

O simulacro de Baudrillard e o *game* Divertida Mente na Rádio Disney¹

Kamilla AVELAR²

Nair PRATA³

Universidade Fumec

Universidade Federal de Ouro Preto

Resumo

Jean Baudrillard cunhou os conceitos de simulação e simulacro como substitutos da realidade. Para o autor, o que existe são representações que assumem por vezes o caráter da neo-realidade ou hiper-realidade. A construção da hiper-realidade é mediada pela máxima exploração do significante resultando em fragmentos da realidade. A partir da explanação dos conceitos, este artigo pretende analisar o aplicativo Rádio Disney, disponível para *download* gratuito nos aparelhos telefônicos da Apple (sistema IOS) ou do Google (sistema Android) via Google Play. Utilizaremos também como exemplo de simulacro o *game* Divertida Mente, escolhido por compor o aplicativo da rádio. A pesquisa se desenvolve à luz das ideias cunhadas por Baudrillard, pela literatura que referencia o campo e pela pesquisa exploratória. A partir desses elementos é possível concluir que o aplicativo é um suporte com capacidades de criar e recriar situações que representam a magia em um exercício autor-referencial. Assim, a Rádio Disney é uma máquina incessante na construção de simulacros.

Palavras-chave: SIMULACRO, SIMULAÇÕES, DISPOSITIVOS MÓVEIS, RÁDIO DISNEY; GAMES

Introdução

Jean Baudrillard, sociólogo francês, ao pensar os conceitos de simulação e simulacro, no início da década de 1980, referia-se à construção da realidade por meio da supervalorização do signo. O autor defende que a realidade é mediada, e que, aos poucos, distorce e impõe uma lógica midiática dominante.

Em 1981, época em que o pensamento de Baudrillard foi exposto, o autor não se referiu a um meio de comunicação específico, mas aos *media* de uma forma geral. Ao

¹ Trabalho apresentado na DT 4 – Comunicação Audiovisual do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

² Jornalista (UniBH), especialista em Gestão de Marketing (FDC), mestre em Comunicação (UFOP) e doutoranda em Administração (Universidade FUMEC). Membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor). Bolsista da FAPEMIG. kamilla_avelar@yahoo.com.br.

³ Jornalista (UFMG), doutora em Linguística Aplicada (UFMG), professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Temporalidades da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), diretora Regional Sudeste da Intercom, vice-presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar), membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor). nairprata@uol.com.br.

considerar o modo como a realidade era construída e como o conteúdo se inseria no meio social, o sociólogo acreditava na construção de simulações e simulacros que quanto mais se propunham reais, contraditoriamente, mais se afastavam da realidade.

Motivados pelo pensamento do sociólogo francês, esse trabalho, por meio da pesquisa exploratória, se propõe a pensar o aplicativo Rádio Disney como uma máquina capaz de produzir simulacros ininterruptamente. Para tal, levaremos em conta o ambiente interativo que abriga onze rádios com programações diferentes na América do Sul, Central e do Norte, além de 20 *games*: 14 com *download* gratuito e seis pagos. Atente-se ao fato de que para funcionar, além das necessidades técnicas previamente desenvolvidas, o aplicativo precisa de conexão com a internet para acessar a programação das rádios, o mesmo não acontece com os jogos.

O simulacro de Jean Baudrillard

Jean Baudrillard, em meados dos anos 1980, publicou o ensaio *Simulacros e Simulações* a fim de discutir as relações entre os homens e os sistemas de representação que permeavam o cotidiano na sociedade contemporânea. Questionando a realidade pura e plena, o autor disse que tal fato não poderia ser alcançado, pois toda a realidade que se conhece é mediada pela exploração máxima do sentido dos signos passando a ser uma construção mental, imagética, etc. O autor acreditava na construção de uma realidade que acabava por se combinar e se recombinar:

O real é produzido a partir de células miniaturizadas, de matrizes e de memórias, de modelos de comando – e pode ser reproduzido um número infinito de vezes a partir daí. Já não tem de ser racional, pois já não se compara com nenhuma instância, ideal ou negativa. É apenas operacional. Na verdade, já não é o real, pois já não está envolto em nenhum imaginário. É um hiper-real, produto de síntese irradiando modelos combinatórios num hiperespaço sem atmosfera (BAUDRILLARD, 1991, p. 8).

Assim, não se pode pensar a realidade limitada aos conceitos de verdadeiro ou falso, real ou irreal, mas devem-se considerar as ideias de simulacros e de simulações que são construídos nas relações midiáticas e sociais, dia a dia. Por simulação entende-se a representação do fato que surge como “uma estratégia do real, de neo-real e de hiper-real, que faz por todo o lado dobragem de uma estratégia de dissuasão”

(BAUDRILLARD, 1991, p. 14). A simulação refere-se a uma ausência, mas não necessariamente a uma coisa que não existe.

Já o simulacro é a ampliação da realidade podendo distorcê-la ou confundir-se com ela por meio da exploração exagerada dos signos, o quê, para o autor, cria uma realidade imaginada, expandindo a noção de real. Baudrillard (1991) entende assim que os sistemas midiáticos e sociais são construídos e não passam de representações, de simulacros.

A simulação do real acontece quando o sistema dominante passa a ser regulado pelos códigos. Em adição, o autor afirma que o simulacro é o segundo batismo das coisas sendo o primeiro, a representação. Paradoxalmente, quanto mais proximidade o termo tem da realidade, do fato, da coisa, menos deixa de ser uma representação e mais colabora para a concretização do simulacro. “A imagem não tem relação com qualquer realidade: ela é o seu próprio simulacro” (BAUDRILLARD, 1991, p. 13). É a ausência do real que transforma o simulacro na imagem do mundo que se pretende verdadeiro.

Baudrillard apresenta suas ideias, antes da difusão em banda larga⁴, todavia, seu pensamento constitui um dos pilares para se pensar as diversificadas relações contemporâneas estabelecidas. Para o autor, o enfraquecimento do real acarreta na exacerbação dos significados dos mitos de origem, dos signos, da realidade e da verdade acarretando o desaparecimento da realidade. Dessa forma, a relação entre o objeto e a substância tende a ser cada vez mais fragmentada propiciando o surgimento dos simulacros e simulações.

O autor defende que o real não tem sua origem em uma realidade: o modelo do que é real, é construído, transformando-se no hiper-real, gerando o deserto do próprio real. Tal fato acontece em qualquer esfera do sistema. Esse real construído é apresentado como verdadeiro, quando o imaginário da representação desaparece na simulação acabando por não revelar a realidade, mas uma subjetividade. Assim, a significação passa a existir a partir da produção de simulacros e simulações que são responsáveis pela construção paulatina do mundo contemporâneo.

Em sua obra, Baudrillard (1991) inicia uma discussão sobre imagens dizendo que são autorreferentes, ou seja, remetem a si mesma. O autor descreve as imagens como o reflexo profundo que acaba por mascarar e deformar a noção de real gerando

⁴Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/03/world-wide-web-faz-25-anos.html>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

uma ausência sem relação com qualquer realidade. Pensando no conceito de imagem explicitado, pode-se aplicá-lo às representações de divindades, ao consumo, à interpretação dos signos, ao entretenimento, dentre outros.

Faz-se interessante aqui atentar para o fato de que o signo é uma representação que pode “remeter para a profundidade do sentido, que um signo possa trocar-se por sentido e que alguma coisa sirva de caução de troca” (BAUDRILLARD, 1991, p. 13). A sobrevalorização do signo acaba por enfraquecê-lo e dessa forma, como explica o artigo de Achkar (2009) os signos mesmo que não tenham nascido simulacros, passam por todo um processo de fases para sê-los:

(1) iniciam ao transmitirem um reflexo da realidade; (2) mascaram e desnaturalizam uma realidade que se faz profunda; (3) em seguida, eles mascaram a ausência desta realidade profunda; (4) o novo signo já não tem nada a ver com nenhum tipo de realidade envolvida; (5) e por fim, passa a ser seu próprio simulacro (p. 8.157).

A simulação opõe-se à representação e à dominação imposta pelo sistema dos signos que inseriu o valor simbólico na substituição do valor de uso e de troca (BAUDRILLARD, 2001). A referência é, senão, o simulacro que toma às vezes ao representar o que já desapareceu, voltando sempre ao ponto inicial, andando em círculos em busca da cena que não existe, encontrando apenas a encenação. “A simulação parte, ao contrário da utopia, do princípio de equivalência, parte da negação radical do signo como valor, parte do signo como reversão e aniquilamento de toda a referência” (BAUDRILLARD, 1991, p. 13).

Sendo assim, a vontade individual é enfraquecida perante a construção midiática que produz diariamente o “deserto do real”. A partir do estabelecimento, de forma crescente, dos simulacros e das simulações, a cultura hegemônica é imposta transformando os valores, incentivando o consumo e estabelecendo uma realidade simulada sendo impossível distinguir o real e o irreal. Em adição, o sistema acaba por se transformar num algar escuro em que não existe o novo, mas apenas combinações dos mesmos elementos.

A convergência das mídias e o aplicativo Rádio Disney

Quando Baudrillard descreveu os conceitos de simulacro e simulações não se referiu a um meio de comunicação em específico, mas a todo um sistema de dominação imposto pelo sistema de signos, condicionado à hiper-realidade.

Assim, no cenário desenhado pelas novas tecnologias, acontece a aceleração da hiper-realidade levando ao desenvolvimento de novos produtos capazes de alterar as formas de consumo e potencializar as necessidades individuais. Nesse contexto iniciam-se as migrações no espaço cibernético: o *e-mail*, o *chat*, as redes sociais, os jogos, o rádio, as notícias, dentre outros, que, embora ainda sejam utilizadas isoladamente, podem se agrupar no ambiente online culminando na convergência das mídias. De acordo com Jenkins (2008):

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (p. 27).

Dessa forma, considerando-se o conceito de convergência das mídias e motivados pela ideia de simulacro e simulações de Baudrillard (1991), parece-nos apropriado analisar o aplicativo da Rádio Disney, disponível para o sistema operacional IOS (Apple) e Android (Google) via Google Play, que comporta canais de rádios de diferentes países, além de *games*. Utilizaremos também, como exemplo de simulacro, o *game* Divertida Mente. A escolha da Rádio Disney é baseada nos próprios apontamentos feitos pelo autor que pensou a Disneylândia como um modelo perfeito de simulacros:

O imaginário da Disneylândia não é verdadeiro nem falso, é uma máquina de dissuasão encenada para regenerar no plano oposto a ficção do real. Daí a debilidade deste imaginário, sua degenerescência infantil. O mundo quer-se infantil para fazer crer que os adultos estão noutra parte, no mundo <<real>>, e para esconder que a verdadeira infantilidade está em toda parte, é a dos próprios adultos que vêm aqui

fingir que são crianças para iludir sua infantilidade real (BAUDRILLARD, 1991, p. 21).

Descrevendo brevemente o aplicativo, partindo-se da observação, são identificados canais de rádio disponíveis para a América do Sul, Norte e Central. São contemplados os seguintes países: Argentina (94.3 FM), Bolívia, Brasil (91.3 FM), Chile (104.9 FM), Costa Rica (101.1 FM), Equador, México (99.3 FM), Nicarágua (100,7 FM), Paraguai (96,5 FM), República Dominicana e Uruguai (91,9 FM).

Interessante notar que a Bolívia não contém uma frequência hertziana e disponibiliza canais destinados às cidades de La Paz, Santa Cruz de la Sierra e Cochabamba. Apesar da diversidade de municípios, as três rádios não diferem, tendo a programação idêntica. O mesmo acontece com a República Dominicana: existe um canal para Santo Domingo e outro para Santiago, também sem diferença na grade e no aplicativo. Acredita-se por isso, que os canais sem frequência no FM sejam webrádios, que nas palavras de Prata (2009) são rádios com transmissão exclusiva pela internet.

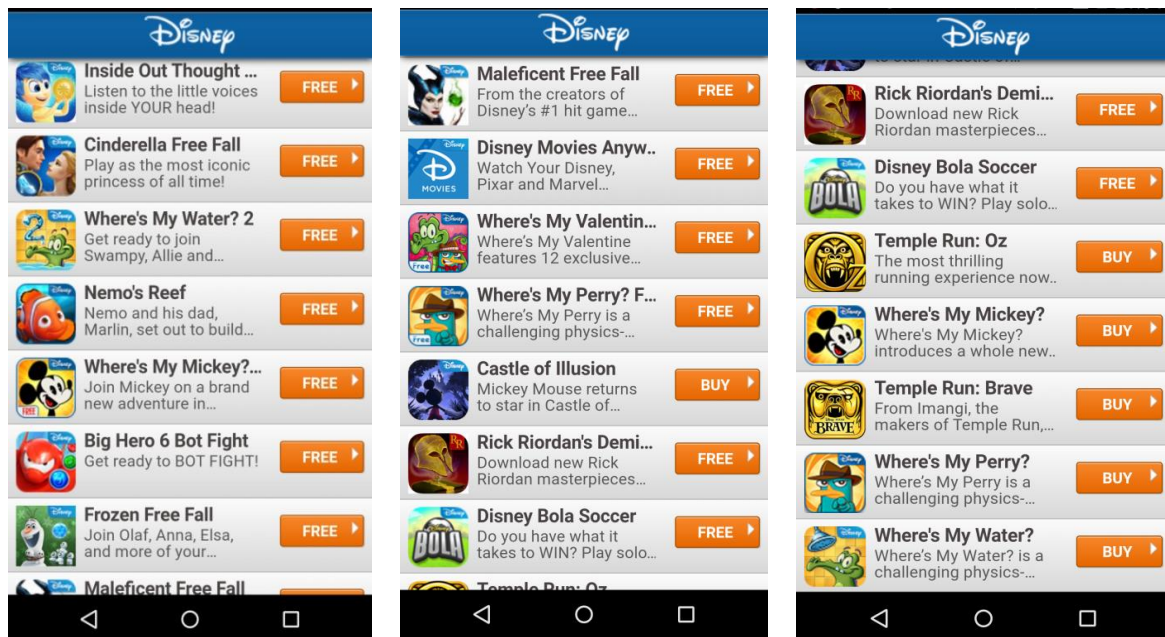
Outro elemento é o despertador que, ao ser configurado, inicia a programação do rádio, inserindo o ouvinte no mundo Disney. Há também canais interativos como Facebook, Twitter, Instagram e YouTube. Existe a possibilidade de o ouvinte ligar ou mandar mensagem pelo WhatsApp, as redes sociais são disponibilizadas de acordo com o país.



Fonte: Captura de tela aplicativo Rádio Disney via Android em 24 abr. 2017

Outro fator interessante são os jogos compactados no mesmo aplicativo da rádio.

Do total apresentado, 14 jogos têm *download* gratuito e seis devem ser pagos.



Captura de tela aplicativo Rádio Disney via Android em 24 abr. 2017

Simulacros e simulações no dispositivo Rádio Disney e no *game* Divertida Mente

O aplicativo da Rádio Disney foi disponibilizado para *download* gratuito, no dia 28 de outubro de 2009⁵. A multiplicidade de elementos encontrados em um único dispositivo nos leva a crer que a empresa de entretenimento está disposta a criar e recriar produtos que garantam a diversão do público. No mês de junho de 2015, mais um jogo foi disponibilizado: o Divertida Mente, o *game* utilizado neste artigo para explicitarmos os exemplos de simulacros.

Dessa forma, partindo-se da análise exploratória, no primeiro movimento, ao abrirmos a rádio no celular, a música imediatamente começa a tocar a programação de São Paulo-SP, no Brasil. Tal fato se dá, pois o aplicativo consegue localizar as pessoas por meio da autorização do usuário, que fornece sua localização, quando faz o *download* do aplicativo de rádio. Tal fato já direciona o ouvinte para o consumo da programação brasileira, induzindo-o a escutar o que a rádio Disney se dispõe a tocar. Mesmo havendo a opção de mudança de canal, identificamos aqui a ideia de Baudrillard

⁵ Disponível em: <<http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/noticias/disney-lanca-aplicativo-gratis-para-iphone-e-ipod-touch-20091028.html>> Acesso em: 24 abr. 2017.

(1991) referente à persuasão do ouvinte que, já inicia sua experiência com a rádio em um ambiente pré-determinado pelos *media*.

Explorando a interface disponibilizada aliada à fácil navegabilidade, logo se descobre que na ferramenta estão abrigadas outras dez rádios com programações diferentes e de outros países. Ao trocarmos o canal, com um simples toque na tela, o locutor começa a se comunicar em espanhol. Dessa forma, surgem novas rádios com produção de conteúdo por 24h, dia após dia, que só cessa ao ser desligado ou pela má conexão com a internet. Assim, inicialmente, ao ouvir novas programações, o receptor tem a sensação de estar no exterior, pois as músicas são internacionais assim como as propagandas e a programação. Há aqui uma experiência com o simulacro que é referente a um deslocamento que não é físico, mas mental, levando o ouvinte a se conectar a outra realidade e cultura por meio de um simples toque no aparelho celular. Não é preciso sair de um local para se chegar a outro, basta que para isso o sistema da internet esteja ativado. Faz-se uma ressalva para que se considere a importância do desenvolvimento da tecnologia na criação, re-criação e reverberação do simulacro.

Outro elemento que chama atenção é o *slogan*: “Radio Disney, a Rádio que ouve você”. De acordo com Baudrillard, o simulacro não é verdadeiro nem falso e, é assim que a frase acima pode ser interpretada, dubiamente. Por um lado, a rádio se comunica parcialmente com as pessoas pelo telefone, pelo WhatsApp, pela manifestação nas redes sociais e por outros canais interativos, numa clara alusão a escutar o receptor. Por outro, a palavra ouvir, no contexto em que está inserida, pode significar atender aos desejos do consumidor por meio do atendimento de pedidos. Assim, a rigor, os valores absolutos de verdade e falsidade não podem ser atribuídos ao *slogan* confirmando as ideias de Baudrillard (1991) de construção de realidades.

Em adição, o ambiente interativo, que abrange redes sociais e jogos faz com que a noção de tempo seja perdida. Ao escutar a rádio e as diversas programações o ouvinte ainda pode acionar jogos online gratuitamente. Além do entretenimento auditivo, o ouvinte tem a experiência visual e tátil, pois ao acionar o Divertida Mente, o jogo é desenvolvido por meio de desenhos, formados na tela do celular, pelo movimento dos dedos do participante. Os personagens dos *games* saíram dos desenhos ou de filmes da Disney e migraram para o telefone, assumindo assim, novas funções em detrimento do suporte em que estão inseridos. Tensionando a ideia de realidade, o ambiente online

passa a representar o ouvinte-jogador numa clara alusão a não separação entre o eu jogador e o eu personagem.

A ideia de hiper-real é materializada quando, ao avançar nas páginas, os personagens têm expressões humanas de tristeza ou alegria à medida que o jogador ganha ou perde. Aqui nos ateremos ao jogo *Divertida Mente*. Tal recorte foi feito pois seria impossível analisar todos os *games* em um único artigo.

A personagem Alegria está à frente dos desafios trazidos pelas primeiras fases do *game*. Quando o jogador está ganhando, a personagem rodopia, acena, observa, pula, sorri, olha para a tela e para o jogo, além de comemorar com gritos o acerto das jogadas, bater palmas e conversar. Frases ditas em inglês como “Amo isso”⁶, “Eu sabia que hoje seria um ótimo dia”⁷, “É sobre isso que eu estava falando e agora também estou dançando”⁸ e “nós somos tão bons”⁹ são ditas durante todo o tempo.

O mesmo acontece quando o jogador erra. Alegria tem a expressão de espanto, um falso sorriso, usa frases com entonação de voz como “ou, ou”, “tão perto”¹⁰, “nós precisamos praticar mais”¹¹ e “conseguiremos da próxima vez”¹². Por fim, quando o jogador perde, Alegria diz para fingir que nada aconteceu, ignorando a realidade.



Captura de tela aplicativo Rádio Disney via Android em 24 abr. 2017

⁶ Tradução feita pelas autoras.

⁷ Tradução feita pelas autoras.

⁸ Tradução feita pelas autoras.

⁹ Tradução feita pelas autoras.

¹⁰ Tradução feita pelas autoras.

¹¹ Tradução feita pelas autoras.

¹² Tradução feita pelas autoras.

Os simulacros são percebidos, inicialmente, pela fala em inglês. Para os que não entendem a língua, há uma incomunicabilidade, mesmo que a personagem tente estabelecer comunicação o tempo inteiro. Por outro lado, quando o *player* entende o inglês ou quando a legenda é formatada para estar disponível, o simulacro é obtido pela tradução, ou seja, pela interpretação dos signos dentro de uma hiper-realidade conhecida. De uma forma ou de outra, a personagem pretende-se real sendo supervalorizada pela interpretação dada ao signo-personagem, que assume características humanas capazes de transmitir emoção e palavras de incentivo.

Complemente-se que no jogo há cinco vidas disponíveis. Assim, ao final de uma partida, há a escolha do internauta comprar mais jogadas e mais vidas, além da opção de esperar 25 minutos para “estar vivo” novamente. Existe a possibilidade também de o ouvinte migrar de jogo. Com a quantidade de *games* disponível, somando-se o som do rádio ou do jogo, dependendo da escolha do ouvinte, a noção de tempo pode se tornar uma simulação, um real construído pelo imaginário, sendo o momento de interação homem/máquina a própria representação do tempo real. Conforme explica PILLING (1997), Walt Disney não procurava criar um ambiente totalmente real, mas antes de qualquer coisa, desejava alcançar a personalidade comunicativa dos personagens com algum exagero que desse um determinado ar credível (p. 115).

O aplicativo da Rádio Disney se insere no contexto limitado pelo que se pretende real e pela imaginação, podendo causar dificuldade ao se distinguir a fantasia da realidade, principalmente quando o consumidor escuta o rádio e aciona o jogo. Nesse momento, um misto de realidade e verdade é trazido pelo rádio se misturando com o imaginário transmitido pelo jogo. Todavia, o envolvimento do jogador na atividade pode fazer com que ele perca a noção de tempo e espaço, pois tudo é construído de forma a se propor um real, que é substituído pela satisfação do desejo.

Dessa forma, mesmo que o aplicativo disponibilize diversas informações e formas de entretenimento, isso não significa que haja sentidos plenos, mas sim a construção de simulacros, representados por meio de produtos transmídia, pela ideia de magia, pela satisfação e realização de necessidades acionadas pelo desejo. Conforme explica Achkar (2009), o simulacro não é recente e a arte de representar sempre fez parte da vida do homem.

Não é de hoje que os meios para simular situações, objectos, personagens e outras formas de passar a falsa impressão da

realidade existem nos mais diferentes meios, classes sociais e contextos. É só lembrar-se do teatro grego e o subterfúgio das máscaras, dos textos assinados por pseudónimos ou anónimos (ACHKAR, 2009, p. 8.155).

A fascinação cria novos sistemas em um mundo de magias/fantasia realizáveis. Tal fato leva os consumidores embalados pela programação musical do rádio e pela diversão do *game* a criar um ambiente imaginativo, sem problemas, o que facilita a consolidação de uma realidade simulada, e reforça os valores organizacionais da Walt Disney World via Rádio Disney.

Considerações Finais

Mesmo que se tenha consciência de que o mundo da Disney não é o mundo real, há uma grande possibilidade das pessoas se tornarem replicantes do sistema. Por fim, as formas de relacionamento inseridas pela empresa implicam o fortalecimento da marca e a provável indissolução da fantasia/realidade. O aplicativo funciona então como extensão do parque, da cultura organizacional, dos valores empresariais e da construção da fantasia, prorrogando os simulacros além do espaço físico.

Referências

ACHKAR, A. A cultura do simulacro na sociedade do espetáculo e os novos mecanismos de simulação espetacular. **XVIII Congresso Nacional do CONPEDI** (pp. 8154 -8168). São Paulo: CONPEDI, 2009. Disponível em: <http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/sao_paulo/Integra.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2017.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulações**. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BAUDRILLARD, J. **D'unfragment l'autre, entretiens avec François L'Yvonnet**. Paris: Albin Michel, 2001.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

PILLING, J. **A Reader in Animation Studies**. Sidney: John Libbey & Company Ltd, 1997.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

Sites consultados

O APARECIMENTO DA INTERNET. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/03/world-wide-web-faz-25-anos.html>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

APLICATIVO RÁDIO DISNEY DISPONÍVEL PARA DOWNLOAD. Disponível em:

<<http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/noticias/disney-lanca-aplicativo-gratis-para-iphone-e-ipod-touch-20091028.html>>. Acesso em: 24 abr. 2017.