



Jogos em Hipermídia: grafismo eletrônico ou Design de Relações?¹

Prof. Dr. João Baptista Winck e Prof. Dr. Dorival Campos Rossi
Universidade Estadual Paulista – Campus de Bauru

Resumo

Este artigo trata de algumas questões novas inauguradas pelo grafismo eletrônico. As ferramentas digitais possibilitaram ao design abordagens diferenciadas, a partir da expansão do desenho para formatos em audiovisual digital interativo. Uma dessas tendências é o design de jogos eletrônicos em hipermídia. Nesse design, autor, mídia e interlocutor passam a formar uma única e complexa entidade comunicacional, rompendo o esquema clássico que separa o emissor de um lado e o receptor de outro. Entretanto, mesmo que as ferramentas digitais possibilitem novas abordagens gráficas para a modelagem dos personagens, dos cenários, do processo de animação, da trilha sonora etc., criando uma narrativa interativa por excelência, os roteiros dos jogos audiovisuais ainda estão assentados nas técnicas clássicas de narração: heróis e vilões no embate pela supremacia da verdade, traduzida num final feliz. Superar essas contradições, fazendo avançar a complexidade do design de relações simbólicas tem sido o desafio da nova geração de designers.

Palavras-chave

Hipermídia; audiovisual; interatividade; design; games.

Jogos em Hipermídia: grafismo eletrônico ou Design de Relações?

Tem-se tornado consenso entre os especialistas que, com o advento da hipermídia, surgiram enfoques novos para a criação, produção e distribuição de objetos audiovisuais, para os modelos de negócios nas áreas do entretenimento digital, a partir da associação da televisão, da informática e das telecomunicações ao design.

A expressão interatividade, no contexto do entretenimento digital, designa a capacidade do *software* de hipermídia para reagir aos comandos do usuário. Refere-se à qualidade semiótica intrínseca às tecnologias que operacionalizam recursos de navegação (busca e atualização de informações) nas memórias das mídias digitais, conectadas no interior das redes de computadores.

O conceito de interatividade pode ser brevemente definido como a conquista da autonomia e da autogestão do usuário frente aos modos de acesso, manipulação e de

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Multimídia do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.



estocagem de informação. Nas relações interativas da hipermídia o usuário interage não só com as mensagens que produz e consome, mas, sobretudo, com os instrumentos de comunicação e com os seus potenciais interlocutores, geográfica e temporalmente apartados.

Nesse novo contexto de design de comunicação, o planejamento do processo de desenvolvimento de jogos de hipermídia pode ser considerado interativo quando:

1) a máquina parece amigável, isto é, quando o *software* de hipermídia realiza interfaces entre a máquina e o usuário suficientemente elegantes, afim de não apresentar nenhuma dificuldade na localização, consulta, armazenagem e reprodução de informações;

2) o *software* de hipermídia responde prontamente ao comando requerido, atualizando a informação nalguma de suas formas de apresentação de linguagem (visual, sonora, textual, gráfica etc.);

3) quando as máquinas estão habilitadas para responder ao diálogo, em níveis de complexidade e aprofundamento disponíveis em linguagens e suportes multifuncionais de hipermídia, segundo lógicas não sequenciais de encadeamento e acessíveis ao comando, tanto do usuário quanto de seus interlocutores simultâneos.

No paradigma da hipermídia a informação é compartilhada tanto estética, quanto ética e filosoficamente de maneira distinta dos meios e modos convencionais de comunicação. Autor, mídia e interlocutor passam a formar uma única e complexa entidade comunicacional, rompendo o esquema clássico “emissor, receptor, código e veículo”, cada qual respondendo a funções específicas nos processos de comunicação.

De todas as telas da história, a tela eletrônica da hipermídia é a mais complexa. A luz transborda da superfície da tela e sai como significante. O jorro de energia elétrica luminosa incide diretamente no espectador, seu anteparo, estabelecendo com ele uma conexão física inédita na história das representações. No monitor de hipermídia, os feixes de luz codificados, portadores de informação organizada, são emitidos pela tela audiovisual, estabelecendo com o espectador um nível de vínculo semelhante aos processos cerebrais: informação simbólica codificada em forma de pulso elétrico significante. Esse ambiente tecnológico, no qual a interação é, antes de tudo, física no sentido mais amplo da palavra, dá início ao processo de revolução nos conceitos, tecnologias e técnicas de comunicação, em especial no que se refere à escritura de roteiros para os jogos e o entretenimento digital.

As mídias eletrônicas, cada vez mais potentes e autossuficientes, têm reinventado as linguagens, reorganizando sintaxes e semânticas e formatando mediações sociais



diferenciadas, colocando problemas inéditos quanto aos conceitos e práticas de criação e realização do design de objetos audiovisuais. A linguagem audiovisual digital da hipermídia é a única capaz de reagir ao comando do interlocutor, respondendo fisicamente às solicitações do usuário.

A tecnologia da hipermídia introduz o conceito de vínculos não sequenciais, isto é, a interação entre fragmentos semióticos associativos, interligados por conexões conceituais (ou campos), por conexões indicativas (ou chaves) ou por metáforas visuais (os ícones). Por meio de nexos eletrônicos unem-se, de modo não linear, fragmentos de informação de naturezas diversas, internos ou externos à obra, criando um tipo de comunicação especial, que o “leitor” experimenta como multilinear, sinestésica e labiríntica.

Essas conexões lógicas remetem de um percurso cognitivo de “leitura” e “escritura” a outro percurso, em qualquer ponto de mensagens diversas, em “textos” audiovisuais sincréticos nas memórias digitais ao redor do mundo interconectado em redes de telecomunicações.

A hipermídia exige a movimentação vertical da “leitura” - a chamada navegação -, à medida que o usuário seleciona a informação requerida. Ao escolher um percurso de leitura, dentre infinitas possibilidades de percursos, ele estabelece, em certa medida, sua coparticipação na produção das mensagens, definindo sua própria rota cognitiva. Assim, pelo menos em tese, a hipermídia permite para cada consumidor um programa distinto, por ele decidido.

Entretanto, se perguntarmos o que seria necessário para se criar um audiovisual em hipermídia, a resposta seria mais ou menos esta: uma ferramenta digital capaz de compor imagens, sons e textos mais ou menos prontos que se transformariam em drama, no formato de jogo de entretenimento, isto é, um *software* produtor de linguagem de games.

Sabe-se que, atualmente, os *softwares* produtores de linguagem audiovisual preocupam-se, centralmente, com as questões da realização técnica da captura de sons e imagens, informatizando as rotinas da produção e edição do audiovisual. Pode-se afirmar que o estado da arte da linguagem audiovisual digital está no nível de preocupação com as soluções de engenharia de telecomunicações, do ponto de vista do tratamento físico do sinal e demais expediente técnicos. Ainda carecemos de um design de audiovisual propriamente dito, como projeto ou desenho de conceitos de relações sociais de entretenimento.



Dito de outra forma, em termos técnicos, uma mesma ferramenta digital pode estar codificada para realizar diferentes operações em bases de dados audiovisuais. Técnicas compatíveis bastam para que o programa reprodutor possa reconhecer diferentes formatos e diversos tipos de arquivo (som, imagem, texto, movimento etc.) Entretanto, em termos de projeto narrativo (ou design da informação), salta aos olhos o fato de que as ferramentas de produção e reprodução técnica não partilham a mesma estratégia.

Quando se trata de geração de conteúdos audiovisuais propriamente ditos, as informações estão disponíveis na tela e as ferramentas digitais para produzir as narrativas audiovisuais, neste caso, seguem a via da manipulação de objetos visuais e sonoros em movimento. Entretanto não são capazes de consolidar narrativas interativas como um palco de fruição estética, numa verdadeira assembleia na qual os interlocutores trocassem experiências audiovisuais. O usuário de games ainda está sujeito ao produto acabado, sem a possibilidade de interferência no seu projeto narrativo.

Embora as ferramentas digitais possibilitem a modelagem dos personagens, os cenários, o processo de animação, a trilha sonora etc., criando uma narrativa virtual por excelência, os roteiros dos audiovisuais estão assentados nas técnicas clássicas de narração: heróis e vilões no embate pela supremacia da verdade, traduzido no formato de final feliz. *Game over* significa ganhar ou perder o jogo.

Hoje, boa parte das matemáticas, das engenharias e das ciências da informação, entre outros importantes setores da produção científica, está preocupada com a geração de soluções para a digitalização da imagem técnica em movimento, sobretudo aquela em três dimensões. Muitos são os problemas técnicos relativos à compressão de dados, à velocidade do tráfego e à capacidade de armazenamento de informações, além dos protocolos de distribuição e segurança de navegação em rede. Pode-se afirmar, sem sobressaltos, que a maior parte do potencial tecnológico do audiovisual digital ainda não saiu do campo teórico ou decolou dos laboratórios de pesquisa.

O mesmo não acontece com as ciências que estudam as linguagens. Inventar histórias exige uma determinada lógica; reproduzi-la em série, alterando elementos do conteúdo, exige outro tipo de lógica. Consolidar narrativas interativas como um palco de trocas de experiências dramáticas, uma assembleia de fruição estética, exige um terceiro tipo de lógica narrativa.



Os cientistas, pesquisadores e desenvolvedores de narrativas interativas devem considerar (muito diferente da sociologia clássica), que a tela eletrônica da hipermídia é um espaço decisório, cuja semântica da informação é processada na linguagem requerida pelo usuário. A tela eletrônica não é "o" lugar desta ou daquela linguagem, porém "um" espaço virtual de atualização da diversidade de linguagens parametrizadas em estado potencial no ciberespaço. A linguagem, nesse aspecto, não tem semântica própria. Trata-se apenas de sintaxe matemática. O projeto de conteúdo, isto é, a trama, seus enlaces em níveis de complexidade e seu desfecho requerem um design de relações. O projeto, o processo e o produto digital são arquitetados a partir de outra engenharia, que pressupõem a interlocução, a interferência e a decisão dos usuários interconectados em redes simbólicas.

A tecnologia da hipermídia propõe um novo paradigma tanto para a produção quanto para a recepção de sons e imagens. As narrativas interativas agregam valor à linguagem audiovisual, conferindo-lhe a condição de instrumentos de navegabilidade em redes no ciberespaço. Essa condição técnica muda o enfoque dos conceitos de produção e difusão de jogos de entretenimento digital.

A novidade posta à cena da indústria do design de audiovisual digital é a consideração da existência de um interlocutor ativo, reativo, inteligente, capaz de respostas. Um usuário que dialoga, critica e cria junto aos produtores de conteúdos uma tela sensível e reativa às decisões. A presença de outras vozes – da alteridade – na construção da narrativa, cuja participação deve ser entendida como dimensão tecnológica (e também filosófica, ética e estética) da linguagem, altera as principais noções sobre as técnicas e ferramentas de escrita de roteiros para jogos e entretenimento digitais.

A inclusão do telespectador como agente narrativo, nesse aspecto, transformou o design de interação numa ferramenta capaz de geração de pensamentos (como atividade-meio), enquanto produção de valor abstrato. Mas também a geração de imagens simbólicas (como atividade-fim), enquanto produção de éticas e comportamentos sociais, transformando pensamentos em imagens e estas em artefatos ou ideários. O design de jogos de entretenimento digital, nesse aspecto, deixa de ser apenas desenho e eleva-se a sua verdadeira condição de projeto de conceito.

A hipermídia faculta ao público a intervenção no design da narrativa audiovisual. O telespectador pode escolher a abordagem da câmara, o ângulo de visão, estabelecer alterações nos protocolos e padrões físicos da imagem. Por exemplo, o



usuário pode mudar a cor dos cabelos ou da roupa do ator. Pode organizar um percurso narrativo de sua própria escolha, ao editar as imagens e selecionar os conteúdos. Pelo menos em tese, também pode a eles somar suas próprias mensagens, gravadas e editadas desde a sua própria estação de trabalho pessoal.

Diferente da cadeia produtiva do audiovisual analógico, na cadeia produtiva do audiovisual digital os aparelhos, instrumentos e protocolos para criação, manipulação e interação "na" e "com a" mensagem audiovisual estão disponíveis na memória do computador. Por meio de sofisticados processamentos eletrônicos, os softwares e hardwares de audiovisual possibilitam ao usuário intervir na mensagem, interagir com o autor e com os demais usuários conectados à rede. Esta condição tecnológica altera a condição existencial da plateia. Daí que surge o termo "usuário" para designar aquele que usa a narrativa audiovisual interativa não como telespectador, mas como interlocutor.

O roteirista de audiovisuais convencionais está acostumado a articular a mensagem numa linha coerente de tempo, com início, meio e final, onde a ideia de progresso sempre aponta para um final logicamente resolvido (geralmente feliz para o herói). Dessa forma busca estabelecer um imaginário (ou ideário) no qual os motivos do herói são qualitativamente superiores aos motivos do vilão, estabelecendo o conceito no qual o superior domina o inferior pela força. O designer de audiovisuais interativos, ao contrário do roteirista tradicional, deve permitir a presença do público na construção das mensagens, como coautores da obra. Isso significa uma batalha entre inteligências e não entre forças.

O audiovisual interativo vem redefinir a natureza dos diversos formatos narrativos, sobretudo os da teledramaturgia. Se considerarmos os videogames como um tipo de teledramaturgia, com a interatividade torna-se possível não apenas decidir um novo final para a trama, mas programar novos rumos narrativos para as personagens, a partir das escolhas do interlocutor. Por meio de múltiplas versões, nas quais os pontos de vista das personagens (que podem ser encarnadas pelo próprio usuário) reprogramam as rotas de navegação. O interlocutor esbarra em situações inusitadas as quais o obrigam a mudar de rota, o elevando à condição de interlocutor-autor.

No audiovisual interativo o espetáculo consiste em fazer o espetáculo. A tensão dramática resulta do jogo entre os elementos narrativos que estão na obra em relação aos agentes narrativos que estão fora dela, coligados em redes de diálogos criativos.



Assim, o usuário do audiovisual interativo torna-se um mediador, na mais pura concepção que esse termo possa abarcar. Ele trata, a um só tempo, de configurar os meios pelos quais terá acesso aos interlocutores, projeta a maneira pela qual cada diálogo poderá se misturar ao conjunto dos diálogos e, finalmente, cria padrões de identidade, de reconhecimento do indivíduo em relação à comunidade da qual participa.

O entretenimento digital, aquele que se faz e refaz na interface entre usuários, (superando o paradigma da recepção passiva e cordata) inauguram uma espécie de gerenciamento participativo das comunicações. Esse evento extraordinário faz emergir um vasto campo de inventividade e de soluções originais propostas pela associação da arte e da ciência ao Design de Relações. O produto deste diálogo é aplicado ao design do audiovisual da mesma forma que também resulta dessa aplicação. O designer, assim, passa a ser uma espécie de “*neo-escriba*” do universo do ciberespaço.

A incorporação de meios técnicos e ferramentas que não só auxiliam na produção, mas podem produzir por si próprias uma narrativa e contribuir na geração da obra em coautoria com o usuário, formata um projeto de relações, um design (ou conceito) de partilha entre inteligências dialógicas. Cria processos de mediação entre os que estão fora e o que está dentro da obra, traduzido num produto cuja essência é ser uma obra aberta. Torna-se sensível à reação e é capaz de expandir-se para além dele mesmo, não como produto, mas como processo em direção às demais inteligências interconectadas.

Nesse tipo de design, tanto o roteirista quanto seus interlocutores se comportam como jogadores cujo objetivo é fazer o interlocutor chegar à circunstância “X” pretendida pelo designer. Para tanto, se o interlocutor não reagir, a obra não ganha movimento. Entretanto, se o interlocutor reagir, abrem-se novas rotas para se chegar a circunstancia “X”, fazendo o objetivo de o jogo parecer interminável. Conquistar “X” torna-se um desafio criativo e crítico. Sem a interferência do interlocutor, entretanto, a obra não avança rumo ao seu objetivo.

É importante ressaltar que o design do audiovisual digital interativo abre um horizonte completamente distinto das obras audiovisuais convencionais, mesmo aquelas processadas em equipamentos digitais. O valor realmente distinto, em relação à tecnologia audiovisual tradicional é a capacidade técnica de descentralização da realização de mensagens, chegando à possibilidade da realização e difusão audiovisuais digitais em pequenas comunidades ou mesmo a produção, distribuição e intercâmbio individualizado de produtos multimídia.



No conceito do entretenimento tradicional o vetor da comunicação é de mão-única, no qual a relação interpessoal é excludente, inviabilizada pela predominância do emissor que discursa para o receptor. Na hipermídia o conceito ético de relação se torna tecnologicamente possível. Migra do domínio da “interpretação *a posteriori*” para a ação interpretante, sujeitada à ação das variáveis relacionais do diálogo. A mensagem, enquanto objeto comunicacional compartilhado e, por isso, usufruído, conquista uma função ética mais ampla. À ética da comunicação são incorporadas as relações de inventividade, de diálogo, como também as decisões semânticas que os novos objetos de comunicação suscitam e implicam.

Na hipermídia a reversibilidade da mensagem e a infinita capacidade de reprogramação cooperativa subvertem o domínio do produto midiático pela ênfase dada ao design das relações de comunicação. No projeto comunicacional da hipermídia o discurso pronto é substituído pelo produto do diálogo em processo.

O design de hipermídia reúne um sistema completo de produção e difusão numa arquitetura voltada à funcionalidade do diálogo em rede e a facilidade da interação entre culturas, idéias e pessoas. Ao fazê-lo, ressalta a questão de fundo do pensamento contemporâneo que é a constatação de que o observador, seus instrumentos de observação e as maneiras de observar formam uma única e indissociável equação. Os meios de observação interferem no fenômeno, o recortando e o reconstruindo a partir do ponto de vista do observador.

O projeto do observador define um curso possível para o processo de análise, derivando na decifração de dados como produto desta complexa equação. O paradigma da verdade neutra, no novo contexto do Design de Relações, é substituído pelas performances do pensamento em associação com seus meios de representação e os objetivos da análise, enquanto política poética e estratégia social de interação.

O designer do digital trata de relações entre formas, movimentos, sonoridades e sensibilidades, atribuindo-lhes a qualidade de lúdico. Ele convoca a audiência não só a “entender” a mensagem, mas também a “calcular” saídas possíveis para ela. O designer de audiovisuais, portanto, lida com a imagem, o som e o sentido como estruturas narrativas lúdicas, cuja natureza é matematicamente composta para ser experimentada como entretenimento e não para ser decodificada no sentido clássico do termo. Ele cria uma diáfana concisão entre o dentro das memórias digitais e as inteligências fora delas, como um jogo de relações.



No paradigma dos objetos hipermídia, o roteirista deixa de ser contador de histórias e passa a ser um designer de estratégias narrativas, pois lida com as formas de imaginar e as maneiras de especular, amalgamadas às ferramentas digitais, visando mais ao divertimento criativo e crítico.

A comunidade de pesquisadores e produtores, antes de esperar que os tecnocratas do mercado ditem as regras, não raro perversas, deve tomar para si a tarefa de coordenar a pesquisa e o desenvolvimento da área do saber. A parceria com a indústria do entretenimento digital deve objetivar o diálogo entre os atores sociais, especialistas, artistas, cientistas, tecnólogos e gestores responsáveis pelo investimento numa pauta comum para o setor.

Esta pauta deve discutir propostas para o fomento à pesquisa e desenvolvimento do design do audiovisual, com destaque à promoção de protocolos de unificação dos objetivos e métodos para a formação de recursos humanos para o setor, mirando os seguintes propósitos:

1- Criar estratégias acadêmicas para o incremento da pesquisa de base e aplicada em design de audiovisual digital, com abertura de laboratórios de experimentação de fato atuantes.

2- Análise aprofundada das necessidades sociais no campo do entretenimento digital, visando acionar a legislação, especialmente de ordem tributária, capaz de financiar o acesso à experimentação e produção de objetos de efetiva qualidade técnica e cultural.

3- Avaliação da conjuntura dos métodos e recursos de formação acadêmica do profissional, visando à elaboração de programas de ação e mecanismos necessários à sua melhoria permanente.

4- Definição de diretrizes para o circuito de pesquisa, desenvolvimento e distribuição dos produtos audiovisuais de entretenimento digital, por meio de políticas públicas para a convergência e coordenação dos setores do empreendimento do design de audiovisuais.

5- Programa de infraestrutura laboratorial para a formação continuada de profissionais, visando à capacitação para a tecnologia digital, mercadologia da indústria do entretenimento digital, formação nas áreas de engenharia e tecnologia de comunicação, nas áreas da arte e técnicas das linguagens e na escritura de roteiros e programas, entre outros laboratórios.



Por fim, o designer de audiovisuais interativos deve levar em consideração que a linguagem digital vem sendo construída pela associação de produtores de conteúdos, criadores de softwares, matemáticos e engenheiros, comunicadores sociais e artistas, dentre outros especialistas.

Poucas gerações, ao longo da história, tiveram o privilégio de poder construir coletivamente e intencionalmente fazer circular uma nova linguagem em escala humana.

A elegância da resposta, enfim, está na disponibilidade dos meios, quer sejam tecnológicos ou políticos, para que o entretenimento digital se desloque do plano da banalidade consumista e se ajuste ao campo mais amplo das ciências propriamente ditas.

A inclusão do receptor como sujeito comunicante aponta para o projeto de uma nova economia dos meios intelectuais partilhados no interior do sistema de trocas simbólicas à distância.

Desta nova complexidade, posta aos designers de audiovisuais, resta apostar, com a prontidão da crítica, na emergente economia dos meios intelectuais, a que se vem chamando de Indústrias Criativas.

Afinal, como disse o poeta, a alegria será a prova dos nove. Este, entretanto, deve ser o objetivo central das políticas públicas de entretenimento e ócio criativo que queremos.