativa mítica apresentada na literatura e a adaptação para criação da *skin* baseada na Iara. Essa análise de duas narrativas, uma *on-line* e outras duas *off-line*, procura perceber as alterações no discurso (o que se mantém e o que se altera nos relatos, nos discursos e enunciados, principalmente) e na semântica da narrativa oral tradicional (*off-line*) transposta, adaptada ou “transcriada” para o espaço virtual do jogo (*on-line*). Ou seja, as aproximações entre essas narrativas míticas focam em pontos divergentes e convergentes, identificando elementos como a representação da Iara em ambos os contextos.

Nosso propósito é observar como ocorre a apropriação da lenda da Iara no âmbito do jogo, mais especificamente no desenvolvimento da narrativa transmídia, na qual nossa hipótese é a de que se privilegiam mudanças significativas direcionadas para o objetivo de vender um produto, apropriando-se de uma fonte mitológica que repousa no imaginário e na memória coletivas do povo brasileiro e, com especificidades, que se instaura na cultura

global sob a forma arquetípica da sereia grega ou do espírito do rio como processo que permite a identificação por parte do consumidor/jogador com o bem virtual.

Por fim, examinamos o discurso de homenagem/tributo da empresa em relação à cultura nacional com a criação da *skin*; na contrapartida, vemos os atos de resistência cultural frente a um contexto global praticados pela comunidade brasileira de fãs de LoL a respeito da criação da *skin* da Iara, sobretudo no que tange ao seu preço e venda, e o seu processo de localização ou adaptação em outros países. Apesar de superficial, tal análise é necessária para que se possa compreender a construção da narrativa transmídia (*on-line*) a partir da narrativa oral tradicional (*off-line*), entendendo a resistência como um processo de engajamento e cultura participativa importante que é gerado entre os discursos capitalistas da empresa e o de pertencimento cultural do público consumidor-produtor.

Bens virtuais em *League*

Para manter motivados os milhões de jogadores ativos desse ambiente virtual, não basta apenas a interação com a linha narrativa como única atividade desempenhada em LoL. É preciso também muito mais do que um sistema complexo de interação e confronto *player vs player (PvP)*, base principal do jogo; é preciso de “itens ou elementos formados por *pixels* que vinculam valores capitais para a sua aquisição” (Rebs, 2012, p. 207) voltados para a vaidade, ou seja, bens virtuais que se incorporam de referências estéticas diversas e até mesmo desconexas para atrair o consumidor.

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

Cada campeão de LoL possui um número de *skins*, comprar um novo personagem garante apenas a autorização do uso de uma *skin* geral ou clássica/tradicional e só

é possível liberar esse adereço tendo comprado o personagem anteriormente. Esses bens virtuais são adquiridos exclusivamente por meio de *Riot Points*, moedas do jogo que precisam ser compradas com dinheiro.

Competidores amam histórias também: notas sobre a experiência narrativa

Explorar argumentações sobre a importância da narrativa em jogos competitivos proporcionaria uma ampla discussão, na qual não pretendemos nos demorar, neste momento breve, mas em um futuro próximo. Neste estudo, nossa argumentação para fundamentar a hipótese de que jogos competitivos possuem experiências narrativas

significativas é realizada a partir de exemplos práticos da narrativa transmidiática de criação da *skin*, em si, e tensões entre a empresa e os jogadores.

Partimos da noção de que jogos como *LoL* não terminam unicamente sua experiência no ato de jogar, mas se amplia para fora da arena de batalha, funcionando como um mundo transmídia, no qual a própria arquitetura do jogo convida o jogador a consumir outras mídias (como *sites*, vídeos, *podcasts*, imagens, ilustrações, textos e demais possibilidades narrativas) para completar uma experiência unificada, na qual a ficção ganha força, e os consumidores são chamados a participar frequentemente do processo de construção do ambiente virtual como consumidores e produtores ativos.

Nesse sentido, o modelo proposto (Figura 1)⁹ por Pinheiro (2007, p. 189), na tentativa de englobar elementos que compõe essa mídia, ajuda a entender a narrativa presente em *LoL*. Na proposição do autor, o jogo digital seria um sistema composto por três dimensões dialógicas:

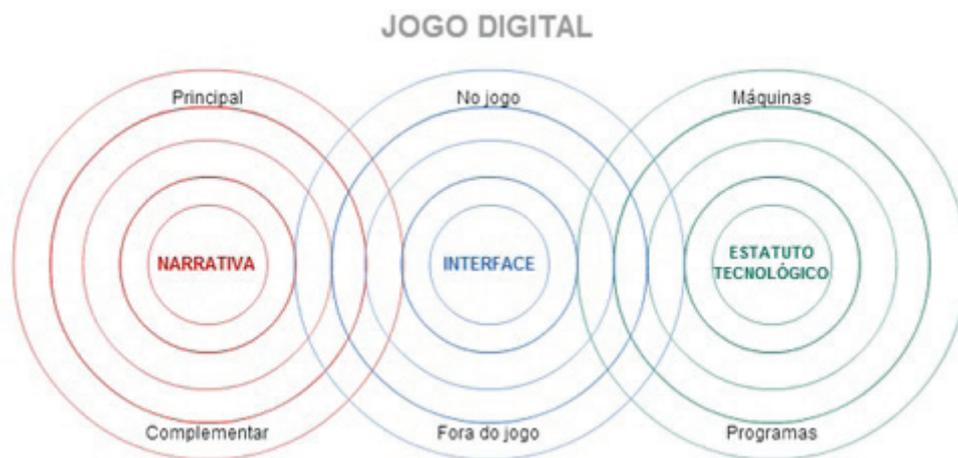


Figura 1. As dimensões de um jogo digital proposta por Pinheiro (2007, p. 189).

Figure 1. The dimensions of a digital game proposed by Pinheiro (2007, p. 189).

⁹ Similar à ideia de Pinheiro, Schell (2008, p. 72-73) propõe quatro elementos básicos que formam um jogo: *mecânica, história, estética e tecnologia*. Para o autor, nenhum dos elementos possui uma certa ordem de hierarquia que torna um mais importante do que os outros. Schell (2008) sugere dimensões que ilustram o que ele chama de “gradiente de visibilidade”, de forma que os elementos tecnológicos tendem a serem menos visíveis pelo jogador comum; a estética é o mais visível e perceptível, por representar a interface que é apreendida pelos nossos sentidos; e a mecânica e a história encontram-se em algum lugar no meio desse processo, podendo estar mais ou menos visíveis, dependendo do gênero de jogo, da intencionalidade do desenvolvedor ou da interpretação do jogador. A principal contribuição desse modelo de Schell (2008) é a de que os quatro elementos são igualmente essenciais, não importando qual jogo será projetado pelo jogador, mas a tomada de decisões dar-se-á nos quatro níveis ou elementos estruturais, e cada elemento influencia fortemente a cada um dos outros, uma ideia importante para nos ajudar a entender como os jogos competitivos funcionam como vetores para uma experiência narrativa.

o *estatuto tecnológico*, a *interface* e a *narrativa* que estão em constante interação e colocam-se sempre presentes para possibilitar e demandar ao jogador a execução de determinadas ações. O autor utiliza a metáfora das ondas em um lago para explicar a dinâmica do diálogo entre as dimensões propostas. Essas ondulações seriam oriundas de três fontes diferentes, entrelaçando-se e mostrando-se explícitas em alguns casos, e invisíveis, em outros, para aqueles que observam.

Caillois (1990, p. 33-47) classifica os jogos em quatro tipos: (i) *agôn*, jogos caracterizados pela competição, perícia, pelo conflito e ambiente de disputa entre oponentes com as mesmas condições iniciais; (ii) *alea*, jogos que possuem como componente a sorte, na qual ela é o fator predominante; (iii) *mimicry*, jogos de representação, comuns em jogos do gênero RPG e que necessitam dos jogadores para construção do ambiente do jogo a partir da interpretação; (iv) *ilinx*, jogos que possuem como característica a busca pela vertigem, no sentido de desestabilizar a sensação de equilíbrio do jogador e proporcionar uma intensa emoção.

Contudo, a proposta de divisão de Caillois (1990), conforme percebe Pinheiro (2007, p. 38), não permite realizar uma análise de jogos digitais, isso porque os atuais jogos possuem uma característica de hibridização intensa, como percebemos no caso de LoL, bastante complexa e na qual todas as quatro categorias estão mais ou menos manifestas, dependendo do modo como o jogador enquadra o jogo.

Logo, em um primeiro nível mais superficial, *League of Legends* surge como uma categoria agonística, contudo, classificá-lo como *agôn* seria desconsiderar as demais formas complexas, e igualmente importantes, de interação e narrativa que o sustentam enquanto jogo digital (Pinheiro, 2007, p. 38; Schell, 2008, p. 72-73), perceptíveis ao se observar LoL em um segundo nível, mais profundo, agora para fora da trilha do jogo na qual se desenvolve sua narrativa transmídia. Isso ocorre por haver uma cristalização de que a narrativa em um jogo deve estar explícita no desenrolar da trama, como em um filme, e não para fora dela, funcionando por meio da apreensão de conteúdos transmidiáticos espalhados em diferentes mídias. Dessa forma, dependendo do olhar, a narrativa de LoL pode se mostrar implícita ou explícita.

No ambiente do jogo, a *agôn* costuma aflorar com frequência, contudo, antes mesmo do início do jogo, as ações do jogador são delimitadas por enredos narrativos, e, no nível mais implícito, todos os personagens criados pela empresa respondem a um sistema narrativo interno

pertencente ao universo de LoL, de modo que as mecânicas, as habilidades e a própria estética de cada personagem estão filiadas a uma trama narrativa, um pré-roteiro.

Portanto, afirmar que os elementos de *mimicry*, *alea* e *ilinx* tendem a desaparecer no jogo seria limitar a experiência significativa da narrativa dos vistos “competidores”, que, muitas vezes, são apenas jogadores comuns que adentram no jogo *on-line* e distorcem o *ludus*, a mediação por regras, estabelecendo um outro universo de domínio, de brincadeira. O que, segundo Pinheiro (2007, p. 38), “não descaracteriza o universo daquele jogo digital, mas permite ao jogador uma nova dimensão, propondo um jogo em um outro domínio”.

Dos oceanos aos rios, Nami Iara emerge

Dentro do universo de LoL, existe um campeão chamado de Nami, a Conjuradora das Marés (Figura 2a), um dos mais de 100 personagens disponíveis. Lançada no dia 22 de novembro de 2012 (<http://goo.gl/PqyP2U>), Nami é um personagem cujas habilidades têm como funções principais prestar assistência ao time, assumindo a função de suporte, tornando inimigos mais fracos e aliados mais fortes. Na narrativa do jogo, ela pertence a um povo aquático oceânico chamado de Marai, e a alcunha de “Conjuradora das Marés” é dada para alguém que deve ser um guardião desse povo. Apresenta traços humanos e animais, com uma grande calda e barbatanas de peixe, suas características lembram as sereias gregas.

Assim como os demais personagens do jogo, Nami também possui *skins* próprias que se encaixam em seu personagem. Entre elas, está a recém-criada *skin* Nami Iara (Figura 2b), uma “releitura fluvial” da lenda amazônica para o universo de *League of Legends*, anunciada no dia 08 de maio e lançada oficialmente no dia 02 de junho de 2014 nos servidores de LoL. Cabe lembrar que essa foi a primeira vez que um personagem da mitologia brasileira apareceu representado no universo do jogo. O bem virtual foi criado como uma colaboração entre as equipes que produzem *skins* nos Estados Unidos (EUA) e a equipe brasileira, que buscou informar e referenciar o que seria a “essência da Iara”. É o *design* específico desse campeão que analisaremos no decorrer deste artigo e as implicações da criação dessa *skin*.



2a



2b

Figura 2. (a) Skin clássica da personagem Nami (b) a nova skin Nami Iara.

Figure 2. (a) Classic skin of the character Nami (b) the new skin Nami Iara.

Fonte: Riot Games.

Arquitetura da cultura convergente: experiência narrativa, transmídia como meio

Neste tópico, procuramos identificar alguns elementos da cultura convergente no jogo, mais especificamente a importância da narrativa e do caráter essencialmente transmidiático de LoL. O objetivo é mostrar um pouco mais sobre esse aspecto narrativo do jogo, utilizando como exemplo o lançamento da *skin* baseada na Iara amazônica para a personagem Nami. O *site*, por exemplo, é tão importante quanto o jogo, por ser esse um dos locais de ambientação para a trama que ocorre dentro do MOBA, como a rivalidade entre personagens e a própria história de cada um, também disponíveis no *patch* do *game*.

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

Nos últimos anos, várias concepções sobre jogos e narrativas emergiram, podendo-se, hoje, entender que *League of Legends* é um objeto narrativo a partir de três argumentos de inclinações que conectam ambas as terminologias identificadas e resumidas por Juul (2001): usamos narrativas para tudo, inclusive para dar sentido ao vivido, sendo assim, todas as formas culturais, na qual também se inclui os jogos (Huizinga, 2000), abarcam a ideia de narrativa; a maioria dos jogos apresentam introduções narrativas e histórias progressivas que tratam de colocar o jogador no âmbito de uma história maior e até mesmo de um universo, ou sistema narrativo, como LoL¹⁰; e jogos compartilham alguns traços com as narrativas, sejam por forma de estruturas de buscas, situações, personagens, arquétipos e enredos.

Ao pluralizar a narrativa, abrimos um leque de possibilidades e entendemos que os jogos não apenas utilizam da forma mais convencional da narrativa, a escrita, mas se apropriam de outras linguagens pré-existentes que também podem narrar uma história. Essa característica, essencial para os jogos digitais, deve-se ao fato de o computador (suporte dessa mídia) começar a absorver a maioria das formas de linguagens¹¹, verbais, visuais ou sonoras, fundindo em um único aparelho todas as formas de comunicação humana anteriores (Santaella, 2013, p. 237). A cultura que nasce a partir dessas transformações tecnológicas é o que se vem chamando de cultura digital ou cibercultura (Lemos, 2014, p. 412; Santaella, 2003, p. 60).

¹⁰ Hoje, “um universo pode sustentar múltiplos personagens e múltiplas histórias, em múltiplas mídias” (Jenkins, 2009, p. 162).

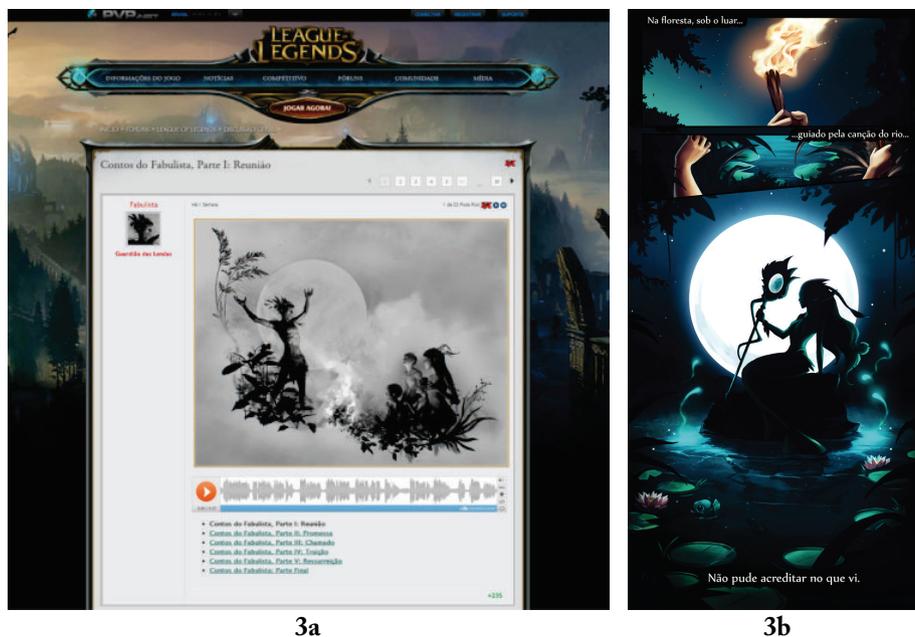
¹¹ Seja o texto, a imagem, o som ou até mesmo a fusão deles que geraram o audiovisual. Tudo, hoje, está disponível em apenas um *click*, na tela de cristal líquido dos computadores cada vez mais conectados.

Tratam-se de modificações na composição das linguagens humanas que o mundo digital introduz e que são possíveis por meio do ato de “mastigação” e “devolução”, em forma original ou modificada, de qualquer tipo de linguagem pelos *bytes*, como percebemos no caso da adaptação da lenda da Iara dos rios para à tela de cristal líquido dos computadores. Desse processo híbrido de linguagens, surge algo novo e com uma identidade própria, sem se dissociar do passado e elucidado principalmente por Jenkins (2009), que passou a ser denominado de “convergência das mídias”, muito mais relacionado com uma perspectiva culturalista do que com o determinismo tecnológico propiciado pela convergência midiática.

Nesse processo, o fluxo de informações e conteúdos está cada vez mais disperso em múltiplas plataformas de mídia, cada qual operando de acordo com os potenciais e os limites impostos para elas. Mas, apesar disso, dialogando entre si, promovendo uma cooperação entre as várias indústrias midiáticas na qual cada peça é autossuficiente,

ou seja, possui a capacidade de informar sem necessariamente precisar de outros conteúdos, e proporciona ao consumidor diferentes experiências¹² para um mesmo produto (Jenkins, 2009; Santaella, 2013), em outras palavras, produzindo uma verdadeira narrativa transmidiática, conforme foi batizada por Jenkins (2009), fruto dessa cultura convergente que possui fortes motivações econômicas e que não é inteiramente nova (Jenkins, 2009, p. 172). A cibercultura deste século é, portanto, a cultura da convergência transmidiática, como afirma Lemos (2014, p. 418).

Partindo desse pressuposto, o que observamos em *League of Legends* é uma grande e complexa cadeia de narrativas transmidiáticas. Mais especificamente na *skin* da Nami Iara, sua produção usou da apropriação de algumas narrativas e linguagens próprias, como é o caso de um mito que se desenvolveu a partir da narrativa oral da sociedade amazônica e que se incorpora ao imaginário coletivo globalizado¹³ e do próprio imaginário coletivo e cognitivo (a forma como veem o mundo) dessa cultura a



3a

3b

Figura 3. (a) Publicação dos Contos do Fabulista no fórum de League (b) ilustração sobre o anúncio da skin.

Figure 3. (a) Publication of the Tales from Fabulista in the forum of League (b) illustration about the announcement of the skin.

Fonte: Riot Games.

¹² Que agora passa a migrar pelos meios de comunicação em busca das experiências de entretenimento que anseia.

¹³ Para Maffesoli (2001, p. 75), herdeiro intelectual de Gilbert Durand, o imaginário seria uma ficção, opondo-se ao real, ao passo que também é algo que ultrapassa o indivíduo e alcança o coletivo, pertence a um grupo no qual se encontra inserido. Dessa forma, o imaginário molda e estabelece vínculo, é o estado de espírito de um grupo, de um país ou de uma comunidade. É cimento social.

respeito desse ser lendário, utilizando das imagens projetadas por esse imaginário e transformando-o, adaptando-o para a composição do universo do jogo.

Para integrar e justificar a incorporação dessa *skin*, a Riot Games vale-se da narrativa transmidiática para propor uma ambientação da personagem dentro do sistema narrativo de *LoL*. Para isso, são criados diversos conteúdos para plataformas diferentes, como um anúncio com ilustrações e alguns mistérios sobre o lançamento da *skin* (Figura 3b) no *site* oficial (<http://goo.gl/FbHlcR>), um *microsite* para o produto¹⁴, seis *podcasts* (a saber: reunião; promessa; chamado; traição; ressurreição e final, respectivamente) para a rede social Sound Cloud que simulam e remontam uma narração oral tradicional¹⁵, a criação de um “personagem” no fórum – utilizado para publicar esses áudios – chamado de “Fabulista – Guardião das Lendas” (Figura 3a)¹⁶, um vídeo na rede social YouTube com esse conto do fabulista sobre a gênese da Iara com as ilustrações que estão disponíveis no *microsite* (<http://goo.gl/svqqrL>), só que acompanhados de sonoplastia e movimento das imagens, além da própria notícia do lançamento oficial da *skin* (<http://goo.gl/dO9j9Q>).

Todos esses elementos possuem como objetivo principal criar uma “narrativa incorporada”, conceito criado por Marc Leblanc¹⁷ durante uma palestra na *Game Developers Conference* de 1999, o maior encontro anual de desenvolvedores profissionais de *videogames*. Uma narrativa incorporada funciona como “conteúdo da narrativa gerado previamente, que existe antes da interação de um jogador com o jogo, [...] são unidades fixas e pré-determinadas de conteúdo narrativo, como o texto na página de um livro” (in Salen e Zimmerman, 2012a, p. 105). O objetivo dessa narrativa é o de motivar os jogadores para os elementos visuais e sonoros que serão exibidos no *game*, experimentando tal narrativa como um contexto da história que justifica a incorporação dessa *skin* em *LoL*¹⁸.

Por fim, a experiência narrativa total da *skin* surge de vários componentes: o título dela e sua referência às narrativas “originais” existentes da Iara, os gráficos, as ilustrações, os textos, as animações e os *designs* do jogo, o *microsite*, os *podcasts*, o personagem Fabulista – Guardião das Lendas, o vídeo e todos os elementos visuais e sono-

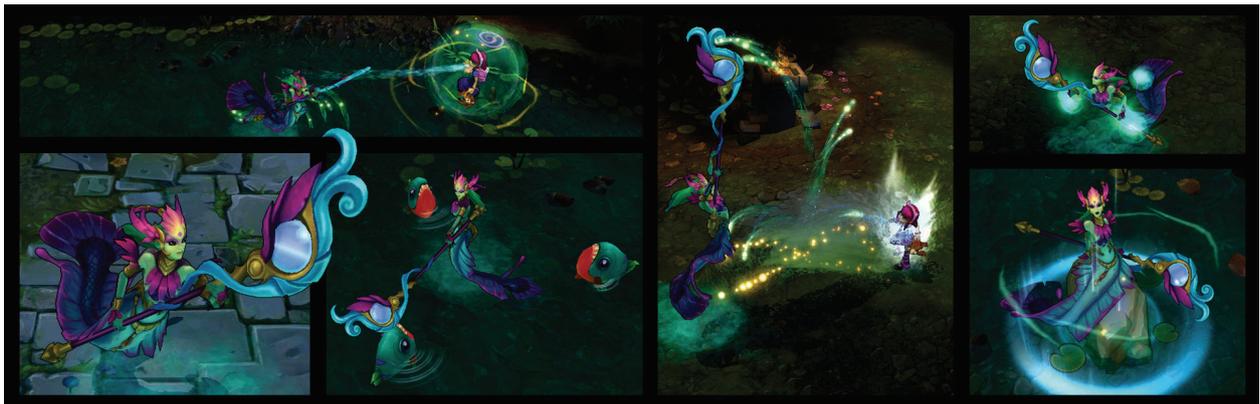


Figura 4. Ilustrações da *skin* no jogo.

Figure 4. Illustrations of *skin* in the game.

Fonte: Riot Games.

¹⁴ *Microsites* são *sites* menores, com poucas páginas e geralmente com conteúdos mais específicos. Nesse *microsite*, também está o áudio e o texto do conto do fabulista, com algumas ilustrações estáticas. O nome desse *microsite* é “A Lenda da Nami Iara”. Disponível em: <http://namiiara.riotgamesbrasil.com.br/>.

¹⁵ Os *podcasts* – também chamados de *podcastings* – são arquivos de áudio transmitidos via internet (Sound Cloud, s.d.).

¹⁶ É interessante observar que a Riot, ao publicar o conto, apenas o fazia com o áudio, sem estar acrescido de nenhuma descrição, simulando como se fosse realmente uma história narrada por um ancião para outros ouvintes. Disponível em: <http://goo.gl/9CUOhq>.

¹⁷ Atualmente, Marc Leblanc é engenheiro sênior em pesquisa e desenvolvimento da Riot Games.

¹⁸ O conceito de narrativa incorporada lembra o de narrativa “passiva” de Arlindo Machado (2007), na qual não há uma interação ativa entre sistema e usuário, restringindo a ação do jogador apenas ao plano cognitivo (interpretação e, principalmente, a identificação com o personagem, etc.).

ros do jogo em si¹⁹. Esses elementos todos não existem insularmente, pelo contrário, juntam-se para criar um todo narrativo que é maior do que a soma das partes (Salen e Zimmerman, 2012a, p. 126; Jenkins, 2009, p. 145). Logo, o jogador que passar por todas essas mídias terá uma experiência diferente daquele que apenas usar a *skin* no jogo.

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

A fragmentação de conteúdo é típica deste tipo de narrativa contemporânea, na qual cada ponto de acesso midiático deve ser, ao mesmo tempo, autônomo e dar passagem ao *game* como um todo, expandindo-se por várias linguagens e mídias. Cada mídia precisa contar uma parte da história, aproveitando o seu melhor potencial e capacidade de produção. Todo esse processo é uma maneira que provoca a dispersão sistemática de elementos de uma ficção, proposta pelo jogo, por várias plataformas, o que oferece uma experiência unificada e coordenada de entretenimento. É desse modo que se desenvolve um complexo ambiente, sustentado a todo momento por múltiplos diálogos entre os personagens e suas histórias, entre narrativa e jogador, entre informação e entretenimento.

A autoria cooperativa, noção criada por Jenkins (2009), entende a possibilidade da criação de temas ou a introdução de novos elementos dentro de um jogo. Uma característica-chave do conceito de narrativa transmídia

do autor é o engajamento do público, sua aproximação, relacionamento e interação com o produto, como veremos mais a seguir a partir do debate gerado na relação empresa-jogador.

Um breve mergulho na cultura amazônica

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

Para compreendermos essas questões no contexto do nosso objeto de pesquisa, surge a necessidade de apresentar a base mitológica e localizar o ambiente que justifica a criação da *skin* Nami Iara. Para melhor compreender essa situação, é preciso realizar um breve mergulho nessa cultura amazônica²⁰, afim de que possamos entender a lenda em questão. Uma Amazônia protagonizada pelo isolamento e pelo mistério, que se sustenta por modos de vida e trabalho em função da floresta e do rio. Para descobrir os mistérios do seu mundo, o homem amazônico, o caboclo, recorre frequentemente aos mitos e à estetização (Paes Loureiro, 2001, p. 38).

Segundo Paes Loureiro (2001, p. 258), são poucas as regiões do mundo que possuem uma convivência e dependência com seus rios tão importante, como é o caso da amazônica, a “Pátria das Águas”. Presente na paisagem constante dos moradores, com a expressividade do maior rio do mundo, o Amazonas²¹, a água é o elemento fundamental na vida dos moradores dessa região do mundo, seja

¹⁹ Cabe aqui lembrar que a personagem possui uma animação de piranhas e vitórias-régias (Figura 4), um dos nossos peixes mais mortais e conhecidos e a planta típica da região, além de um efeito que, ao retornar para a base da sua equipe, a faz sentar em uma pedra e ouvir-se um canto (Figura 4) – característica própria da Iara que é ambientada geralmente em uma pedra de um rio, penteando suas madeixas com um espelho na mão (o cajado da Nami Iara também possui um espelho), e cantarolando, na tentativa de seduzir os homens para o fundo do rio. A Riot também brinca com esse aspecto ao noticiar o lançamento oficial da *skin* com o título “Deixe-se conquistar pela canção da Nami Iara”. Vídeo com as animações e áudios disponível em <http://goo.gl/xwc5y8>.

²⁰ Compreende-se aqui uma cultura amazônica como sendo aquela que possui sua essência ou influência na cultura do caboclo – evidente que ela é também fruto de uma acumulação cultural de outras culturas (Paes Loureiro, 2001, p. 39).

²¹ Com 6.750 km de extensão, somando-se 1.100 grandes afluentes e uma rede incontável de pequenos subafluentes, descarregando no mar entre 160.000 a 2000.000 m³ de água por segundo (Paes Loureiro, 2001, p. 258).

como fonte de subsistência pela pesca, ou como meio de transporte e circulação da economia e capitais simbólicos.

É esse elemento vital que adquire um caráter sagrado ao ser uma espécie de panteão caboclo, abrigando, juntamente com a floresta, no fundo dos rios, um *locus* próprio e reservado chamado de encantarias, entidades do mundo sobrenatural da religiosidade popular amazônica, local onde as entidades dessa teogonia diversa estariam reunidas, dos quais a Iara é um dos representantes.

As narrativas, como lendas e mitos, desempenham uma função organizadora dentro da sociedade, tentando fornecer explicações ao questionamento humano. No que diz respeito às lendas, são narrativas que não necessitam de uma localização no espaço, pelo contrário, vivem em uma região, emigram, viajam, ativas e sinuosas na imaginação coletiva de um povo. A lenda estabelece um valor próprio de um lugar. É um elemento de fixação, de definição. Explica um hábito, um costume, dos mais diversos (Casudo, 2012, p. 52). Em sua maioria, são narrativas transmitidas oralmente, para cada geração, com o intuito de fundamentar fatos misteriosos ou sobrenaturais. Conforme registra Bezerra (1995, p. 29), são contadas pelos mais antigos, respeitando uma transmissão hereditária, casos acontecidos com um amigo, com um parente ou até mesmo consigo.

Processo de adaptação da gênese da Iara: narrativas *off-line* e *on-line*

Neste item, dedicamos o foco para o desenvolvimento da análise partindo de uma seleção bibliográfica a respeito da gênese da Iara realizada durante o mês de junho de 2014. Optou-se por coletar na literatura narrativas baseadas em relatos tradicionais orais sobre a lenda da Iara²² por conta das condições para realização desta pesquisa independente (disponibilidade de tempo, número de pesquisadores envolvidos, auxílio financeiro e dificuldade de acesso à localidades tradicionais) não permitirem a ida a campo e a coleta pessoal em determi-

nadas localidades²³. Neste ponto, coletamos narrativas de culturas amazônicas específicas e a narrativa apresentada pela Riot Games durante o mês de julho de 2014, com o objetivo de perceber como aspectos da teoria da adaptação nos ajudam a compreender os processos de tomada de significado, de “recodificação” do mundo e a importância da fidelidade ao original no processo adaptativo (Klastrup e Tosca, 2004, p. 3).

Na teoria da adaptação, encontramos uma perspectiva de abordagem histórica sobre o processo de ressignificação que procura partir da questão da narrativa, o que nos pareceu mais aplicado para este estudo²⁴. Ambas as teorias, da adaptação e de transmídia, procuram estudar como o conteúdo pode ser transposto entre diferentes plataformas (Klastrup e Tosca, 2004, p. 3), o que justifica nossa utilização.

Andrew (1984, p. 96-106) discute sobre como é possível deslocar uma história a partir de uma mídia para outra e quais aspectos do enredo são mais importantes nesse processo. O autor acredita que a fidelidade de transformação coloca em jogo sempre um processo de atualização de um mundo específico. Na visão de Klastrup e Tosca (2004, p. 4), manter a essência de um mundo transmídia pressupõe certa quantidade de fidelidade ao que é adaptado ou traduzido como um fator necessário. Dessa forma, questões de fidelidade são importantes na construção de uma narrativa transmídia, de modo que qualquer instância de um mundo transmidiático deve manter traços de fidelidade à configuração original da trama no universo. Mostraremos como essa transposição é realizada em *LoL* por meio de uma análise comparativa entre narrativas.

O mito da sereia foi contado ao longo dos anos e modificado por meio da imaginação, chegando em várias versões, de acordo com a localidade e a cultura específica de um povo, na qual a Iara é uma versão. Para Cruz (2010, s.p.), “a palavra imagem significa a representação de um objeto ou a reprodução mental de uma sensação na ausência da causa que a produziu”. De forma consciente ou não, essa representação é criada a partir de situações vivenciadas, de lembranças e de percepções passadas e suscetível de modificação por novas experiências, como ocorre com o mito e a lenda da Iara.

²² Há várias versões da Iara divergentes no próprio território amazônico. Contudo, temos consciência da possibilidade de existir igual interferência dos autores que coletaram essas versões, o que não deslegitima seus discursos.

²³ Por conta do objetivo do trabalho, não se buscou contemplar na presente análise o significado da lenda disponível na Internet, por conta do foco da pesquisa.

²⁴ Este campo de estudo buscou refletir primeiramente sobre a complexa ação de ressignificação, principalmente, de obras de livro para o cinema. Contudo, a teoria pode lidar com qualquer forma de mídia (Klastrup e Tosca, 2004, p. 3).

A Yara [Iara, Oiara, Uaiara ou mãe d'água], a jovem Tupi, era a mais famosa mulher das tribos que habitavam ao longo do Rio Amazonas. Por sua doçura, todos os animais e plantas a amavam. Mantinha-se, entretanto, indiferente aos muitos admiradores da tribo. Numa tarde de verão, mesmo após o sol se pôr, Yara permanecia no banho, quando foi surpreendida por um grupo de homens estranhos. Sem condições de fugir a jovem foi agarrada e amordaçada. Acabou por desmaiar, sendo, mesmo assim, violentada e atirada ao rio. O espírito das águas transformou o corpo de Yara num ser duplo. Continuaria humana da cintura para cima, tornando-se peixe no restante. Yara passou a ser uma sereia, cujo canto atrai os homens de maneira irresistível. Ao ver a linda criatura, eles se aproximam dela, que os abraça e os arrasta às profundezas, de onde nunca mais voltarão (Muller et al., 2002, p. 134, grifo nosso).

Apesar de semelhantes em várias partes do mundo, análogos há muitos anos, os mitos e lendas divergem em minúcias, e são eles responsáveis por paralisar e imortalizar um certo ponto da terra. Na Amazônia, por ser um vasto território com características culturais bastante diversificadas, são perceptíveis mudanças em detalhes da lenda em cada localidade, apesar de, na maioria das vezes, a essência narrativa permanecer quase a mesma. Percebemos esses aspectos na procura pelos contos e narrativas a respeito da gênese da Iara em textos de Muller et al. (2002), recém-

-transcrito, e Brasil (1987), a seguir. O texto de Muller et al. (2002) dedica-se ao entendimento de lendas aborígenes presentes nas comunidades indígenas próximas ao rio Xingu, já a narrativa que será apresentada por Brasil (1987) é composta de relatos diretos de conversas com habitantes da região amazônica que narraram casos “acontecidos”.

Enquanto Muller et al. (2002, p. 134) mostra uma Iara mais delicada e dócil, na versão apresentada por Brasil (1987, p. 61) veremos uma Iara mais guerreira e habilidosa, que desperta o ódio e a inveja dos guerreiros. A parte grifada da versão de Muller et al. (2002, p. 134) assemelha-se com a segunda (“Promessa”, <http://goo.gl/AhiUXA>, Figura 7a) e quarta partes (“Traição”, <http://goo.gl/go0IeQ>, Figura 5a) do conto fabulista, assim como uma passagem da narrativa de Brasil (1987, p.61) lembra-nos a quinta parte do produto criado pela Riot (“Ressurreição”, <http://goo.gl/am3rPv>, Figura 5b):

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

Ao analisarmos as versões da Iara levantadas por esses autores com os conteúdos criados pela Riot, perce-



5a



5b

Figuras 5a e 5b. (a) Ataque à Iara (b) a ressurreição da índia envolta em um cardume de peixes.
Figures 5a and 5b. (a) Attack to Iara (b) the resurrection of the India wrapped in a school of fish.

Fonte: Riot Games.

bemos que ela também manteve algumas características da lenda, como a aproximação desta com animais da floresta, o sentimento de inveja que desperta em outros membros de sua tribo, a transformação da índia e o encantamento do homem por meio do canto da sereia amazônica, que o leva para o fundo do rio²⁵.

A Iara é o modelo da mais perfeita convergência cultural na mítica amazônica²⁶: Iara amazônica, a Sereia grega, a Ondina e a Loreley nórdicas, Mãe-D'Água brasileira, Kianda e Iemanjá africanas. Uma síntese composta de uma genealogia simbólica na história das culturas. Uma lenda que são muitas (Paes Loureiro, 2001, p. 259-260). Essa característica da lenda da Iara facilitou uma aproximação entre outras culturas e com o próprio jogo, pois a personagem Nami possui características da clássica sereia (Figura 2). Em termos de narrativa, não observamos resistências a respeito da construção da *skin*, pelo contrário, houve um engajamento da comunidade ao entorno do enredo criado para a personagem, que gerou diversos produtos de fãs: *fan arts* (artes, desenhos ou ilustrações de fãs), vídeos e

fanfic (ficções de fã) que muitas vezes eram veiculados nos canais de comunicação da empresa, principalmente no site e nas redes sociais.

Constatamos o chamado hibridismo empresarial ou corporativo ao qual Jenkins (2009, p. 156) menciona. Esse hibridismo ocorre quando o espaço cultural – nesse caso a empresa – absorve e transforma elementos de outro (a cultura amazônica); a obra híbrida Nami Iara, portanto, existe entre várias tradições culturais. Nesse caso, diferentemente da noção de hibridismo discutida, o termo é usado como uma estratégia corporativa que procura controlar e apropriar-se do que for rentável, sem qualquer preocupação com os impactos na narrativa base, ao invés de conter o consumo transcultural.

É nessa lógica que o mundo vê crescer uma cultura globalizada ou globalista, uma cultura que aboliu as fronteiras visando uma sociedade universal de consumidores, produtora de uma espécie de “cultura-mundo” como sistema organizador de tudo (Lipovetsky e Serroy, 2011). Na nossa sociedade do consumo, aquilo que entendemos como cultura foi transformado e boa parte das atividades



Figura 6. O verde presente na personagem Nami Iara.

Figure 6. The green in the character Nami Iara.

Fonte: Riot Games.

²⁵ Pode-se perceber isso na matéria (<http://goo.gl/dO9j9Q>) que acompanha tanto o anúncio quanto o lançamento da *skin*, na qual “ao ver a linda criatura, eles [os homens] se aproximam dela, que os abraça e os arrasta às profundezas, de onde nunca mais voltarão” (Muller *et al.*, 2002, p. 134), como de fato ocorre em matéria na qual um jovem fazendeiro é atraído por um canto rumo à Nami Iara que o envolve em um abraço e lentamente submerge, levando-o junto para o esquecimento.

²⁶ Percebemos, portanto, que formas culturais estão em constante diálogo, tornando-se prorrogativo afirmar que algo seja completamente puro ou original.



7a



7b

Figuras 7a e 7b. (a) Elementos amazônicos (b) imagem, no canto direito, de uma indústria poluindo um lago.
Figures 7a and 7b. (a) Amazonian elements (b) image, on the right corner, of an industry polluting a lake.

Fonte: Riot Games.

humanas precisam ser lucrativas, a *skin* Nami Iara encontra-se nesse âmbito.

Para tal processo, percebemos a apropriação, em todas as formas de narrativa transmidiática já mencionadas, de elementos amazônicos típicos da região, como a onça pintada, a cobra, a arara, os índios (Figura 7a) e mais ainda com a vitória-régia e a piranha (Figura 3b e Figura 4), que são sintetizados com a presença da cor verde na personagem (Figura 6). No jogo, tais elementos reforçam visualmente a chamada marca Amazônia, apesar de o nome não estar explícito, fortalecendo a ideia da região como um lugar mítico de um imaginário que navega pelos seus rios e igarapés, com a personificação de uma personagem que se transforma em uma guardiã do mundo natural (Amaral Filho, 2011, p. 83-84). Isso só é possível porque essa marca Amazônia, como afirma Amaral Filho (2010, p. 21), “atingiu um *status* globalizado que permitiu que ela se incorporasse a um imaginário planetário”.

Esse fato é bem exposto na terceira parte do conto fabulista (“Chamado”, <http://goo.gl/DQ5WpE>, Figura 7b), ao dizer que “um lago às margens de uma grande cidade estaria prestes a ter sua vida aquática posta em risco pelo despejo de material poluente” (<http://namiara.riotgamesbrasil.com.br/>). Na tentativa de atrair o jogador a consumir o bem virtual, a empresa vale-se do discurso do desenvolvimento sustentável, da responsabilidade social e da biodiversidade, defendendo a preservação da floresta e de suas populações, além de oferecer ao consumidor a possibilidade de assumir o papel de um “defensor da mata”

(Amaral Filho, 2011, p. 87), ou, como propõe a própria narrativa da empresa, uma “guardiã do mundo natural”. Como afirma Morin (2000, p. 59), o ser humano “nutre-se dos conhecimentos comprovados, mas também de ilusões e de quimera”, de mitos e imaginários.

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

A *skin* da Nami Iara atende a um antigo anseio dos jogadores brasileiros, um certo requisito de uma cultura (a brasileira) em se ver representada no universo do jogo. A primeira tentativa veio com o lançamento da *skin* de um personagem que lembrava o filme “Tropa de Elite”, do diretor brasileiro José Padilha. A ideia da Riot Games era distribuir gratuitamente a *skin* assim que o servidor brasileiro fosse lançado, em 2012, mas a “pele” não ficou pronta à época e, em seu lugar, uma outra foi liberada. Posteriormente, o adereço em comemoração ao lançamento do servidor nacional foi disponibilizado com preço normal, o que gerou polêmica na comunidade, não aprovando o personagem escolhido para representar o Brasil no universo do *game*.

Assim que a *skin* Nami Iara foi revelada, surgiram algumas discussões e especulações no fórum a respeito

do preço dela²⁷, atos de resistências como formas de engajamento do público consumidor-produtor no âmbito da cultura participativa, que foram acompanhadas pela equipe da Riot. Alguns fãs argumentavam que ela deveria ser paga, para não se tornar comum, assim como outros queriam que fosse gratuita, por ser inspirada em uma lenda amazônica. Percebendo essa situação, alguns jogadores protestaram contra a empresa por cobrar pela *skin*. A Riot se posicionou no fórum (<http://goo.gl/7Uvf3K>), decidindo que, pela primeira vez, uma *skin* seria lançada com um desconto exclusivo para uma região (o Brasil) – nem mesmo os servidores da América Latina ganharam tal promoção. Ainda reiteraram que a *skin* foi inspirada no Brasil, mas não foi feita para o Brasil, ou seja, é tão somente uma adaptação da cultura amazônica para o universo de *League of Legends*, contudo, por conta da discussão e mobilização no fórum oficial do jogo, o País foi o único a receber um desconto e uma dublagem especiais para essa *skin*.

LoL surge em um contexto de rápidas mudanças e de diversidade cultural. Logo, o propósito principal da empresa não é o de preservar tradições culturais²⁸, mas de promover a união de peças da cultura de maneira inovadora e economicamente rentável voltada para o consumo. Essas “novas mitologias”, como chama Jenkins (2009, p. 174), surgem em uma época cada vez mais fragmentada, de conteúdos à identidades, e multicultural.

A afirmativa da Riot pode se confirmar ao observarmos o nome da *skin*, no Brasil e na América Latina designada Nami Iara, que, em outros países e continentes, é chamada de *River Spirit* Nami, ou seja, Nami “Espírito do Rio”. Essa mudança movimentou no fórum diversas publicações de fãs que funcionaram como atos de resistência contrários à ação da empresa. Para entendermos a atitude da Riot, faz-se necessário recorrer ao conceito de

hibridismo corporativo de Jenkins (2009, p. 156-159) que depende de consumidores com competências culturais que se originam somente no contexto da convergência global, exigindo, portanto, conhecimento prévio da cultura popular amazônica. Como esse conhecimento ainda é restrito, a empresa precisa compreender as semelhanças e diferenças em relação às tradições paralelas do Ocidente e Oriente, apoiando-se em um ser mitológico mais conhecido, como a sereia, o espírito do rio²⁹.

Usando desse artifício, a empresa realiza uma “transcrição” da lenda da Iara, termo cunhado pela Marvel Comics (*in* Jenkins, 2009, p. 158, 387), adicionando várias referências multinacionais e multiculturais, cujo objetivo principal é reinventar e adaptar um elemento cultural existente, tornando-o mais aceitável e atraente para um determinado mercado nacional, proporcionando às pessoas de diferentes partes do globo um apoio para o ingresso no jogo ao se sentirem “representadas”, identificadas, visíveis e reconhecidas dentro desse universo, por meio dos elementos culturais que aproximam e no qual interagem jogo e jogador. Dessa forma, valendo-se do arquétipo da sereia (uma fonte mitológica) e de referências de gêneros populares, Nami Iara não precisa ser apresentada ou reapresentada, pelo fato de já ser conhecida por meio de outras fontes. A *skin*, portanto, é experimentada de diferentes formas em cada país ao redor do mundo³⁰.

Contudo, Nami Iara acaba nos convidando para compreender mais profundamente a tradição amazônica, ao evocar narrativas antigas, provocando uma conexão entre os meios de comunicação contemporâneos e a cultura – tais processos aparecem agora por meio de conteúdos midiáticos espalhados nas mais diferentes mídias, na qual o mito, lenda ou conto é o paradigma de criação; muitas vezes, essa cultura que passa a operar de acordo com o fluxo de conteúdos

²⁷ Ao realizar uma pesquisa pelas palavras-chaves “nami” e “iara”, somente no que diz respeito a títulos de tópicos no fórum de discussões gerais, foram encontrados 78 resultados. A principal postagem, intitulada “Sobre o preço da Nami Iara”, foi a manifestação sobre o preço da *skin* feita por um analista de *marketing* da Riot Games explicando os motivos da criação e do preço da personagem. A postagem chegou ao número de 75 páginas de discussão.

²⁸ Observando a criação da Nami Iara, percebemos que ela é muito mais colorida e cartunizada do que a representação da tradição oral, da evocada pelos caboclos da Amazônia. Esse “respeito” ocorre na esfera do que discutimos pelo viés da teoria da adaptação, na qual é preciso manter alguns aspectos da originalidade para garantir identificação.

²⁹ Não que isso justifique a substituição do nome Iara por *River Spirit*. Afinal, outros personagens pouco conhecidos em nossa cultura continuaram com seus nomes próprios no jogo, a exemplo do campeão Veigar, que teve uma *skin* inspirada na figura do folclórico *Leprechaun* irlandês (<http://goo.gl/6Z89a6>).

³⁰ Jenkins (2009, p. 159) já nos avisa que a economia política da convergência das mídias não se constitui de modo simétrico no mundo. LoL, por estar em vários países, produz conteúdos específicos e outros globais, mas que são consumidos de modos diversos. A construção da narrativa transmidiática de criação da *skin* baseada na Iara é realizada com particular centralidade e importância para integração da personagem na comunidade brasileira de LoL, ou seja, são criados muitos conteúdos que são unicamente veiculados no Brasil e apenas alguns globais, definindo, de certa forma, uma maior ambientação voltada para um público específico, apesar de haver um processo de localização global.

pelos canais de mídia é a chamada convergência cultural mencionada por Jenkins (2009). Dessa maneira, apesar dos mitos clássicos serem tidos como mais valiosos do que o seu respectivo contemporâneo, jogos como LoL e *skins* como Nami Iara aproximam os jogadores de volta a esses mitos antigos, colocando-os novamente em circulação (Jenkins, 2009, p. 175). A esse movimento, Durand (2004, p. 7) chamou de retorno do mito nas sociedades contemporâneas.

Considerações finais

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

Concluimos que a utilização da narrativa transmídia desenvolvida pela Riot Games funciona como uma estratégia de *marketing* que promove experiências multissensoriais e multimídia a fim de estabelecer maior conexão e identificação com os consumidores a partir de uma fonte mitológica que repousa no imaginário e na memória coletiva global. Dessa maneira, as mídias deixam de ser simplesmente interativas para ganharem o viés de participação dos seus públicos. Enfim, formas de disseminação não faltam para esse processo que é estimulado pelas empresas a gerar uma cultura participativa e um amor pela marca (*lovemark*, tornando o consumidor simples e mais um usuário do produto em fã e seguidor devoto da marca) e que impactam, cada qual à sua maneira, na experiência do jogador e até no ato da compra desses bens virtuais.

Nossa análise sugere que mundos transmídias concentrados no aspecto performativo colaborativo, no qual jogadores possam criar seus próprios conteúdos, e que se referem a mitos, lendas ou ao imaginário mantendo traços de fidelidade à configuração original da história no universo são mais bem-sucedidos do que construções que tentam recontar ou modificar tais ideias tentando impor o seu “próprio” enredo (Klastrup e Tosca, 2004, p. 8). Contudo, o cuidado com o processo adaptativo não é suficiente para inibir sua intencionalidade, que é, geralmente, a de obter lucro por meio da cultura. O exemplo da Nami Iara e a força da comunidade brasileira mostra que ainda há um processo de resistência cultural de alguns fãs frente a um contexto de hibridismo corporativo das empresas.

Com base no que discutimos, concluimos que toda essa lógica cultural atende ao requisito da cultura de nosso

tempo e dos seus usos na era global, tipicamente caracterizada como uma cultura de globalização acelerada, na qual a abordagem da cultura passa a ser vista crescentemente como um “recurso” (Yúdice, 2004, p. 25), entremeada em circuitos econômicos e sociopolíticos.

Com a valorização da esfera cultural e seus produtos, a cultura tornou-se peça para o crescimento econômico e adquiriu outras proporções, passando a assumir sentidos e ideias de cultura como conveniência, como um recurso para outros fins (Yúdice, 2004).

O discurso de preservação da biodiversidade chegou na cultura – nesse sentido, as tradições culturais, agora, também precisam ser mantidas, mais como um capital cultural em reserva para uma “exploração” futura do que por uma relação humanística. Sendo assim, podemos comparar a cultura como recurso com a natureza como recurso, principalmente quando ambas comercializam pela moeda da diversidade (Yúdice, 2004, p. 13). Nesse processo, o capitalismo lucra com as novas mercadorias da pluralidade abertas pelo processo de convergência global (Yúdice, 2004, p. 219).

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

Referências

- ANDREW, D. 1984. Adaptation. In: *Concepts in Film Theory*. Oxford, Oxford University Press, p. 96-106.
- AMARAL FILHO, O. 2010. Amazônia versus meio ambiente: sedutoras armadilhas discursivas da mídia para fidelizar novos consumidores. In: O. AMARAL FILHO; F.F. CASTRO; N.S.A. SEIXAS (orgs.), *Pesquisa em Comunicação na Amazônia*. Belém, FADESP, p. 19-43.
- AMARAL FILHO, O. 2011. Verde que te quero verde: a estética da marca Amazônia. In: M.A. MALCHER; N.S.A. SEIXAS; R.L.A. LIMA; O. AMARAL FILHO (org.), *Comunicação Midiatizada na e da Amazônia*. Belém, FADESP, p. 83-100.

- BAUMAN, Z. 2001. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 260 p.
- BEZERRA, A.M. 1995. *Amazônia – lendas e mitos: Curuçá sua terra, sua gente*. Belém, Banco da Amazônia S.A/Centro Cultural de Arte e Folclore da Amazônia, 110 p.
- BRASIL, A.B. 1987. *Amazônia, reino da fantasia*. Porto Alegre, Posenato Arte & Cultura, 184 p.
- CAILLOIS, R. 1990. *Os jogos e os homens*. Lisboa, Cotovia, 228 p.
- CASCUDO, L.C. 2012. *Geografia dos Mitos Brasileiros*. 1ª ed. digital, São Paulo, Global, 396 p.
- CRUZ, J. 2010. *A Influência do Imaginário na Construção da Civilização no Brasil Colônia*. Disponível em: <http://goo.gl/w87Lmr>. Acesso em: 20/10/2014.
- DFC INTELLIGENCE. 2013. Forecasts Worldwide Online Game Market to Reach \$79 Billion by 2017. Disponível em: <http://goo.gl/qZfTfL>. Acesso em: 21/10/2014.
- DURAND, G. 2004. O retorno do mito: introdução à mitologia. Mitos e sociedade. *FAMECOS*, 1(15):74-82.
- FALCÃO, T. 2010. Às margens de uma nova corrida do ouro. Notas introdutórias sobre Trabalho e Lazer em Mundos Virtuais. *Comtempo*, 2(1):1-10.
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. 2013. *Métodos de pesquisa para internet*. 2ª ed., Porto Alegre, Sulina, 239 p. (Coleção Cibercultura).
- G1, 2014. 'League of Legends' é o game online mais rentável de 2014, diz pesquisa. Disponível em: <http://goo.gl/GGGWfy>. Acesso em: 10/10/2014.
- HUIZINGA, J. 2000. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo, Perspectiva, 161 p. (Versão digital).
- JENKINS, H. 2009. *Cultura da convergência*. 2ª ed., São Paulo, Aleph, 428 p.
- JUUL, J. 2001. Games Telling Stories? A brief note on games and narratives. *Game Studies – The International Journal of Computer*, 1(1):s.p.
- KLASTRUP, L. 2003. A poetics of virtual worlds. In: *Conference Melbourne DAC*. P. 100-109. Disponível em: <http://goo.gl/IN0aTM>. Acesso em: 15/06/2015.
- KLASTRUP, L.; TOSCA, S. 2004. Transmedial Worlds - Rethinking Cyberworld Design, CW. In: *International Conference on Cyberworlds*, Tokyo, s/p.
- LARANJEIRA, P.; PORTO, E.; PINHEIRO, P. 2013. Além da arena: Análise das estruturas de organização e comunicação surgidas em comunidades de jogadores de jogos tipo MOBA. In: *SBgames*, 12, São Paulo, 2013. *Anais...* 1:80-87.
- LEMOS, A. 2014. Tecnologia e Cibercultura. In: A. CITELLI; C. BERGER; M.A. BACCEGA; M.I.V. LOPES; V.V. FRANÇA (org.), *Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores*. São Paulo, Contexto, p. 412-420.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. 2011. *A Cultura-Mundo: respostas a uma sociedade desorientada*. São Paulo, Companhia das Letras, 208 p.
- LOLZINHO. 2014. League of Legends é o jogo mais jogado do mundo. Disponível em: <http://goo.gl/pHUcKp>. Acesso em: 20/10/2014.
- MACHADO, A. 2007. *O Sujeito na Tela. Modos de Enunciação no Cinema e no Ciberespaço*. São Paulo, Paulus, 254 p.
- MAFFESOLI, M. 2001. O imaginário é uma realidade. *FAMECOS*, 1(15):74-82.
- MAZUREK, M.; POLIVANOV, B. 2013. Bens virtuais em games online: consumo e publicidade em *League of Legends*. In: Seminário de Iniciação Científica ESPM, 2, São Paulo, 2013. *Anais eletrônicos...* 1:1-16.
- MORIN, E. 2000. *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. São Paulo/Brasília, Cortez/Unesco, 118 p.
- MULLER, C.; LIMA, L.; RABINOVICI, M.; COWELL, A. (orgs.). 2002. *O Xingu dos Villas Bôas*. São Paulo, A Estado, 205 p.
- NEWZOO. 2014. Top 100 Countries Represent 99.8% of \$81.5Bn Global Games Market. Disponível em: <http://goo.gl/TQVW0F>. Acesso em: 21/10/2014.
- PAES LOUREIRO, J.J.P. 2001. *João de Jesus Paes Loureiro: obras reunidas - Cultura Amazônica: uma poética do imaginário*. São Paulo, Escrituras Editora, 437 p.
- PINHEIRO, C.M.P. 2007. *Apontamentos Para uma Aproximação Entre Jogos Digitais e Comunicação*. Porto Alegre, RS. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 201 p.
- PAVÃO, A. 2000. A aventura da leitura e da escrita entre mestres de roleplaying games (RPG). In: Reunião da ANPED, 23, Caxambu, 2000. *Anais...* 1:1-16.
- REBS, R. 2012. Bens virtuais em social games. *Revista Intercom*, 35(2):205-224.
- <http://dx.doi.org/10.1590/s1809-58442012000200011>
- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. 2012a. *Regras do Jogo: Fundamentos do Design de Jogos: interação lúdica*. São Paulo, Blucher, vol. 3, 154 p.
- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. 2012b. *Regras do Jogo: Fundamentos do Design de Jogos: cultura*. São Paulo, Blucher, vol. 4, 258 p.
- SANTAELLA, L. 2003. *Cultura e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. 1ª ed., São Paulo, Paulus, 360 p.
- SANTAELLA, L. 2013. *Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação*. 1ª ed., São Paulo, Paulus, 376 p.
- SHELL, J. 2008. *The Art of Game Design: A book of lenses*. Pensilvânia, CRC, 489 p.
- SOUND CLOUD. [s.d.]. Leagueoflegendsbrasil, Contos do Fabulista, Parte 1: Reunião. Disponível em: <https://soundcloud.com/leagueoflegendsbrasil/fabulista-parte-1>. Acesso em: 14/08/2015.
- YÚDICE, G. 2004. *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. 1ª ed., Belo Horizonte, Editora da UFMG, 651 p.

Submetido: 05/12/2014

Aceito: 15/07/2015