

Noël Nel es profesor en Ciencias de la Comunicación e Información de la Université de Metz, U. F. R., Sciences Humaines et Arts, Département de Communications. Es autor de "Les régimes scopiques", en *Champs visuels* 1-2, 1996; "Généralité, séquentialité, esthétiques télévisuelles", en *Réseaux* 81, 1997, y editor de *Les enjeux du virtuel* (Paris: L'Harmattan, 2001). E-mail: noel.nel@worldonline.fr

Uma das características principais dos produtos concebidos especificamente para os novos meios digitais (hipermídia, vídeo games, realidade virtual, ambientes colaborativos baseados em rede etc.) reside no fato de os cenários e seres virtuais que aparecem na tela poderem ser a qualquer momento alterados, introduzidos, redistribuídos e destruídos pelo sujeito colocado na frente do computador para interagir com ele. A narrativa ou a situação que esse sujeito vai encontrar nos espaços e tempos simulados pelo computador não está mais definida *a priori*. Ela aparece, ao contrário, como um campo de possibilidades governado por um programa e, portanto, existe como um repertório de situações manejado por uma espécie de máquina de simulação, capaz de tomar decisões em termos narrativos, a partir de uma avaliação das ações exercidas por esse receptor ativo e imerso (o usuário) que vamos a partir de agora passar a chamar de *interator*. Em outras palavras, nos novos ambientes de imersão possibilitados pelos simuladores de acontecimentos virtuais, boa parte das estratégias narrativas que antigamente eram atribuídas a um *narrador* interno à diegese passam agora a ser assumidas por dois sujeitos simultaneamente: de um lado, o interator, sujeito físico que se deixa imergir na simulação, espécie de *demiurgo* que faz desencadear os acontecimentos na tela; de outro, um sujeito despersonalizado, de funcionamento automático, que Couchot (1998: 5-13) chama de *sujeito-SE* (*sujet-ON*), mais exatamente

MODOS DE AGENCIAMENTO E REGIMENS DE IMERSÃO NO CIBERESPAÇO

ARLINDO MACHADO

Uma das características principais dos produtos concebidos especificamente para os novos meios digitais (hipermídia, vídeo games, realidade virtual, ambientes colaborativos baseados em rede etc.) reside no fato de os cenários e seres virtuais que aparecem na tela poderem ser a qualquer momento alterados, introduzidos, redistribuídos e destruídos pelo sujeito colocado na frente do computador para interagir com ele. A narrativa ou a situação que esse sujeito vai encontrar nos espaços e tempos simulados pelo computador não está mais definida *a priori*. Ela aparece, ao contrário, como um campo de possibilidades governado por um programa e, portanto, existe como um repertório de situações manejado por uma espécie de máquina de simulação, capaz de tomar decisões em termos narrativos, a partir de uma avaliação das ações exercidas por esse receptor ativo e imerso (o usuário) que vamos a partir de agora passar a chamar de *interator*. Em outras palavras, nos novos ambientes de imersão possibilitados pelos simuladores de acontecimentos virtuais, boa parte das estratégias narrativas que antigamente eram atribuídas a um *narrador* interno à diegese passam agora a ser assumidas por dois sujeitos simultaneamente: de um lado, o interator, sujeito físico que se deixa imergir na simulação, espécie de *demiurgo* que faz desencadear os acontecimentos na tela; de outro, um sujeito despersonalizado, de funcionamento automático, que Couchot (1998: 5-13) chama de *sujeito-SE* (*sujet-ON*), mais exatamente

um programa de geração automática de situações narrativas, que dialoga com o primeiro. Cabe a esse programa, senão decidir concretamente o que vai acontecer (uma vez que isso depende também das decisões tomadas pelo interator), estabelecer o universo de eventos permitidos e as condições para que aconteçam. Ele funciona, portanto, como uma espécie de meta-narrador, cuja função primeira é estabelecer as regras e condições para os acontecimentos possíveis no universo diegético, uma vez que as intrigas singulares serão efetivamente produzidas pelo interator que dialoga com o programa. Esse meta-narrador maquínico pode funcionar também como um personagem de pleno direito, como naqueles vídeo games em que ele assume o papel de um antagonista para o interator. Temos aqui então a convergência de dois agentes instauradores de situações narrativas: de um lado, o interator, que se define como sujeito enquanto expressão de uma vontade e de uma consciência e, de outro, algo assim como um *sujeito-robô*, o programa, de funcionamento inteiramente automático.

Esse sujeito-robô pode tomar várias formas diferentes, dependendo da mídia utilizada. Nos vídeo games e simuladores de realidade virtual, ele estabelece o repertório dos acontecimentos possíveis e as regras de funcionamento de seus elementos. *The Sims*, por exemplo é um simulador de acontecimentos narrativos ambientado no plano doméstico. Ele permite que o interator construa uma casa, providencie a respectiva decoração interna e em seguida crie os personagens (os Sims) que irão habitá-la. Uma vez definidos os personagens e o ambiente, a ação começa a acontecer de forma autônoma e automática, de certa forma impossível de prever. Temos aí então situações narrativas que, em cada uma de suas ocorrências singulares, poderiam fazer parte do enredo de uma peça de teatro ou de um filme de ficção, mas neste caso estão ocorrendo de forma autônoma e imprevisível, a partir de certas condições iniciais decididas pelo interator, das regras e limites impostos pelo programa e das combinações aleatórias que o computador vai operando ao longo do processo de geração do mundo dos Sims. Por essa razão, a "história" que se desenrola na tela nunca se repete exatamente da mesma maneira, mas também jamais pode enveredar por caminhos que não estão previstos no programa. Como num jogo de xadrez, o interator domina as peças e tem autonomia para adotar a estratégia que lhe parecer mais adequada para chegar ao xeque-mate, mas só pode atuar dentro das regras determinadas pelo algoritmo do jogo.

Já nos diversos tipos de ambientes colaborativos, como os que atualmente estão disponibilizados na Web, a função da máquina geradora de narrativas automáticas consiste basicamente em administrar a entrada e saída dos diversos interatores, bem como controlar o seu comportamento, a sua ação e

a comunicação entre eles, enquanto estiverem *on-line*. Em geral, os usuários reais entram ou mergulham no mundo virtual não exatamente enquanto tais, mas como personagens de uma ficção (utilizando encarnações gráficas chamadas *avatares*, de que trataremos mais à frente) e dentro dele agem de acordo com a estrutura de funcionamento disponibilizada pelo programa regulador das convenções narrativas.

Nos vídeo games mais convencionais, os personagens são em geral partes do programa e o único personagem não programado é o interator, que comparece no jogo sob a forma de um dos personagens. Já nos ambientes colaborativos e nos vídeo games multiusuários, que permitem que dois ou mais interatores joguem entre si, todos os participantes são interatores. Mas pode ser que um ou vários dos personagens com os quais nos deparamos nos *chats* e mundos virtuais sejam, na verdade, *bots* (forma abreviada de *robots*), pequenos programas de inteligência artificial que simulam um interator real. Em geral, eles são desenvolvidos pelo próprio criador do sistema, para fazer a manutenção do *site*, corrigir pequenos erros e às vezes também para atuar como uma espécie de "polícia" no mundo virtual, cuidando de que as regras sejam cumpridas e de que todos os visitantes estejam registrados. Eles podem também ser colocados no sistema por algum usuário, funcionando então como seu *alter ego* nos momentos em que ele não está no ciberespaço, de modo a permitir manter pequenas conversações, fazer contatos rápidos e responder a questões simples. Os *bots* podem ainda funcionar como verdadeiros personagens na cena, dialogando com os interatores às vezes com tal eloquência que estes últimos jamais poderiam imaginar estar mantendo contato com uma peça de *software* em lugar de uma pessoa real.

1. MODOS DE AGENCIAMENTO

Os povos de língua inglesa chamam de *agenciamento* (*agency*) a sensação experimentada por um interator de que uma ação significativa é resultado de sua decisão ou escolha (Murray 1997: 126). Normalmente, quando lemos um romance ou assistimos a um filme, não esperamos que qualquer de nossas ações possam interferir na evolução da história, ou seja, não experimentamos nenhum sentimento de agenciamento. Por mais grave ou perigosa que seja a situação apresentada em um filme, sabemos que nada podemos fazer, enquanto espectadores, para ajudar os personagens. Já nos meios digitais, nós nos defrontamos o tempo todo com um mundo que é dinamicamente alterado pela nossa participação. Um ambiente virtual pode ser explorado da forma como o interator quiser. O caminho a seguir não está

determinado *a priori*. Agenciar é, portanto, experimentar um evento como o seu agente, como aquele que *age* dentro do evento e como o elemento em função do qual o próprio evento acontece.

Observemos o exemplo de *Myst*. Ao entrar no jogo, o interator depara-se com algo assim como um cenário abandonado, ligeiramente surrealista, no qual se pode ir encontrando pistas, marcas, evidências de que há uma história por detrás daquela paisagem desolada e que, por essa razão, o terreno deve ser explorado como uma história de detetive. O enredo oculto na paisagem vai revelando-se aos poucos, mas apenas ao visitante atento e esperto: dois irmãos, Sirrus e Achenar, encontram-se aprisionados em livros mágicos, depois de terem aprisionado o próprio pai, Atrus. Através de breves e fragmentárias aparições, eles solicitam a ajuda do interator. Para conseguir libertá-los, o interator terá de percorrer um cenário composto de milhares de paisagens e que constituem quatro terras ou idades mágicas, nas quais deverá enfrentar lugares labirínticos e sem saída, reconhecer e negligenciar pistas falsas, escapar de perigos de toda espécie, resolver uma série de enigmas e sobretudo encontrar e trazer de volta as páginas que faltam nos livros onde se encontram aprisionados o pai e os irmãos.

A principal diferença que entre a situação narrativa colocada por *Myst* e aquelas praticadas em outras modalidades dramatúrgicas reside no fato de não existir uma única maneira de fazer evoluir os acontecimentos. Cada visitante ou jogador passa por caminhos distintos, resolve de forma diferente os mistérios e experimenta de modo personalizado os fatos da história. Alguns poderão encontrar um caminho mais curto para chegar ao “final”, outros também chegarão lá, mas só depois de seguir percursos mais tortuosos e se perder nos diversos labirintos do jogo. Alguns lugares serão visitados apenas por uns, mas não por outros interatores. Não há um percurso único, definido, que se possa considerar o caminho correto de chegar ao “fim”. Todos os caminhos são legítimos, mesmo que não levem a lugar algum, até porque nesse tipo de dramaturgia o prazer encontra-se menos em resolver uma intriga e chegar à catarse final do que em experimentar as suas mil possibilidades de desenvolvimento.

Uma história que pode ter muitos desenvolvimentos possíveis deve ter também, pela sua própria lógica interna, muitos finais possíveis. A própria idéia de “fim” é relativizada, pois o interator sempre pode retornar a algum ponto anterior de desenvolvimento, tomar outras decisões e ver como, a partir dessas novas decisões, a história pode terminar de forma diferente. Nas propostas narrativas mais ousadas e mais distantes dos esquemas comerciais dos vídeo games, a idéia de finalização pode ser de fato abolida, como a confirmar a máxima de Jorge Luís Borges (1986: 72) segundo a qual “o conceito

de texto definitivo não corresponde senão à religião ou ao cansaço”. Numa das obras mais influentes da literatura hipertextual para computadores – *Afternoon, a Story* – o autor Michael Joyce recusa-se a construir qualquer idéia de fechamento para sua história. Deste modo, nunca fica claro para o leitor/interator se a história já acabou ou não e se alguma parte de seu desenvolvimento fragmentário ainda resta para ser lida. Na verdade, o autor deixa que o próprio leitor decida por si mesmo quando a história está terminada. Em geral, o leitor pára de ler por cansaço, por falta de interesse em continuar, ou porque sente que a história já não mais progride, voltando constantemente aos mesmos pontos já percorridos, o que pode ser um indício (todavia não confirmado) de que o seu conteúdo inteiro já foi esgotado. Toda navegação, toda imersão em ambientes digitais envolve sempre uma certa dose de frustração e fascínio, na medida em que o universo ficcional nunca pode ser conhecido em sua inteireza, a não ser pelo seu criador, e portanto sempre fica a sensação que se pode voltar a ele outras vezes e conhecê-lo de forma diferente, como se fosse uma história nova.

2. REGIMENS DE IMERSÃO

Os atuais ambientes tecnológicos de imersão e de agenciamento estão promovendo a ocorrência de um fenômeno novo, que poderíamos definir como sendo a *hipérbole do sujeito*, uma espécie de narcisismo radical e auto-referenciado, em que a única identificação possível é a do sujeito com ele mesmo. O interator quase sempre se insere nesses ambientes como o seu *sujeito* e, na maioria dos casos, é impossível vivenciar as narrativas interativas senão encarnando o seu personagem principal, aquele em função da qual os eventos acontecem. Em grande parte dos vídeo games, o jogador se insere no jogo como o seu agente visualizador. Nas simulações de corridas de automóveis ou de vôos de aviões, por exemplo, essa inserção se dá através da modalidade clássica da câmera subjetiva, com o jogador assumindo o assento do piloto e observando na tela do vídeo o percurso que ele próprio determina através do manejo dos instrumentos de bordo. Neste caso, as imagens são mostradas sempre a partir desse ponto de vista cativo do jogador confundido visual e acusticamente com o personagem principal da intriga. Mas há também aqueles casos em que o jogo não é dado em câmera subjetiva e em que o personagem controlado pelo jogador aparece objetivado na tela. Ainda aqui podemos falar de agenciamento, se bem que se trata de um agenciamento sem representação da subjetividade, pois o personagem que age na tela e que enfrenta os inimigos e obstáculos é uma espécie de *alter ego* do próprio jogador que o manipula com seu *joystick*.

Há, portanto, nos meios digitais, dois tipos principais de imersão, ou seja, de representação do interator no interior da cena. Podemos acompanhar as peripécias da ação de um ponto de vista externo, como um observador, enquanto dirigimos o personagem que nos representa no interior da cena, tal como acontece, por exemplo, num vídeo game como *Mortal Kombat*. Ou então, de forma mais imersiva, podemos visualizar a ação de um ponto de vista interno, através de um efeito de câmera subjetiva, como acontece em *Doom*, em que os meus opositores se dirigem a mim (isto é, à tela que estou visualizando, como se eu estivesse realmente presente na cena). Em alguns vídeo games, como no simulador de corridas *Indianapolis*, o interator pode decidir se quer adotar um ponto de vista externo (como o de uma câmera de televisão que transmite a corrida) ou interno (como o do piloto de um carro).

2.1 O Avatar

A expressão *ciberespaço* designa não propriamente um lugar físico para onde possamos nos dirigir enquanto corpos matéricos. É mais propriamente uma figura de linguagem para designar aquilo que ocorre num lugar “virtual”, tornado possível pelas redes de comunicação. Diversas pessoas localizadas em pontos diferentes do planeta podem se “encontrar” virtualmente através de dispositivos de comunicação e conversar, trocar experiências, como se estivessem à mesa de um café. Esses lugares, esses cafés, essas salas “virtuais” onde pessoas de várias partes do mundo se encontram sem se deslocarem fisicamente constituem o que chamamos de ciberespaço. Os MUDs (*Multi-User Domains*) ampliaram essa metáfora do lugar virtual e a transformaram em ambientes *on line* construídos de forma colaborativa e em larga escala, verdadeiras cidades virtuais, a que os participantes iam acrescentando objetos, cenários, casas, cômodos, nos quais e com os quais era possível desempenhar papéis, contracenar ações e construir ficções coletivas. Mas os MUDs eram ainda ambientes literários: neles só havia textos escritos que descreviam esses ambientes, as características de seus personagens, as ações que desempenhavam e os diálogos que trocavam entre si. A partir de finais dos anos 1980, com a criação da World Wide Web e o surgimento de navegadores gráficos como o *Mosaic*, essas cidades virtuais passaram a ganhar imagens e sons, os personagens que nelas transitam ganharam corpo e as ações se converteram em verdadeiras seqüências cinematográficas.

Tanto nos antigos MUDs literários, quanto nos novos cenários sonoros, gráficos e tridimensionais, o que se vê e se ouve (eventualmente também se lê) não são diretamente os participantes ou jogadores, mas as identidades por eles assumidas e colocadas na rede. Ao entrar num desses ambientes colaborativos, o usuário deve designar-se um nome, um sexo e uma descrição física,

que podem tomar diretamente a forma de uma figura (humana ou não) estilizada, portanto um *avatar*. O anonimato desses ambientes “dá às pessoas a chance de explorar múltiplas personalidades e experimentar diferentes aspectos da subjetividade, jogar com sua própria identidade e tentar outras” (Turkle 1995: 12). Muitos desses “mundos” atribuem a cada participante certas qualidades ou capacidades que podem ser incrementadas ou diminuídas, conforme as experiências (boas ou más) acumuladas, ou conforme o desempenho demonstrado. O resultado é sempre um processo de negociação entre, de um lado, as iniciativas, as fantasias e os desejos de um jogador real projetado num avatar e, de outro, as convenções, atributos e possibilidades previstos no programa.

O termo *avatar* veio originalmente da mitologia indu, onde designava o corpo temporário utilizado por um deus quando visitava a terra. O antigo termo sânscrito *avatara* significava, ao pé da letra, “passagem para baixo”. Foi utilizado pela primeira vez para designar a representação visual (eventualmente também sonora) do usuário no ciberespaço por Chip Morningstar em 1985, em seu *Habitat*, o primeiro mundo virtual dotado de avatares. O termo se universalizou após ter sido utilizado nessa mesma acepção por Neal Stephenson (1992), num *best seller* de ficção científica (Mitchell 1999: 117). O sucesso de *Habitat* incentivou o surgimento de várias dezenas de outras e esse número não pára de multiplicar-se no atual panorama da Web: *The Palace*, *Alpha World*, *WordsAway*, *Traveler*, *Virtual Places*, *Brave New Worlds* e muitas outras exaustivamente descritas por Bruce Damer em seu livro *Avatars!* (1998).

O avatar pode ser visto como uma espécie de *máscara*, que se pode por e tirar, como no carnaval, para compor identidades múltiplas e assumir novos papéis, muitos deles não aceitos seja pela sociedade, seja pelo próprio mascarado. Toda a idéia de travestismo, de inversão de papéis, que possibilita efetuar permutações entre o elevado e o baixo, o sagrado e o profano, o nobre e o plebeu, o masculino e o feminino e que está por detrás do tema da máscara na teoria de Mikhail Bakhtin (1970) pode ser aplicada também ao avatar, se bem que com algum cuidado. Para Bakhtin, a máscara tem um sentido político desmistificador na cultura carnavalesca, permitindo jogar um olhar divergente sobre o mundo, um olhar ainda não enquadrado pelo cabresto da civilização, de modo a tornar sensível a relatividade dos valores e a circunstancialidade dos poderes e saberes. No mundo dos computadores, a máscara representada pelo avatar cumpre um papel mais propriamente psicanalítico do que político: ela exprime uma crise de identidades que não tomou ainda a forma de uma crítica dos costumes, mas que se dissimula em projeções e metáforas de natureza freudiana.

2.2 A Câmera Subjetiva

A câmera subjetiva é aquele tipo de construção cinematográfica em que há uma coincidência entre a visão dada pela câmera ao espectador e a visão de um personagem particular. Em outras palavras, eu – espectador – vejo na tela exatamente o que o personagem vê no seu campo visual. No cinema convencional, o uso da câmera subjetiva é, na maioria das vezes, contrabalançado com cenas não subjetivas, ou seja, com cenas visualizadas por um observador externo, cenas em que o personagem vidente aparece também visualizado dentro do quadro. Já nos ambientes em que se visa produzir um efeito de imersão, a câmera subjetiva costuma ser um dos recursos mais utilizados, pois é a maneira mais poderosa de fazer com que o espectador se sinta “dentro” do filme, incorporando um olhar já presente e previsto na imagem, o olhar de um personagem virtual ou potencial que ele próprio, o interator, assume ao penetrar no sistema. A técnica da câmera subjetiva, marginal na história do cinema, converte-se agora em regra e princípio absoluto de uma nova dramaturgia que faz do lugar do espectador a força centrípeta da imagem.

Nos meios baseados em efeitos de imersão, a câmera subjetiva exclusiva e exaustiva produz resultados estruturais menos complexos do que no cinema. Como no teatro, o ponto de vista já não é mais nem de um “narrador” externo, nem de um personagem internalizado na história, mas o de um espectador que “atravessou o espelho” e que assiste ao filme (mas também interage com ele) conservando seu próprio ponto de vista. Essa coerência, todavia, tem a sua contraparte corrosiva. A multiplicidade de pontos de vista no cinema produzia como resultado uma experiência estética de indefinição e de ambigüidade de uma riqueza e de uma complexidade extraordinárias e tudo isso agora se estreita terrivelmente na experiência de uma câmera subjetiva exclusiva, monótona e sem variação.

De fato, no cinema, contamos sempre com distintos modos de agenciamento que se opõem, que se completam e se confundem em graus distintos ao longo da projeção. Essa riqueza, essa complexidade no manejo do ponto de vista constitui a grande perda dos meios digitais, ou seja, do cinema baseado no ponto de vista único, o do interator. Não se tem, nos vídeo games e nos módulos de realidade virtual, a mesma ambigüidade de posicionamento do sujeito que se tem por exemplo no *sonho*, modelo e matriz do cinema, em que o sonhador é sempre uma presença indefinida dentro da “realidade” que a máquina sonhadora elabora. Vide a análise que faz Freud do enunciado “*Bate-se numa criança*”, em que o sujeito sonhador ora se encontra na posição daquele que bate, ora na posição do que apanha e outras vezes ainda ele aparece como um observador externo, que assiste à cena (Freud 1970: 225-253). Nas máquinas de produção de realidade virtual, toda ambigüidade se

reduz a uma certeza determinista: aqui estou eu, imerso neste mundo de criaturas virtuais alienígenas, e tenho quinze minutos para destruí-los, antes que soe o alarme de “*game over*”.

Mas talvez estejamos tentando enquadrar um fenômeno novo (os meios digitais) dentro de modelos de análise convencionais, inadequados para dar conta dos novos problemas e novos desafios que ele lança. O sujeito implicado nos dispositivos de realidade virtual é agora um sujeito *agenciador*, um sujeito que dialoga, que interage com as imagens (e com sons e com estímulos táteis) do programa. Se ele perde parte do estatuto clássico dado pelos modelos da narrativa oitocentista e da figuração renascentista, ele ganha, por outro lado, potencialidades novas, ainda pouco conhecidas e mal utilizadas. Se ele perde ambigüidade enquanto instância imaginária dentro do universo virtual das imagens e dos sons, ele ganha, paradoxalmente, um universo de acontecimentos muito mais complexo, um universo que passa a demandar do sujeito respostas problematizadoras, respostas não inteiramente previstas pelo enredo e que podem resultar em soluções dramáticas inéditas em toda a história da cultura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, M. (1970) *L'oeuvre de François Rabelais et la culture populaire au Moyen Age et sous la Renaissance*. Paris: Gallimard.
- BORGES, J. L. (1986) *Discussão*. São Paulo: Difel.
- COUCHOT, E. (1998) *La technologie dans l'art*. Nîmes: Jacqueline Chambon.
- DAMER, B. (1998) *Avatars! Exploring and Building Virtual Worlds on the Internet*. Berkeley: Peachpit.
- FREUD, S. (1970) “Uma Criança É Espancada”, em *Edição Standard das Obras de Sigmund Freud*, vol. XVII. Rio de Janeiro: Imago.
- MURRAY, J. (1997) *Hamlet on the Holodeck. The Future of Narrative in Cyberspace*. Cambridge: The MIT Press.
- STEPHENSON, N. (1992) *Snow Crash*. New York: Bantam.
- TURKLE, S. (1995) *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*. New York: Touchstone.

ABSTRACT

Immersion is a word, used in the virtual reality and videogame fields, to refer to the act of entering or diving into the images and sounds generated by the computer. Agency, according to Janet Murray, is the satisfying power to take

meaningful action and see the results of our decisions and choices. This article aims to investigate the different ways of the dynamic participation of the interactor in new media like videogames, hypermedia, virtual reality and collaborative environments on the Net.

Arlindo Machado é professor do Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. É autor, entre outros, dos livros *A Ilusão Especular: uma Teoria da Fotografia* (São Paulo: Brasiliense), *A Arte do Vídeo* (São Paulo: Brasiliense), *Máquina e Imaginário: o Desafio das Poéticas Tecnológicas* (São Paulo: Edusp), *Pré-cinemas & Pós-cinemas* (Campinas: Papyrus), *A Televisão Levada a Sério* (São Paulo: Senac), *O Quarto Iconoclasmo* (Rio de Janeiro: Contracapa) *Vídeo Cuadernos* (Buenos Aires: Nueva), *El imaginario numérico* (Valencia: Eutopias) e *El paisaje mediático* (Buenos Aires: Rojas). E-mail: arlimach@uol.com.br

EL PAPEL DEL VIDEOJUEGO EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES: ANTOFAGASTA Y TEMUCO (CHILE)

RICARDO CASAS TEJEDA

LUIS PERILLÁN TORRES

1. INTRODUCCIÓN

La investigación semiótica reciente señala que la videoanimación japonesa es hoy en Chile un objeto de alto consumo entre los jóvenes, y que funciona como un consumo asociado a otros objetos de las videoculturas de la "japoanimación": *manga*,¹ *animé*,² juguetes, merchandising, CD-ROM, videojuegos, cartas coleccionables, etc. (Del Villar 2000).

Para entender el papel de los dibujos animados y de los videojuegos en los procesos de construcción de identidades, la investigación sociosemiótica reciente (Del Villar et al. 2001) nos permitió conocer los protocolos perceptivos presupuestos en la videoanimación norteamericana y japonesa y en los videojuegos. El equipo de esta investigación aplicó una encuesta a 180 jóvenes de estrato alto, medio y bajo, y segmento de edades 10 a 11 años, 12 a 15, y 16 a 19, segmentándola por género masculino/femenino, en las ciudades de Antofagasta y Temuco, que fueron complementadas por entrevistas en profundidad y grupos focales, lo que resultó útil para detectar las categorías interpretativas empíricas del videojuego y el contexto desde el cual se generan dichas categorías.