

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

**MUNDO *FAKE*: UMA ANÁLISE DO RPG *FAKE* NA
PLATAFORMA YOBLE.**

Joseana Lemos

Passo Fundo

2018

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO

CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

**MUNDO *FAKE*: UMA ANÁLISE DO RPG *FAKE* NA
PLATAFORMA YOBLE.**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda sob a orientação do professor Roberto Hachmann.

Passo Fundo

2018

Dedico este trabalho para a minha amiga
Shaenny, que sempre acreditou em mim, auxiliou
e me guiou nos melhores e piores momentos *on &
off*.

RESUMO

Esta pesquisa visa estudar o funcionamento do *Role Playing Game (RPG) Fake* na plataforma *Yoble*. Para isso, foi necessário a compreensão de alguns conceitos pertinentes a temática deste estudo, como construção coletiva, plataformas digitais, redes sociais, entre outros, sendo que se utilizou de pesquisas bibliográficas para a fundamentação teórica do assunto. Foi realizada a análise de duas categorias de perfis *fakes*, sendo uma delas um modelo simples de criação de perfil e o outro mais elaborado, com a apresentação do personagem através de texto e uso de HTML. Através de imagens e citações diretas, apresenta-se o ambiente de relação do *Yoble* e como se desenvolve a interação dos usuários *fakes* por meio do RPG escrito em fóruns das comunidades de sites.

Palavras-chave: Construção coletiva. Plataformas digitais. Redes sociais. *Fake*. *Storytelling*. *Fanfic*. Transmídia.

ABSTRACT

This research aims to study the operation of Fake Role Playing Game (RPG) on the Yoble platform. For this, was necessary to understand some concepts pertinent to the theme of this study, such as collective construction, digital platforms, social networks, among others, with the use of bibliographical researches for the theoretical foundation of the subject. The analysis of two categories of fake profiles was performed, one of them being a simple model of profile creation and the other more elaborate with the presentation of the character through text and use html. Through images and direct quotes, the relationship environment of Yoble is presented and the interaction of the user fakes through the RPG written in forums of the site communities is developed.

Keywords: Collective construction. Digital platforms. Social networks. Fake. Storytelling. Fanfic. Trans media.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Página inicial do site Yoble.....	22
Figura 2 - Menu inicial de um usuário <i>fake</i>	23
Figura 3 - Perfil <i>fake</i> bem elaborado.....	23
Figura 4 - Comunidade para <i>fakes</i> Orb RPG.....	24
Figura 5 - Tópico de divulgação dos usuários <i>fakes</i>	25
Figura 6 - Exemplo de perfil <i>fake</i> elaborado no site Yoble. Personagem baseado em O Hobbit e Senhor dos Anéis.....	31
Figura 7 - Perfil <i>fake</i> da plataforma policial/criminal.....	32
Figura 8 - Perfil <i>fake</i> da plataforma sobrenatural.	33
Figura 9 - Perfil <i>fake</i> da plataforma anime.....	33
Figura 10 - Perfil <i>fake</i> da plataforma Potteriano.	34
Figura 11 - Perfil <i>fake</i> da plataforma Real Life.	35
Figura 12 - Perfil <i>fake</i> da plataforma Segunda Guerra Mundial.	35
Figura 13 - Exemplo de perfil <i>fake</i> simples no site Yoble. Personagem baseado em O Poderoso Chefão.	42
Figura 14 - Perfil <i>fake</i> simples da plataforma Segunda Guerra Mundial.....	47
Figura 15 - Perfil <i>fake</i> bem elaborado da plataforma criminal/policial.	48
Figura 16 - Comunidade privada voltada para jogos/turnos de dois usuários.....	49
Figura 17 - Turno elaborado de um usuário <i>fake</i> em uma comunidade privada.	50
Figura 18 - Turno resposta do personagem com quem o usuário Elliot está jogando.....	51

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	8
2.	CONSTRUÇÃO COLETIVA	11
2.1	VIRTUAL	13
2.2	PLATAFORMAS DIGITAIS	15
2.3	REDES SOCIAIS	17
2.4	ORKUT	19
2.5	YOBLE	21
3.	TRASMÍDIA	27
4.	FAKE	29
5.	<i>ROLE PLAYING GAME (RPG)</i>	36
5.1	STORYTELLING	37
5.2	FANFIC	40
6.	<i>RPG FAKE</i>	42
7.	METODOLOGIA E ANÁLISE	46
8.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
	REFERÊNCIAS	53

1. INTRODUÇÃO

Este projeto foi fundamentado na monografia “Vida *Off* e Vida *Fake*” de Bruna Ribeiro (2014), que estuda profundamente as relações e semelhanças que o indivíduo por trás de um perfil falso possui com seu personagem. Através desse meio de comunicação, são realizadas interações sociais nas quais se formam vínculos verdadeiros, podendo ou não incluir a vida pessoal. Ao criar um personagem *fake*, naturalmente a pessoa acaba por adicionar traços de sua própria personalidade ou desejos, sendo que no mundo da escrita em que tudo é possível, tem a chance de realizar seus sonhos e controlar o paradeiro de seus rumos através de narrativas denominadas “turnos”.

O ambiente virtual permite que os indivíduos rompam barreiras não só para se tornarem mais populares e pertencentes a um grupo social de interesse, mas também proporcionam uma nova visão de mundo, permitindo que eles possam ser vistos como eles são, sem preconceitos ou julgamentos (RIBEIRO, 2014).

Considerou-se também os estudos apresentados no artigo “O que é ser *Fake*?”, autoria de Siméia Rêgo de Oliveira (2013), que apresenta minuciosamente os passos necessários para criar-se um *fake* e quais são as principais motivações para o internauta realizar tal tarefa. Com um olhar específico para os sites de redes sociais, a autora afirma que a cibercultura, modificou o cotidiano, a interação do humano com a máquina e humano com humano, pois através da tecnologia não só a interação social se tornou um meio mais prático de desenvolver relacionamentos interpessoais, como também, a capacidade de ampliar o conhecimento sobre si mesmo.

No decorrer dos anos, a tecnologia aprimorou a forma com a qual a comunicação é abrangida, seguindo os passos do homem cada vez mais modernizado. É importante que exista uma forma de socialização, táticas e maneiras para o consumo de informação. E toda essa informação é necessária para que além de cognição, haja também, a busca por conhecimento do ser humano, levando-se em conta que todo o conhecimento só gera uma potência no quesito sabedoria quando a construção é pautada nas trocas, na relação com o "outro", nessa busca coletiva por mais recortes que complementem e enriqueçam esse saber.

Com base no anseio por expressar o que há no intrínseco do ser humano, as pessoas desenvolveram métodos eficazes de exteriorizar a criatividade através da comunicação

utilizando o *Role Playing Game* (RPG¹) como ponte. Esta pesquisa apresenta as relações construídas socialmente por meio da interação que ocorre na plataforma *Yoble*² através de perfis falsos. De forma sucinta, explica-se como é realizada a criação dos personagens utilizados para interpretação. Através de textos em comunidades do site, com aprofundamento na mecânica dos posicionamentos e atos de um personagem *fake*³, é esclarecido a maneira que ocorre o RPG, prestando atenção nos fatores mais abrangentes, sem deixar de lado as variáveis que podem ocorrer dentro de uma pesquisa que trata de um vasto público, de interesses que mudam de acordo com a personalidade e foco do jogador.

Segundo Smith (2009), as redes sociais são um fenômeno global que vem se espalhando de forma acelerada. Por isso, a quantidade de usuários em busca de grupos com interesses em comum aumenta constantemente. A plataforma *Yoble* é um site de relacionamento similar ao *Orkut* e abriga grande parte do universo *Fake* que habita a rede. Seu reconhecimento é escasso, de forma similar ao termo “*RPG Fake*”, que é muito malvisto pela sociedade, devido à falta de informação sobre o verdadeiro significado da palavra “*Fake*”.

O *RPG Fake* atualmente é diferenciado por muitos internautas devido à falta de explicação e divulgação por parte dos *rpgistas*, que nada mais são do que escritores criativos com sede de criar e compartilhar. Esse meio de interação tornou-se um estilo de vida para muitos, pois oferece uma interação social diferente da fornecida pela “vida real”. Percebendo a criação desta plataforma, onde o foco é atingir e satisfazer esse público em especial, a proposta de se estudar mais a fundo as especificidades e demandas dessa relação dos usuários entre si e em como elaboram os vínculos a partir dos jogos foi sendo desenvolvida numa tentativa de compreender como isso ocorre e se propaga.

Para melhor compreensão desta monografia, foi realizada uma análise dos conceitos que abordam o tema das redes sociais e servem de meio para os usuários *fakes*. Posteriormente, se esclarece o significado de “*Fake*” e “*RPG*” nessa plataforma *online* que também é dada como um objeto de análise, onde dois perfis de personagens fictícios foram apresentados e então exemplificado como se desenrola a interação do *RPG* por meio de “turnos” escritos no cenário da plataforma *Yoble*.

¹ **RPG**: Sigla em inglês para *role-playing game*, um gênero de jogo no qual os jogadores assumem o papel de personagens imaginários, em um mundo fictício. (<https://www.significados.com.br/rpg/>);

² **Yoble**: Rede Social baseada no Orkut. (<https://pt-br.facebook.com/yobleOficial/>);

³ **Fake** (personagem): mesma regra se aplica a artistas quando incorpora um personagem para um cinema, TV, rádio e teatro: separar o personagem do artista. No RPG dizemos separar o *ON* (personagem) do *OFF* (pessoa por trás do personagem). (<https://pt-br.facebook.com/notes/selene-katharos/que...rpg-fake/477806895615890/>).

Para a fundamentação teórica desta pesquisa foi abordado o tema das redes sociais, especialmente *Orkut* e *Yoble*, cujo pretexto de suas criações são apresentados no primeiro capítulo, “Construção Coletiva”, com a finalidade de justificar como ocorre e se procede as relações de grupos que buscam por interesses semelhantes na internet. Com o intuito de fornecer maiores explicações e esclarecimentos sobre o tema, este capítulo é composto por seis subcapítulos que apontam as plataformas digitais que incorporam tais grupos.

O capítulo seguinte, “Transmídia”, aborda as extensões dos conteúdos que predominam sob outras mídias.

No terceiro capítulo, “*Fake*”, é especificado o significado da palavra e da expressão utilizada pelos internautas que participam ou não da rede. São apresentados também os perfis interpretativos dos personagens fictícios dos usuários.

O quarto capítulo, “*Role Playing Game*”, oferece uma visão ampla da sigla RPG, dos seus objetivos e formas de utilização, através de seus variados meios de entretenimento no decorrer das décadas, acompanhando sua evolução da vida real para as plataformas digitais. Este capítulo foi separado com um subcapítulo que apresenta denominações e formas similares de interpretação de personagens na web.

O quinto capítulo, “*RPG Fake*”, é a explicação definitiva do funcionamento do RPG *Fake* na Plataforma *Yoble*.

Para esta monografia foi feita uma análise do funcionamento do *RPG Fake* na plataforma *Yoble*, onde os perfis e comunidades voltados unicamente para a interação *fake* são explorados para compreender de que maneira se desenvolve a relação dos perfis interpretativos. Seguindo esta trajetória, explica-se o que é o *RPG Fake*, como é utilizado, como interfere no comportamento dos usuários com seus personagens e por fim, como seus perfis são apresentados e promovidos na rede social.

Como funciona a interação e de que forma se desenvolve o *RPG Fake* na plataforma *Yoble*? A seleção destes perfis foi realizada de acordo com duas categorias. A primeira por sua simplicidade, mostrando que não é necessário grande conteúdo para se ter um perfil *fake* na plataforma, e o segundo, por ser mais esteticamente elaborado, onde o mundo de seu personagem é mais desenvolvido, podendo fazer utilização de textos, imagens e *gifs* para representá-lo.

2. CONSTRUÇÃO COLETIVA

Vivemos em um mundo no qual todos aprendem e ensinam, onde a realidade não existe sem o ser humano, assim como o real não é apenas o ser vivo. O real é o mundo material e as relações que o ser humano estabelece durante sua vida social. É nesse mundo em que a construção coletiva implica na valorização das diferenças e das perspectivas de um processo onde ainda nada está pronto ou acabado. Essa coletividade é capaz de colocar em discussão questões de poderes decisórios, diferentes níveis de organização e instâncias de competências da vida em sociedade (FORUMEJA, 1999).

Em entrevista para a Carta Forense, Donizetti (2011) comentou que essa coletividade teve início nas primeiras décadas do século XX em virtude da necessidade de proteção dos interesses da população. Esse foi um processo que propiciou significativamente a redução do número de demandas propostas individualmente, de forma que, em uma única demanda, os conflitos pudessem ser solucionados de maneira genérica.

Nos dias de hoje é essencial a capacidade do homem de trabalhar em equipe e criar vínculos com as pessoas podendo ou não estar no mesmo espaço. O que é denominado por muitos pensadores como “Pós-modernidade”. Bauman (2001) chama de “Modernidade Líquida” essa forma rápida e distante de comunicação que se propagou no século XXI.

A questão da identidade foi transformada de algo preestabelecido em uma tarefa: você tem que criar a sua própria comunidade. Mas não se cria uma comunidade, você tem uma ou não; o que as redes sociais podem gerar é um substituto. A diferença entre a comunidade e a rede é que você pertence à comunidade, mas a rede pertence a você (BAUMAN, 2001).

Segundo Lévy (1996) uma comunidade virtual pode ser organizada sobre uma base de afinidade, através de sistemas de comunicação à distância. Seus membros têm proximidade por dividir os mesmos interesses e neste caso a geografia não é mais um ponto de partida, nem um obstáculo. Apesar de não ser tangível, as comunidades estão repletas de projetos, conflitos e amizades, vivenciando uma instabilidade local. A virtualização reinventa uma cultura nômade, fazendo surgir um meio de interações sociais, onde as relações se reconfiguram com um mínimo de inércia.

Quando uma pessoa, uma coletividade, um ato, uma informação, se virtualizam, eles se tornam "não-presentes", se desterritorializam. Uma espécie de desengate os separa do espaço físico ou geográfico ordinários e da temporalidade do relógio e do calendário. É verdade que não são totalmente independentes do espaço-tempo de referência, uma vez que devem sempre se inserir em suportes físicos e se atualizar aqui ou alhures, agora ou mais tarde (LÉVY, 1996).

A fim de estimular a interação dos usuários que estão sempre conectados, plataformas digitais surgiram como um modelo de negócio para criar um corpo coletivo e solucionar problemas em comum. O que na maioria dos casos trata-se da necessidade de interações sociais, seja para desenvolvimento pessoal, vendas ou funcionalidades diversas (SANTOS, 2017).

Facebook, Twitter, Instagram e LinkedIn. Estas são algumas plataformas sociais disponíveis na web. Muito mais do que simples websites, a premissa desses ambientes é a de viabilizar ferramentas que permitem a comunicação e interação social na internet. Além disso, essas redes contam com plataformas de anunciantes, expandindo as funcionalidades do serviço (SANTOS 2017).

É através desses meios que as redes sociais emergem e são responsáveis por expandir a interação em um mundo no qual a tecnologia é a base de tudo. Sem as plataformas, que servem como ponte para esses grupos, a comunicação estaria escassa se tratando de um futuro estruturado pela cibercultura. Carneiro (2011) diz que a necessidade de comunicação das pessoas motivou o crescimento inesperado do ciberespaço. Formado pela integração de várias culturas e condicionado constantemente por novos fatores tecnológicos, esse mundo virtual é de difícil controle, não obedece a ordens ou hierarquias. Silva (2014) reforça a definição de ciberespaço de William Gibson como, "O espaço não físico constituído pelas redes digitais."

A comunicação digital gerou um novo comportamento humano. A interação de milhões de pessoas de todos os horizontes através de um caótico mundo virtual criou novos valores, formas de pensar e manifestações artísticas. A cibercultura é esse conjunto de transformações que ocorrem na sociedade e na cultura e que tem sua origem no desenvolvimento do ciberespaço (CARNEIRO, 2011).

É dentro desse espaço que surgem as plataformas com estruturas sociais compostas por pessoas ou organizações que buscam por interação coletiva. Segundo Halt (2014), as redes sociais costumam reunir uma motivação em comum, porém, podem se manifestar de diferentes formas.

Sabemos, então, que existem grupos específicos na sua vida, seja para compartilhar assuntos, momentos ou informações diferentes. No mundo virtual não é diferente (...) você entende as suas respectivas diferenças e sabe como se posicionar de acordo com o contexto de cada uma delas (PATEL, 2015).

Enquanto houver coletividade, o campo de ideias irá apenas se expandir gradativamente. A tecnologia torna os vínculos em grupos maiores dos que os imaginados e abre espaço para o compartilhamento criativo, tornando concebível a construção de mundos do processo coletivo (MUNGIOLI, 2011).

2.1 Virtual

Dada como sinônimo de algo puramente irreal, a palavra virtual significa ausência de realidade material, que é vista como uma presença tangível. Enquanto o real é da ordem do “tenho”, o virtual seria da ordem do “terás”, ou da ilusão, o que gera o uso de uma fácil ironia para relembrar as diversas formas de virtualização. O virtual não se opõe à realidade, mas sim à atualidade. É como um complexo problemático, um nó de tendências que acompanha uma situação, acontecimento ou objeto (LÉVY, 1996).

Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato. O virtual tende a atualizar-se, sem ter passado no entanto à concretização efetiva ou formal. A árvore está virtualmente presente na semente. Em termos rigorosamente filosóficos, o virtual não se opõe ao real mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes. (LÉVY, 1996).

Com o advento dos computadores e do desenvolvimento da comunicação através destas máquinas, os termos "virtual" e "virtualidade" passaram a se difundir e a palavra *virtual* começou a ser usada como referência a tudo aquilo que diz respeito às comunicações via internet e à informatização da relação interpessoal (FERREIRA; BARBOSA, 2008).

Durante muito tempo o computador era o centro da tecnologia, porém com a criação de novos programas, a informática contemporânea conseguiu desconstruir o computador como "máquina", cedendo lugar a um espaço de comunicação navegável e limitado centrado nos fluxos de informação, de maneira cada vez mais rápida e atualizada (FERREIRA; BARBOSA, 1998).

Para Klastруп (2003), o virtual pode, através da tradição filosófica, também ser considerado o que ainda não foi atualizado, mas como "potencial". Em outras palavras, a

transição do virtual para o real é uma criação de um "domínio problemático", que questiona o próprio ser. Não só uma nova entidade que fez sua entrada no mundo, mas algo que também pode nos levar a questionar o que é o mundo e como nós o interpretamos. Como um texto gerado por computador seguindo instruções de um programa com certas limitações, o mundo virtual é apenas uma percepção de potencial limitado.

As questões sociais que se interligam nos mundos virtuais podem ser elucidadas sob o ponto de vista da emergência de novas formas de sociabilidade e de relações entre as pessoas modernizadas pela cibercultura, ou mesmo por questões que envolvam os fundamentos psicológicos dos usuários, que muitas vezes ponderam suas vontades, desejos e frustrações pessoais nos comportamentos e atitudes assumidos dentro dos mundos virtuais (MELO; PATRIOTA; OLIVEIRA, 2008)

Como se trata de um ambiente simulado, entretanto, o mundo virtual não raro apresenta características de um mundo ideal, onde não há muito espaço para aspectos imperfeitos ou desagradáveis da vida, mas que dá lugar para as melhores experiências que uma existência paralela poderia oferecer (MELO; PATRIOTA; OLIVEIRA, 2008).

Ferreira e Barbosa (2008) argumentam que o mundo virtual, os relacionamentos, comportamentos e valores virtuais são capazes de desenvolver nos internautas uma espécie de rotina, tornando a *web* uma grande confidente, que através dela, o indivíduo consiga melhorar sua imagem e ser aceito pelos demais. Dessa forma, esse novo mundo acaba servindo de "válvula de escape" do mundo real, e como resultado disso a nossa existência está cada vez mais virtual e os jogos cada vez mais reais.

Através do virtual, os internautas encontram no computador uma ferramenta com a qual podem obter inúmeras informações e também interagir com outras pessoas, sem que haja muitas vezes o contato face a face. Para isso, eles se organizam em comunidades virtuais e sites de relacionamento, que se tornaram os meios mais adaptados para se fazer amizades, se expressar e se comunicar nessa "Era da virtualização" (FERREIRA; BARBOSA, 2008).

Segundo Primo (1997), as comunidades virtuais são baseadas em proximidade intelectual e emocional e não, proximidade física. Os internautas que participam de *chats online* se veem como parte de um grupo e são responsáveis pela manutenção de suas relações. Dessa forma, pode-se compreender que essa percepção é, muitas vezes, maior em grupos que experimentam situações de comunidades baseadas na proximidade geográfica, como um bairro

ou condomínio. Fundamentadas na proximidade física, muitas dessas comunidades constantemente carecem de qualquer acercamento emocional.

É importante salientar que diferentemente das comunidades geográficas, que sempre existirão, as comunidades virtuais podem ser efêmeras. A comunidade de um bairro sempre existirá, pois o bairro não deixará de existir. Por outro lado, um chat só existe quando o sistema está funcionando. Ocorrendo algum problema, ele deixa de existir (PRIMO, 1997).

A partir desta perspectiva, uma comunidade, de acordo com Carvalho (2008) pode ser concebida dentro de uma rede *online* e, ainda, uma rede pode ser arquitetada como uma comunidade se houver laços estreitos entre seus integrantes. Mas além dos fortes vínculos que constituem um constante grupo de pessoas, as comunidades possuem mais um elemento diferenciador: colaboração e cooperação constante entre seus integrantes.

Entendemos que rede e comunidade online se diferenciam pela qualidade das relações estabelecidas entre seus integrantes. Ambas reúnem participantes em torno de um interesse em comum. Mas, nas comunidades, os laços entre as pessoas seriam mais estreitos do que nas redes podendo desencadear um compromisso ou outro (CARVALHO, 2008).

Dessa forma, o mundo virtual oferece a possibilidade de potencializar as criações utópicas das pessoas de modo jamais visto, e mais que isso, é capaz de criar fantasias por ele mesmo, quase que por um erro de digitação ou de relação, qualquer que seja, com os computadores ou seus similares. (GHIRALDELLI JR, 2001).

2.2 Plataformas Digitais

Para Gabriel (2010) e Gerhardt (2014), as plataformas e tecnologias digitais são frequentemente confundidas com estratégias. O *Facebook* não é uma rede social, mas sim uma plataforma de rede social. A rede social está inserida sobre plataformas e dessa forma, uma pessoa ou empresa pode ter uma rede social onde seus membros estejam tanto no *Facebook* quanto no *Twitter*.

De acordo com Tushman e Greenstein (1998) e Parker e Alstytne (2012) plataformas foram definidas em vários contextos por pessoas diferentes, mas o tema subjacente comum é que uma plataforma é constituída por um elemento central e estável em um conjunto de vários outros componentes. Uma plataforma digital usa a internet para comunicação entre usuários,

mas existem outras plataformas que não são digitais, por exemplo, jornais, e por isso seu alcance com o público é muito mais limitado (VAN EIJK et al., 2015).

Por ser um modelo que permite e estimula a interação de múltiplos grupos de usuários, as plataformas digitais dominam grande parte da internet, geralmente criando grupos e solucionando problemas em comum (SANTOS, 2017). Elas criam um valor significativo, permitindo um tipo de comércio e comunicação que talvez não ocorresse por outro meio (EDELMAN, 2015). A crescente importância dada à inovação e à experiência do usuário tem estimulado o aparecimento de diversas plataformas que conectam grupos, resolvendo problemas de todas as ordens, partindo da descoberta de necessidades até então desconhecidas. As plataformas atuam entregando valor cada vez maior a medida que se amplia, ou seja, quanto maior o número de interações bem conduzidas na comunidade de usuários, mais benefícios os membros das plataformas podem receber (NETO, 2017).

Essa lógica de modelo de negócio também é chamada “*matchmaker*”. Plataformas como *Facebook*, *LinkedIn*, *Instagram*, entre outras, sugerem aos usuários novas conexões com base em uma série de variáveis que são validadas (ou não) como fatores críticos de “*matches*” bem-sucedidos. Seus principais ativos são a comunidade e os recursos dos seus membros e, conseqüentemente, as interações e informações resultantes, constituindo uma grande fonte de valor e vantagem competitiva (NETO, 2017).

De acordo com Neto (2017), o interesse na criação de novas plataformas aumenta em grande escala, mobilizando marcas e empresas, seja para criação de um produto ou modelo de negócios. As plataformas, justamente por atuar em uma lógica digital e exponencial, possibilitam soluções antes impensadas. Serviços que agora se tornaram indispensáveis, há poucos anos nem sequer eram idealizados.

Os sistemas e serviços estão se tornando digitais e as empresas demonstram interesse em integrar plataformas que podem permitir a colaboração entre os negócios. Atualmente, as tecnologias de plataforma estão disponíveis para orquestrar entre canais, sistemas e serviços heterogêneos. A conscientização do contexto está se baseando na personalização e localização para gerar oportunidades estimulantes aos negócios. Os nativos digitais passaram a conhecer seu público, como são, onde estão, para onde vão, o que fizeram antes e o que provavelmente farão em seguida (SHANKARAVAM, 2016).

2.3 Redes Sociais

Nas infovias da internet tem-se a capacidade de construir relacionamentos pessoais (não necessariamente afetivos), de acordo com os gostos, desejos e identificações a respeito do grupo social escolhido. Dessa maneira os relacionamentos são estruturados a partir da capacidade de estabelecer com outros indivíduos possuidores do mesmo universo de valores, gostos, visões de mundo com categorias sociais semelhantes, estéticas e até comportamentais (BEZERRA; ARAÚJO, 2011).

As redes sociais são conceituadas como totalmente contemporâneas, integrando os seres humanos em um grupo organizado cujas conexões estão em um padrão matematicamente mensurável. As comunidades virtuais não são necessariamente comunidades sociais. Enquanto em uma comunidade as pessoas estão juntas por algum motivo de força maior, nas comunidades virtuais todos os participantes apresentam interesses em comum (MIRA; BODONI, 2014).

Rede social é o site ou aplicativo que permite que as pessoas se manifestem e compartilhem informações. Compartilhar, aliás, é palavra de ordem. Cada uma das redes sociais pode ter um objetivo específico, seja profissional, de relacionamento, entretenimento e outros (PATEL, 2015).

Redes sociais fazem parte das plataformas digitais, lá elas se integram e se desenvolvem através dos usuários que buscam objetivos semelhantes. É uma estrutura social composta por indivíduos ou empresas conectadas por tipos específicos de interdependência (GABRIEL, 2010; GERHARDT, 2014).

As redes sociais não se limitam mais ao relacionamento, mas também como fonte de pesquisa e notícias, tendo como atributos a interatividade e participação, possibilitando não só o acesso à informação, mas a capacidade de produzi-la (BARROS; CARMO; SILVA, 2012).

De acordo com Politaktiv (2001) uma rede social nada mais é do que uma estrutura social composta por indivíduos ou organizações denominadas "nós", que são amarradas, ou seja, conectadas, por um ou mais tipos específicos de interdependência, tais como amizade, parentesco, interesses em comum, troca financeira, relações, conhecimentos ou prestígios. Os "nós" são atores individuais dentro das redes e os laços são as relações entre esses atores.

Em sua forma mais simples, uma rede social é um mapa de vínculos específicos, como a amizade, entre os nós que estão sendo estudados. Os nós aos quais um indivíduo está assim conectado são os contatos sociais desse indivíduo. A rede também pode ser usada para medir o capital social - o valor que um indivíduo obtém da rede social. Esses conceitos são muitas vezes exibidos em um diagrama de rede social, onde os nós são os pontos e os laços são as linhas (POLITAKTIV, 2001).

Enquanto os atores representam os nós, as conexões de uma rede social podem ser compreendidas de diversas maneiras. Em termos gerais, essas conexões são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores. De certa forma, são as conexões o principal foco de estudo das redes sociais, pois é a sua variação que altera as estruturas desses grupos (RECUEIRO, 2009).

Essas interações, na Internet, são percebidas graças à possibilidade de manter os rastros sociais dos indivíduos, que permanecem ali. Um comentário em um *weblog*, por exemplo, permanece ali até que alguém o delete ou o *weblog* saia do ar. Assim acontece com a maior parte das interações na mediação do computador. Essas interações são, de certo modo, fadadas a permanecer no ciberespaço, permitindo ao pesquisador a percepção das trocas sociais mesmo distante, no tempo e no espaço, de onde foram realizadas. Mas antes de discutir as particularidades desses processos e sua importância para o estudo das redes, discutiremos os conceitos (RECUEIRO, 2009).

Assim como na vida existem vários grupos específicos para interação, no mundo virtual não é diferente e por isso cada plataforma é indiretamente separada por categoria. Patel (2015) aprofundou-se nesse assunto e trouxe à tona breves definições que auxiliam na compreensão sobre esses grupos.

- **Relacionamento:** Há plataformas criadas com o intuito de aproximar os usuários e torná-los mais íntimos. Ex: *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*;
- **Entretenimento:** Seu objetivo primário é produzir e reproduzir conteúdo e não conectar pessoas. Ex: *Youtube* e *Pinterest*;
- **Profissional:** Seu enfoque é referente à conexão entre pessoas com objetivos profissionais. Ex: *LinkedIn*;
- **Nicho:** Voltada para um público específico, tanto na categoria profissional quanto pelos interesses pessoais dos usuários. Ex: *TripAdvisor*.

Recueiro (2009) diz que as redes sociais na internet podem ser analisadas de dois tipos, as redes emergentes e as redes de associação.

- **Redes Sociais Emergentes:** Expressas a partir das interações entre os atores sociais. São redes cujas conexões entre os nós emergem através das trocas sociais realizadas pela interação e pela conversação através do computador. É chamada de rede emergente porque é constantemente reconstruída através das trocas sociais.

Essas também são redes normalmente pequenas, pois a quantidade de comentários recíprocos, custosos e que demandam investimento – pois realmente representam trocas sociais – é concentrada em poucos nós, tanto pelo custo de investimento, quanto pelo tempo necessário para que as trocas sociais aconteçam. Ou seja, redes emergentes dependem do tempo disponível para a interação entre os atores sociais no computador, bem como de seu comprometimento e investimento em criar e manter um perfil, weblog, fotolog ou etc. por onde essas interações possam acontecer (RECUEIRO, 2009).

- **Redes Associativas:** Nesse tipo de rede, há somente um conjunto de atores, mas são redes de dois modos, porque estuda-se um conjunto de eventos aos quais um determinado ator pertence. É chamada assim porque são analisadas duas variáveis: além dos atores-indivíduos, também são observados os eventos. Cada um desses eventos é um elemento de conexão de um conjunto de atores. Dessa forma, essas redes são constituídas de dois tipos de nós: os atores e os grupos, ambos se relacionam por conexões de pertencimento.

São redes cujas conexões são forjadas através dos mecanismos de associação ou de filiação dos sites de redes sociais. É o caso, por exemplo, das listas de “amigos” no *Orkut*, da lista de pessoas que alguém segue no *Twitter*, etc (RECUEIRO, 2009).

É notável que as redes sociais assim como a internet estão gradativamente formando um complexo de esquema de transformações muito rápidas que podem trazer benefícios, em menor escala, a indivíduos ou grupo de pessoas e, em maior escala, transformar situações em âmbito nacional e até internacional (BARROS; CARMO; SILVA, 2012).

2.4 *Orkut*

Orkut Büyükkökten foi um funcionário do Google que criou em 2004 a plataforma que popularizou no mundo, mas viralizou no Brasil. Devido à grande quantidade de usuários brasileiros, o Google anunciou em 2008 que o controle do *Orkut* seria transferido de sua equipe

na Califórnia (EUA) para o Brasil. Porém, começou a se dissolver e em 2014 chegou ao seu fim, causando impacto em muitos brasileiros que ainda faziam uso do site de relacionamento (COSSETTI, 2014).

Com base em Fragoso (2006) e Recueiro (2009) sabe-se que em meados de 2006, o *Orkut* tornou-se bastante popular na Índia quando a ferramenta de idiomas foi criada para separar os falantes de cada língua. Embora tal fato não fosse percebido como um único fator desencadeante do crescimento na Índia, foi muito importante por permitir a entrada de pessoas com idiomas diferentes, até que a "invasão brasileira" causou prejuízo.

Por volta de 2011, o número de usuários do *Orkut* começou a decrescer, e em meados de 2012 o *Facebook* já era considerado o site de rede social com maior número de brasileiros. Assim, repetiu-se o fenômeno da "invasão brasileira", em que milhares de usuários migraram para o *Facebook*, fazendo com que o Brasil se tornasse rapidamente o 3º país com mais representantes no site (LUPINACCI et al., 2015).

Assim como o *Facebook*, cada usuário criava um perfil pessoal para poder fazer parte da rede. Segundo Fragoso (2006) os perfis dos usuários do *Orkut* eram construídos em três camadas: perfil social (possuíam informações como idade, gênero, nacionalidade e relacionamento), perfil profissional (escolaridade, profissão e interesses profissionais) e perfil pessoal (características físicas e interesses pessoais). Havia um espaço para a publicação de fotos em álbuns e a participação de comunidades onde os usuários encontrariam pessoas com opiniões e gostos em comum.

No *Orkut* os sujeitos interagem livremente, emitindo opiniões, colocando fotos em seus perfis, criando comunidades com os mais diversos temas/assuntos, criando fóruns de participação com discussões, enquetes, informações, etc (BEZERRA; ARAÚJO, 2011).

Segundo Recueiro (2009), as comunidades do *Orkut* foram originalmente criadas para a interação social com outros atores. No entanto, sua apropriação pelos atores sociais deu-se como ferramenta de construção de identidade, utilizando essas comunidades como forma de construir uma perspectiva de quem se é no sistema. A autora diz que o *Orkut* tratava-se de uma forma de associação formal. Uma vez dentro do espaço, os agentes tinham a capacidade de interagir uns com os outros através de tópicos de mensagens. Esse espaço ocorria no território das "comunidades", onde aconteciam as interações sociais.

O processo de criação do grupo, portanto, não é emergente, mas acontece de cima para baixo (alguém cria o grupo e convida alguns integrantes). Normalmente, o criador do espaço passa a enviar mensagens de convite a todos os amigos e conhecidos, como forma de divulgar o novo grupo e fazer que os interessados entrem no grupo gerando, assim, laços associativos (RECUEIRO, 2009).

A autora também diz que os usuários eram identificados pelos seus perfis devido à possibilidade única de acesso através do sistema de um login e senha que automaticamente vinculavam um ator a seu perfil, onde toda e qualquer interação era sempre vinculada a alguém. Por isso, boa parte dos usuários *fakes* eram criados para optar fugir dessa identificação e forma interagir sem serem reconhecidos pelos demais.

Frequentemente o usuário poderia esbarrar com perfis de celebridades que possuíam características detalhadas sobre eles, demonstrando certa veracidade. Esses sujeitos criavam essas identidades e passavam a alimentá-las diariamente, vivendo como se fossem aquelas pessoas e interagindo com outros membros do *Orkut* (BEZERRA; ARAÚJO, 2011).

Muitos perfis são conhecidos como *fakes*, onde os sujeitos colocam informações falsas e, muitas vezes, se fazem passar por outras pessoas, geralmente famosas.

Naquela época enquanto mais amigos você tinha, mais popular você era. Seu perfil tinha que ser chamativo, e começou então a era racista do *fake*. Os *fakes* pop's e os *fakes* capengas. Se você era capenga, não era aceito pela "alta sociedade *fake*", se você era pop, era excluído pelos capengas (1BLOGFAKE, 2012).

Bezerra e Araújo (2011) apontam que diversas formas de solidariedade davam lugar, nessas identidades, a um individualismo cada vez mais difuso, o qual ia se impondo como mentalidade aos comportamentos das pessoas em sua convivência social. Dessa forma, assumia como centro de preocupação à felicidade e a auto realização do prazer do próprio indivíduo.

2.5 Yoble

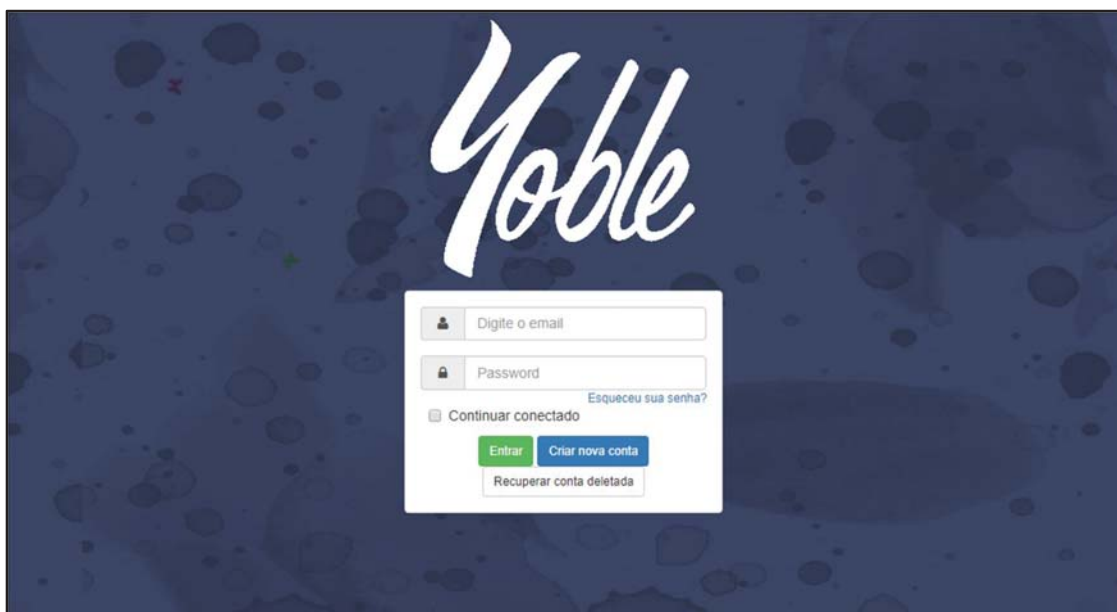
Yoble é uma plataforma brasileira que surgiu em 2014 e que possui um *layout* e ferramentas semelhantes ao *Orkut*. A plataforma *Yoble* foi criada para abrigar os fiéis usuários que se tornaram nômades com o fim do *Orkut*. Segundo o criador, a proposta inicial do site era abrigar os usuários de uma comunidade de futebol do *Orkut*. Porém, a ideia expandiu-se quando Daniel Lemes, morador da cidade de Santa Maria no RS, viu a quantidade de internautas que queriam utilizar a rede para outros fins (PAES, 2018).

A estrutura do site é bem parecida com a do *Orkut*, tendo a opção de enviar depoimentos, recados, página de perfil para customizar com HTML, e até mesmo as famosas e tão aclamadas comunidades com fóruns de debates. Mas estas últimas talvez sejam o motivo da rede possuir tantos perfis não pessoais, mais conhecidos como *fakes*. As comunidades facilitam a galera que gosta de jogar RPG online interpretativo, o que faz aumentar esse público (PAES, 2018).

O *Yoble* ganhou notoriedade por acabar sendo a rede na qual a maioria dos perfis *Fakes* decidiram migrar. É um site simples que atende todos os requisitos dos ex usuários do Orkut. Além das funcionalidades padrões, o site também disponibiliza alguns jogos e uma própria moeda chamada *Yogold* (GOMES, 2015).

Quanto à estrutura do site, pode ser visto na imagem abaixo (Figura 1), a página inicial é simples e objetiva, sem muitos detalhes e informações sobre *Yoble* tratar-se de uma rede social.

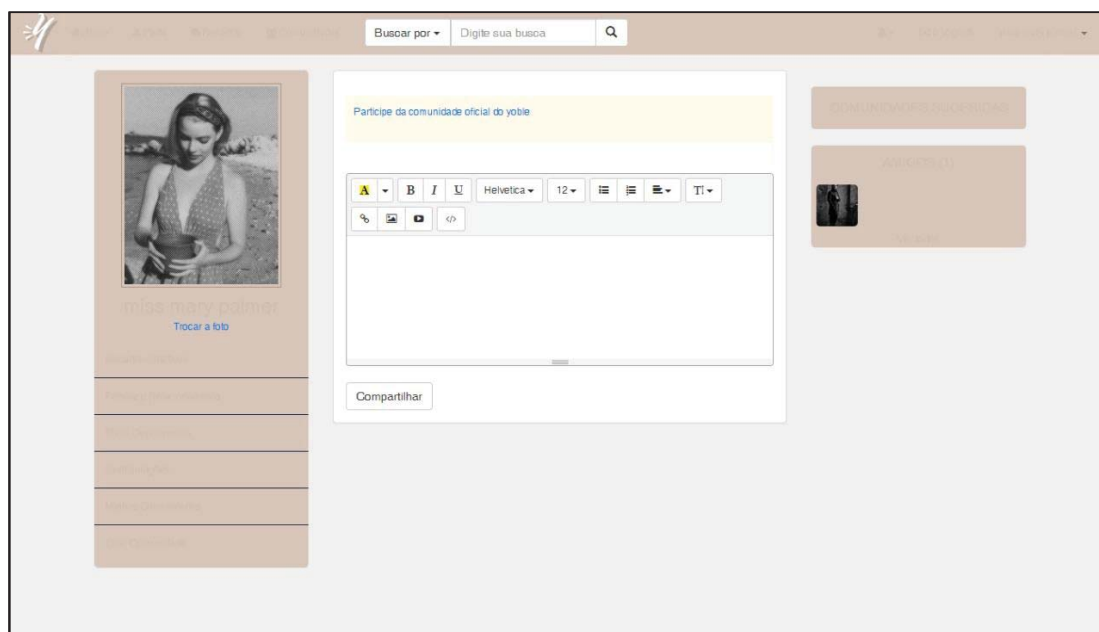
Figura 1 - Página inicial do site *Yoble*.



Fonte: *Yoble* (2018).

O menu inicial (Figura 2) para os usuários contém um espaço para o feed de atualizações de fotos dos perfis de seus amigos e status. É nele onde o usuário receberá as notificações de depoimentos e solicitações de amizade.

Figura 2 - Menu inicial de um usuário *fake*.



Fonte: Yoble (2018).

O Yoble disponibiliza uma vasta ferramenta para a personalização dos perfis, desde as cores das caixas de botões dos menus até a alteração do próprio HTML da página, podendo esta conter uma música de fundo e variedades de imagens, *gifs* e fontes, conforme Figura 3.

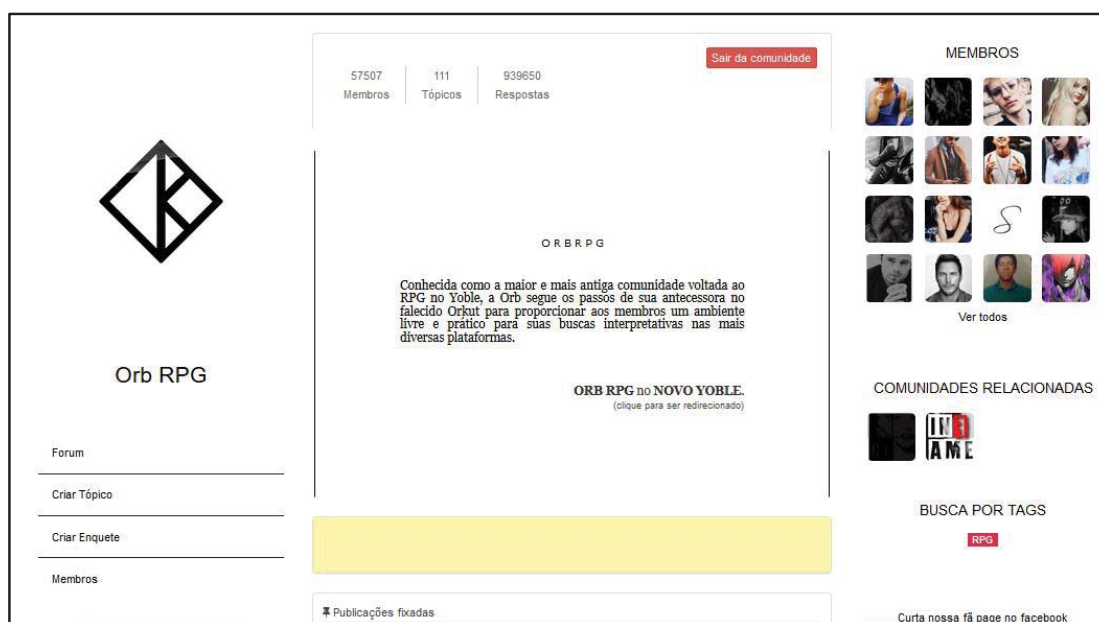
Figura 3 - Perfil *fake* bem elaborado.



Fonte: Yoble (2018).

As comunidades são diversas, mas a que possui mais usuários ativos e que está sempre em expansão trata-se da Orb RPG voltada para a divulgação dos perfis *fakes*, contendo até 57.507 membros como é mostrado na Figura 4.

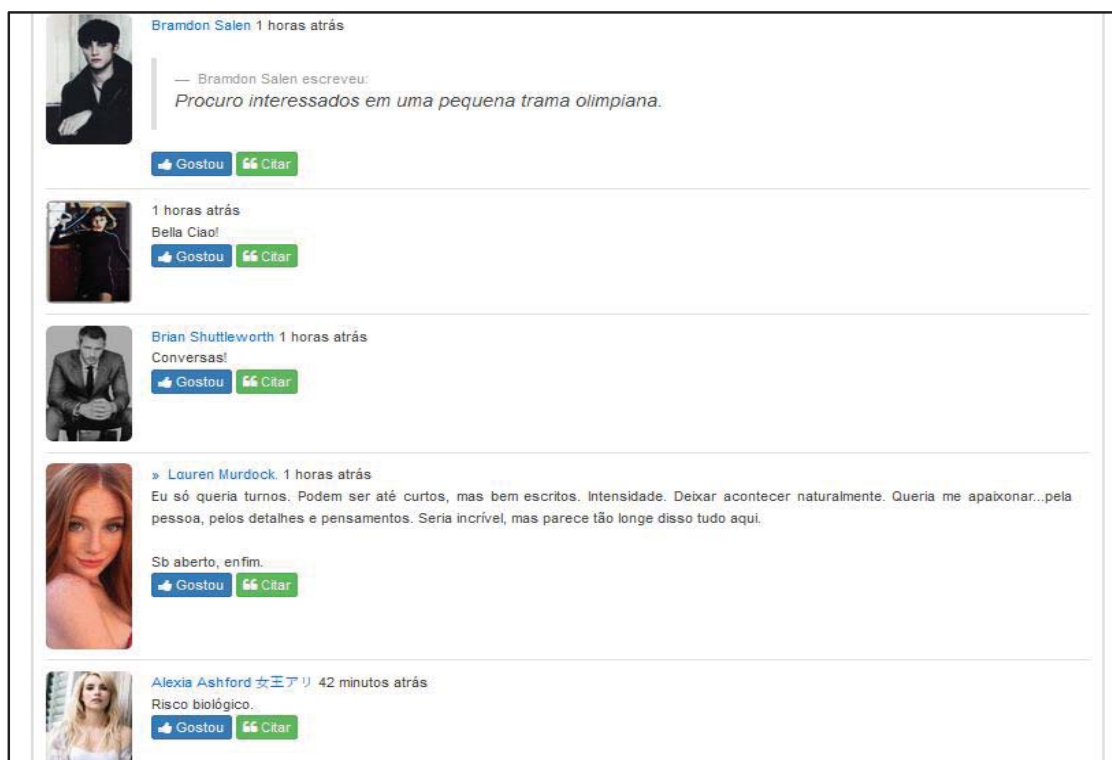
Figura 4 - Comunidade para *fakes* Orb RPG.



Fonte: Yoble (2018).

A Orb possui tópicos seletivos para cada assunto a ser tratado, um chamado “*Chat*” onde os usuários podem utilizar o espaço como sala de bate papo e descontração, e o outro designado somente para as divulgações dos usuários e suas buscas de interpretações (Figura 5).

Figura 5 - Tópico de divulgação dos usuários *fakes*.



Fonte: Yoble (2018).

É através das comunidades proporcionadas pelo site que ocorrem as maiores construções coletivas dos usuários.

Estes personagens são criados no intuito de interagir com outros personagens criados com o mesmo propósito, estabelecendo vínculos emocionais nas interações. Vamos chamar estes tipos de perfis como Perfil *Fake* de Interação. Além de fazer novas amizades, conhecer pessoas que tenham os mesmos interesses e participar de comunidades virtuais, estes personagens também buscam jogos de *Role Playing Game* (RPG). É por isso que este universo *fake* inserido nas redes sociais pode ser comparado, muitas vezes, ao mundo virtual do *Second Life*, porém de uma forma um pouco menos realista, onde o imaginário dos personagens *fakes* é posto em prática para a convivência em um metaverso narrativo (RIBEIRO, 2014).

Diferente das comunidades encontradas no *Orkut* que possuíam um apelo mais humorístico, os espaços similares no *Yoble* são utilizados em grande parte para maior aproximação dos membros, principalmente os denominados *fakes*, que praticamente dominam a rede. São nessas comunidades onde ocorrem a interação dos usuários *fakes* e abre as portas para o mundo da imaginação e criatividade. É lá onde são desenvolvidos os jogos de RPG, que

também são chamados de *turnos* e *storytelling*. Porém, o termo RPG é o mais utilizado e conhecido entre os usuários *fakes* (RIBEIRO, 2014).

3. TRANSMÍDIA

"A narrativa transmídia permite a exploração simultânea entre inteligência coletiva e cultura participativa" (GUEDES, 2016).

O nascimento de um meio de comunicação pode ser tanto estimulante quanto assustador. Qualquer tecnologia industrial que amplie drasticamente os recursos também deixa as pessoas desconfortáveis ao desafiar o conceito da própria humanidade. Barcos, carros e aviões são extensões teoricamente mágicas dos braços e pernas, o telefone estende as vozes e o livro é capaz de ampliar a memória. Os computadores da década de 90, com sua capacidade de transportar as pessoas para lugares virtuais e conectá-las com pessoas na outra extremidade da terra, e resguardar vastas quantidades de informação, é uma combinação destes aspectos (MURRAY, 2003). Deste modo, é proposto por Resende (2013) que a indústria do entretenimento estava se tornando gradativamente mais complexa perante a atual ostentação de redes midiáticas que possuem a capacidade de expandir experiências ficcionais de uma mesma obra. Nesse universo, formas inexploradas de contar histórias vem à tona e permitem maior engajamento por parte do público, que passa a se reconhecer nas tramas às quais tem acesso. Os mundos fictícios desenvolvidos através dos meios de comunicação possibilitam a exploração de aspectos diferenciados de uma experiência imersiva.

Segundo Jenkins (2009), uma história transmídia é sucedida através de várias plataformas de mídia, onde cada novo texto contribui de maneira significativa para o todo. Na transmídia cada meio faz o que tem de melhor, sendo assim, uma história pode ser introduzida em um filme e ser expandida na televisão, onde seu universo possa ser explorado em *games* ou experimentado como atração em um parque de diversões. O autor diz que cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário assistir ao filme para gostar do *game*, e vice-versa. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva o consumo, quanto maior forem os níveis de revelações e experiências, mais a franquia estará renovada e então sustentará a atenção do consumidor.

Em uma entrevista com o analista de mídia Geoffrey Long, Marcus Tavares (2009), da Revista Pontocom, esclarece que a transmídia significa qualquer coisa que se move de uma mídia para outra.

As histórias sempre se moveram entre as mídias. Veja como as histórias da Bíblia, por exemplo, foram representadas e descritas nas pinturas, nas sepulturas, nos vitrais das janelas. Mas a narrativa transmídia é diferente de uma adaptação. Ela é uma história que é contada por meio de múltiplas mídias. Não se trata de contar a mesma história em diferentes mídias (Long, apud Tavares, 2009)

Com o fluxo das mídias, comunicar deixou de ser um processo linear. Transmitir e informar tornou-se determinante na cibercultura. As plataformas de comunicação deixaram de ser totalitárias, sendo necessário convergirem para alcançar e atender o público em grande escala (GUEDES, 2016).

(...) cada mídia constrói uma autonomia narrativa (cada uma conta sua "parte" da história), e partir do processo de convergência entre os meios, o entendimento da narrativa geral é estabelecido. Uma espécie de fusão entre narrativas acontece, e cada mídia adiciona e contribui para a história. Se o público acompanhar a história através de apenas uma mídia, ele não será prejudicado, porém se ele permutar por todas as mídias que estão ligadas a essa história, a narrativa é compreendida em âmbito geral, como se vários pedaços da história fossem unidos em uma narrativa maior. (GUEDES, 2016).

Porém, cada mídia é capaz de atrair um nicho diferente. Jenkins (2009) articula que filmes e televisão possuem um público mais diversificado, já o mais restrito acompanha quadrinhos e *games*. O autor esclarece que uma boa franquia transmídia atua em atrair diversas clientelas, alterando moderadamente o conteúdo para se adaptar à mídia adotada. No entanto, se já houver conteúdo o suficiente para atingir diferentes públicos, há possibilidade de dispor de um mercado convergente que irá amplificar o potencial da franquia.

Na transmídia é fundamental que os usuários assumam um papel de caçadores e coletores para que dessa forma possam ir atrás de fragmentos da história. Isso pode ser feito através de uma perseguição por diversos canais onde poderão equiparar suas observações com as de outros fãs em fóruns de discussões coletivas *online*. Sendo assim, acabam contribuindo para certificar que todos aqueles que investiram seu tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais íntegra e satisfatória (JENKINS, 2009). Essa narrativa pode ser vista basicamente como uma história que se diferencia por ser dividida em partes que podem ser veiculadas por diferentes meios de comunicação, cada um estabelecido devido ao seu potencial para explorar determinada parte da trama (CAMPALANS; RENÓ; GOSCIOLA, 2012).

Para Costa (2012) a narrativa transmídia é considerada uma espécie de evolução de um fenômeno que surgiu na década de 90 chamado *Crossmedia*, e que estava inicialmente ligado à publicidade e ao *marketing*. A autora diz que na *crossmedia* há um processo de difusão de

conteúdo em diversos meios. Seu objetivo é criar uma interação do público com o conteúdo. O material propagado não necessariamente deve ser idêntico, e muitas vezes o que é divulgado em uma mídia completa o que está presente em outra.

Enquanto crossmídia é um projeto, quase sempre publicitário, que faz uso de diferentes plataformas para divulgar uma mesma história, a narrativa transmídia é uma história expandida e dividida em várias partes que são distribuídas em diferentes mídias. Assim, todas as mídias e todas as partes da história são integradas ainda que não precisamente do mesmo modo (CAMPALANS; RENÓ; GOSCIOLA, 2012).

Os processos transmidiáticos afetam as pessoas de maneira diferente do que cada mídia/tecnologia individual isolada é capaz, e que, apesar de ser considerado um termo novo, essa narrativa acontece desde a Era pré-web, conforme as mídias foram se desenvolvendo, também cresceram as possibilidades de transmídia (GABRIEL, 2012).

4. FAKE

A tradução de *fake*, do inglês, significa falso, quando remete-se à “perfis *fakes*” naturalmente pensa-se em situações onde alguém foi enganado por uma pessoa que se passava por outra. Porém, para os usuários *fakes* ela possui um significado muito maior. Eles pertencem a um mundo onde a intenção não é enganar alguém, mas sim, dar vida a um personagem de forma que o usuário por detrás do perfil se torne o escritor. Os perfis *fakes* utilizam identidades de celebridades, personagens de filmes ou desenhos animados. Camozzato (2007), diz “É na forma de serem outros de si mesmos que são construídos seus perfis *fakes*.” (COUTO; ROCHA, 2010)

Para algumas pessoas, os perfis *fakes* no Orkut podem ser insignificantes, uma fuga à realidade ou uma diversão sem grandes implicações. Para outras, podem ser o esconderijo de um criminoso envolvido nas tramas de violação dos direitos humanos na rede. Mas nem todo *fake* possui essas representações. Existem aqueles – e aqui parece estar a ampla maioria – que experimentam outras identidades para demonstrar sentimentos, percepções, desejos, gostos que poderiam ser ridicularizados e promotores de constrangimentos na vida *off-line*, mas que são celebrados e festejados na dinâmica efêmera e plural da internet (COUTO; ROCHA, 2010).

Segundo Oliveira (2013) a interação entre os *fakes* se dá pela webnovela. Essa narrativa literária apropriada para o ambiente digital é a junção dos termos *web* e *novela* designando a apropriação no digital dessa narrativa ficcional escrita e compartilhada em tempo real. Os perfis

fakes interagem entre si postando histórias em comunidades privadas (onde só os escritores/jogadores podem ler) ou públicas em que qualquer membro do *site* pode ter acesso.

Estes perfis *fakes* voltados para a interpretação são altamente levados a sério e não possuem o intuito de se passar pela pessoa na qual está usando a foto. Eles criam um personagem, com personalidades adaptadas, nomes inventados e história de vida criada podendo ou não ser inspirado em personagens de livro ou filme.

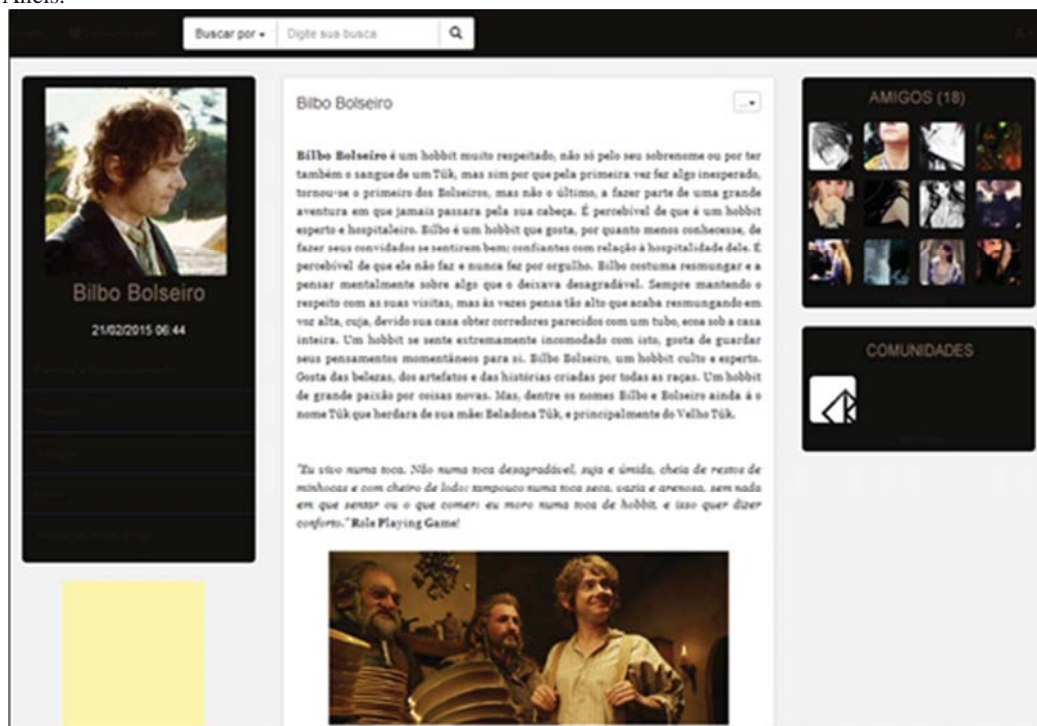
O que diferencia um grupo virtual do outro são suas diferentes atuações em papéis e performances, que implica em muitas alteridades e pluralidade de formas de jogar no social. Um *ciberpunk* não precisa ser um *ciberpunk* em todos os momentos de sua vida, no ciberespaço esse *punk* pode ser quem quiser e até pertencer a qualquer outro grupo social. Um executivo de meia idade pode ser um *ciberpunk* na rede, uma dona de casa de quarenta anos, ao entrar na internet, pode ser um guerreiro medieval da corte de um reino qualquer. As pessoas, ao entrarem na rede, podem representar papéis e mudar o seu figurino conforme seus gostos e momentos, participando de quantas tribos desejarem (SARMENTO, 2006).

Tomamos os avatares no site de relacionamentos Orkut, como sendo a representação da persona, ou seja, o perfil criado pelo usuário. Lá estão descritas todas as características físicas e representativas dele, sua família seus amigos, escolas que estudou, local onde trabalha enfim cada perfil é único como seu criador (SARMENTO, 2006).

Ribeiro (2014) comenta que a criação de um personagem *fake* geralmente passa por todo um processo elaborado por seus *offs* (termo que se refere à pessoa real por trás da rede). Existem casos em que ao invés de aperfeiçoar um perfil, escolhe-se um avatar (foto do perfil) ou uma pessoa famosa para usar como *shape* (forma que representa o personagem), criando apenas um nome para o personagem. Perfis do gênero nem sempre estão relacionados à interpretação ou possuem familiaridade com jogos de rpg *fake*, muitas vezes, só querem interagir com outros *fakes* e se divertir.

Os indivíduos que levam a interpretação mais a sério criam personagens bem elaborados e um perfil que possa representá-lo para uma possível interação (Figura 6). Criam enredo com o intuito de expor as características físicas, emocionais e de personalidade para suas futuras interpretações (RIBEIRO, 2014).

Figura 6 - Exemplo de perfil *fake* elaborado no site Yoble. Personagem baseado em O Hobbit e Senhor dos Anéis.



Fonte: Yoble (2018).

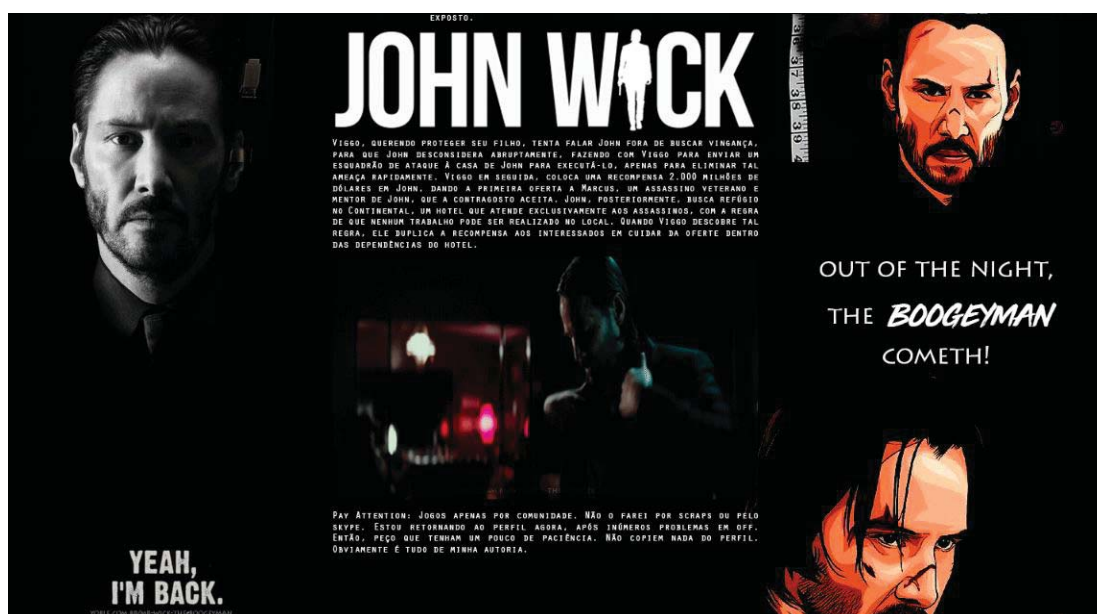
Personagens com mais tempo no universo *fake* estão familiarizados com a forma de comunicação, interagindo entre si por meio de bate-papos não oficiais. Utilizando apenas a plataforma de *scraps* ou fóruns de comunidades para comunicação. Com o tempo esses personagens começaram a se adaptar e criar jogos para as redes sociais, ou seja, narrativas com histórias interpretativas entre dois ou mais personagens (RIBEIRO, 2014).

Em uma entrevista de Maria Cristina Mungoli (2011), Carlos Alberto Scolari, comenta sobre a interação que ocorre entre esses personagens *fakes* e diz que O Senhor dos Anéis foi adaptado ao cinema por Peter Jackson e, ao mesmo tempo, fãs produziram outros textos que expandiram-se no mundo narrativo imaginado por Tolkien e incorporaram novos personagens e tramas. Essas narrativas transmidiáticas podem ser representadas como um processo centrífugo: a partir de um texto inicial se produz uma espécie de *big bang* narrativo onde se geram novos textos até chegar aos conteúdos produzidos pelos usuários. Dessa perspectiva, o *transmedia storytelling* acaba por gerar uma galáxia textual.

Os *fakes* em sua maioria são separados por categorias, ou seja, por plataformas nas quais definem o universo em que o personagem está situado. Ribeiro (2014) detalha as plataformas mais comuns encontradas no universo *fake*:

- **Criminal/Policial:** Plataforma concentrada em personagens policiais ou criminosos, interagindo entre si para cometerem e/ou solucionarem crimes de diversos estilos (Figura 7).

Figura 7 - Perfil *fake* da plataforma policial/criminal.



Fonte: Yoble (2018).

- **Sobrenatural:** Criaturas da noite; vampiros, lobisomens, fantasmas e demônios interagindo entre si, podendo envolver lutas, conflitos ou terror psicológico (Figura 8).

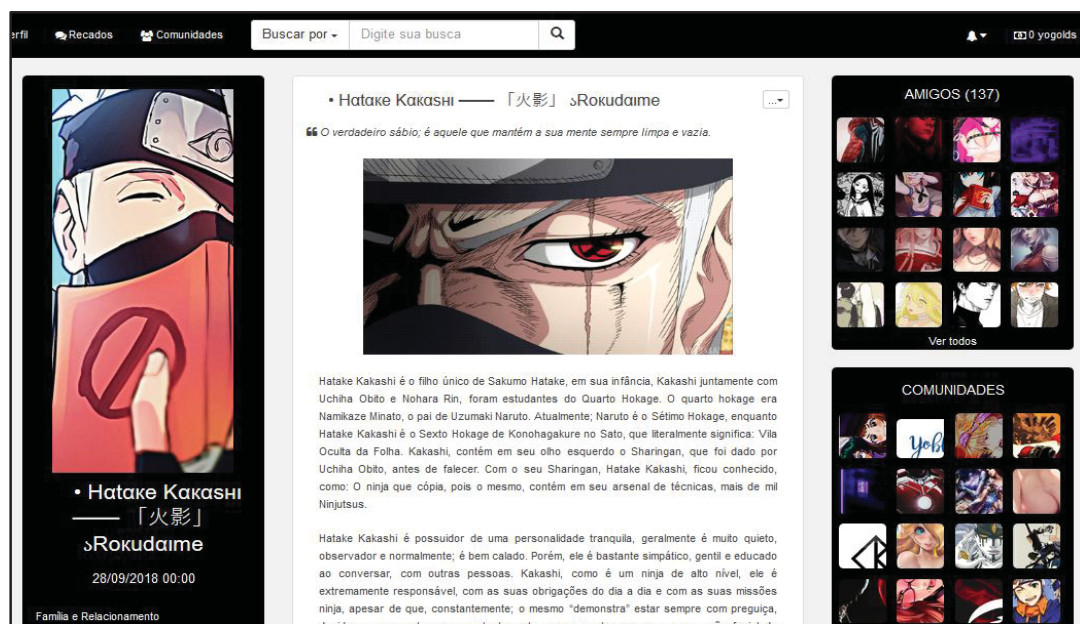
Figura 8 - Perfil *fake* da plataforma sobrenatural.



Fonte: Yoble (2018).

- **Anime:** São mais interpretativos. Consistem em desenvolver perfis bastante coloridos e interagir de acordo com a personalidade do seu personagem (Figura 9).

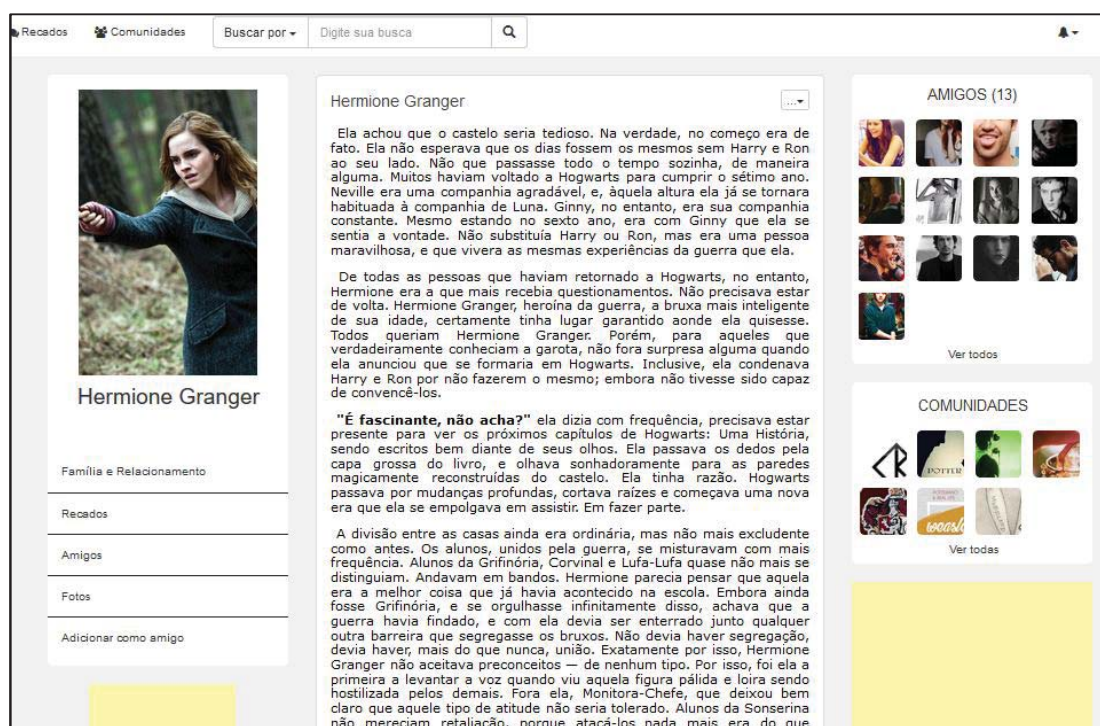
Figura 9 - Perfil *fake* da plataforma anime.



Fonte: Yoble (2018).

- **Fantástico/Magia/Potteriano:** Potteriano é uma plataforma voltada para o mundo de Harry Potter, porém não se restringe apenas a esse universo (Figura 10).

Figura 10 - Perfil *fake* da plataforma Potteriano.



Fonte: Yoble (2018).

- **Real life:** É a mais popular e adaptável do RPG *Fake*, com hábitos e costumes da vida real. Um dos mais comuns de se encontrar é a criação de instituições de ensino médio e superior e a interação de estudantes, professores e outros. Como também, a busca de interações voltadas somente para o cunho erótico (Figura 11).

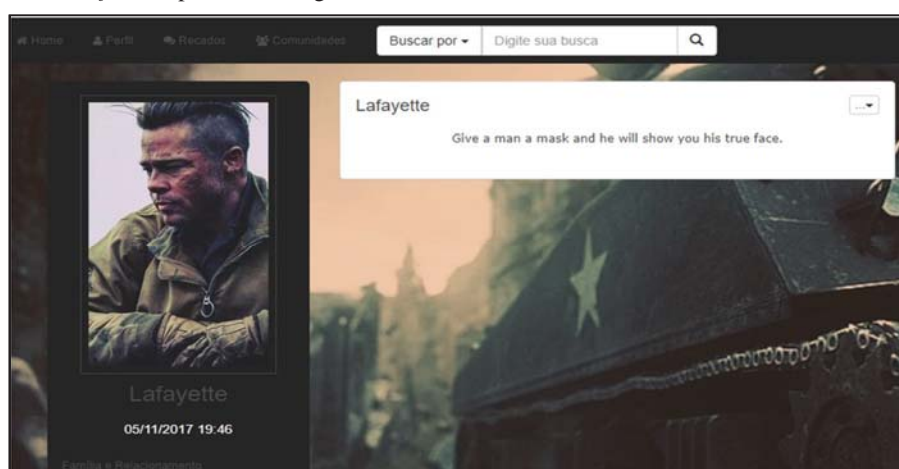
Figura 11 - Perfil *fake* da plataforma Real Life.



Fonte: Yoble (2018).

- **Personalizado:** é utilizado geralmente em um grupo fechado, onde as pessoas já apresentam uma trama e personagens fixos para fazerem parte dela. Pode ser uma trama totalmente nova, criada por um usuário, ou uma trama adaptada de algum enredo já existente em livros, filmes (Figura 12) e seriados (Ex.: Senhor dos Anéis, Jogos Vorazes, *Game of Thrones*, *X-Men*, etc).

Figura 12 - Perfil *fake* da plataforma Segunda Guerra Mundial.



Fonte: Yoble (2018).

5. *ROLE PLAYING GAME (RPG)*

Surgiu em um quadro em que o ato de jogar está incluído na prática cotidiana de diversas sociedades, nas mais variadas faixas etárias. Sua sigla vem do inglês e significa jogo de interpretação de papéis, foi criado nos EUA em 1975 e desenvolvido a partir de jogos de tabuleiro estratégicos de guerra que simulavam batalhas (SALDANHA; BATISTA, 2009). Tradicionalmente, a mecânica do jogo consiste em descrições sobre fatos e cenários, a aplicação de regras ocorre para dar consistência às ações declaradas pelos jogadores e em geral utilizam-se jogadas com dados (BITTENCOURT; GIRAFFA, 2003). Todos os RPG's desenvolvem-se em um universo ficcional ao qual constitui o cenário onde os personagens atuarão (VASQUES, 2008).

Durante o jogo os personagens vivem aventuras que lembram os grandes épicos de nossa literatura e cinema: enfrentam monstros, salvam princesas, desafiam impérios galácticos (...) ou não, pois também é possível interpretar vilões e anti-heróis. Existem RPGs de todos os tipos: de fantasia medieval ao terror, de viagens espaciais a cenários históricos. E isso sem precisar desgrudar da cadeira e largar o refrigerante, pois tudo se passa na imaginação (SALES, 2018).

Narrar é uma habilidade inerente ao ser humano. “A narrativa pode ser sustentada pela linguagem articulada, oral ou escrita, pela imagem, fixa ou móvel, pelo gesto ou pela mistura ordenada de todas essas substâncias” (BARTHES, 2011), e pode ser encontrada em vários produtos culturais, como filmes, séries de televisão, quadrinhos, novelas, entre tantos outros (BARTHES, 2011; BATISTA, 2014).

A tomada de decisões dos jogadores impulsiona a história e o resultado varia dependendo daquilo que os jogadores fizerem. É mais uma maneira pela qual os RPGs diferem do teatro. Numa peça, os atores interpretam as falas como estas foram escritas; num role-playing game, os atores inventam a história de improviso (VASQUES, 2008, apud SCHICK, 1991).

Jackson (1994) e Vasques (2008) esclarecem que o RPG não é um jogo no sentido nato, é um método para a criação de histórias dentro de universos ficcionais que vão sendo explorados coletivamente. Batalhas, reações e emoções vão se desenrolando no decorrer da história, vivenciada pelo próprio narrador.

A história nunca está pronta. Ela sempre vai se transformar, dependendo das ações realizadas pelos personagens dos jogadores. Cada jogador tem liberdade para tomar a atitude que achar verossímil ou conveniente para o seu personagem, transformando, assim, a história (VASQUES, 2008).

Existem diferentes formas de se jogar RPG, a menos conhecida ainda não possui um nome fixo ao qual possa ser chamada. Alguns conhecem por RPG *Fake*, *Storyteller* e Turnos. É tudo uma questão de conhecimento do usuário sobre o assunto. No fim, todos possuem o mesmo significado, é um processo de criação narrativa mútua.

Ao ler um livro ou ver um filme, criamos mundos possíveis, hipóteses que tratam de antecipar a continuação da história. À medida que o relato avança, muitas dessas hipóteses não se verificam e devemos descartá-las. Esse processo é individual, os mundos possíveis são uma construção cognitiva do leitor ou espectador. Agora se dá um fenômeno diferente: em certos casos, esta construção de hipotéticos mundos possíveis se tornou um processo coletivo. Basta terminar a emissão de um episódio de uma série televisiva, para poucos minutos depois, os fóruns e páginas web entrem em estado de agitação. Os espectadores discutem o texto que acabaram de ver, analisam suas possíveis continuações e debatem sobre os personagens e a trama do episódio. Ou seja, em muitos casos a construção de mundos possíveis deixou de ser um processo individual para converter-se um processo coletivo que se desenvolve nas redes sociais (SCOLARI, 2009).

O RPG, nada mais é, do que um *hobby* criativo que trabalha um lado antigo da cultura conhecido como *storytelling*. Os espaços de seus jogos se tornam locais seguros para que as pessoas se conectem, compreendam e interpretem em um lugar comum, além de exercitar a criatividade e a comunicação (REIS, 2018).

5.1 *Storytelling*

"Começa no "Era uma vez", termina no "foram felizes para sempre" e pronto. No miolo? Bem, ali a gente coloca as ideias" (XAVIER, 2015).

Desde a Mesopotâmia, o texto é um objeto virtual, abstrato, independente de um suporte específico. Essa entidade virtual atualiza-se em múltiplas versões, traduções, edições, exemplares e cópias. Ao interpretar, ao dar sentido ao texto aqui e agora, o leitor leva adiante essa cascata de atualizações de leituras (LÉVY, 1996).

As passagens do texto mantêm entre si virtualmente uma correspondência, quase que uma atividade epistolar, que atualizamos de um jeito ou de outro, seguindo ou não as instruções do autor. Carteiros do texto, viajamos de uma margem à outra do espaço do sentido valendo-nos de um sistema de endereçamento e de indicações que o autor, o editor, o tipógrafo balisaram. Mas podemos desobedecer às instruções, tomar caminhos transversais, produzir dobras interditas, estabelecer redes secretas, clandestinas, fazer emergir outras geografias (LÉVY, 1996).

No livro *Narrativas Transmídias: Entre teorias e práticas*, é apontado que a narrativa rodeia a todos, algumas são elaboradas em diferentes semióticas, ambientes e contextos, com atores diversos, mais próximos ou distantes da realidade vivenciada. Tudo isso se trata de um processo de transformações. Algumas histórias são reais, outras são ficcionais e imaginadas, mas todas são responsáveis por construir a realidade do indivíduo em sociedade (CAMPALANS; RENÓ; GOSCIOLA, 2012).

(...) o texto no processo comunicacional pode ter sua veiculação atrelada a várias mídias de diferentes formas, interferindo umas nas outras, completando, alterando, passando de uma a outra, impregnando a mensagem com suas peculiaridades. Esse trânsito de uma mídia a outra é um processo que sempre existiu, assim como as adaptações de narrativas, por exemplo, do romance escrito para a televisão, o cinema e o teatro (CAMPALANS; RENÓ; GOSCIOLA, 2012).

O ato de contar histórias é conhecido como *Storytelling*, e segundo a *National Storytelling Network* (2018), uma organização aberta da Austrália, é uma das artes mais antigas, quando ainda a única forma de comunicação era através do diálogo.

Santos (2016) define dois fatores essenciais para desenvolver um bom *storytelling*, sendo necessário estar atento a uma série de condições que possam auxiliar a desenvolver uma história fluida, instigante e coerente. O primeiro fator fundamental é o cenário, pois a ambientação é necessária para que o ouvinte/leitor possa se situar na história.

“Permite a ele imaginar e conectar-se com o local ou mundo no qual a narrativa se passa” (SANTOS, 2016).

O segundo aspecto indispensável dentro de uma história é o seu protagonista, podendo ele ser um personagem real, fictício ou até mesmo o próprio leitor.

Um bom protagonista é fundamental para que a história gere empatia e identificação. Sendo muitas vezes os elementos principais da trama, bons personagens são os principais responsáveis pelo sucesso da narrativa uma vez que uma figura que ajude a aproximar o leitor/ouvinte da história, seja por semelhança ou admiração, reforça o apelo emocional e marcante do *storytelling* (SANTOS, 2016).

Falcao (2016) esclarece em um guia no *site Marketing de Conteúdo*, os passos que devem ser tomados para a criação de uma boa história, começando-se pela introdução, sendo ela indispensável, por ser a identificação com o personagem que vai definir se o espectador tem interesse pela história.

“Frodo era um hobbit que tinha uma vida tranquila no Condado” A introdução é um elemento importante na estrutura da sua história. Este é o momento de localizar o personagem, a locação, o ambiente e a situação em que ele se encontra antes de “algo” acontecer. Aqui já se inicia o processo de gerar empatia no seu espectador. Ele deve ser identificar com o seu “herói” (FALCAO, 2016).

Apresentar um problema é indispensável para prosseguir com a história. O autor diz que é na elaboração de um “problema” na história que pode causar empatia com o público.

“Um dia, Frodo foi apresentado a um novo mundo, que continha um desafio que parecia ser impossível de ser superado” A apresentação do problema deve vir logo em seguida da introdução. Não se deve demorar muito entre um e outro, pois é a apresentação do problema que vai garantir que a curiosidade haja como elemento de ligação entre sua audiência e a sua história. Este problema pode ser um milhão de coisas diferentes, como, por exemplo, um dragão a ser enfrentado ou uma situação de dor semelhante ao da sua persona. Nem sempre precisamos de algo mirabolante com seres infernais e ditadores terríveis! Por exemplo, não conseguir conciliar a vida corrida na empresa com uma dieta saudável (FALCAO, 2016).

Além desses dois fatores, o autor apresenta outras etapas essenciais para uma boa narrativa: “Recusa ao chamado”, onde é apresentado os impeditivos que seu herói possui e que podem desencorajá-lo a tentar conseguir vitória, e “Oferecendo Ajuda”, onde o protagonista estará disposto a ter o auxílio. Sendo assim, outros personagens poderão entrar na história para auxiliá-lo no caminho de sua jornada.

Segundo Reis (2018), as histórias contadas por textos é algo tão antigo quanto a existência da própria mídia. O Bate Papo Uol fornecia um ambiente propício para esse tipo de interação, onde algumas pessoas descreviam suas ações entre asteriscos e os usuários com nomes fictícios respondiam suas mensagens como encarnações dos próprios.

Entre as pessoas que tinham alguma experiência, mais ou menos bem informada, sobre RPG e *storytelling*, essa dinâmica ia além. Entendendo da necessidade, pelo drama, pela ação, pela imaginação; dessa conversa surreal existir em um espaço e os personagens possuírem corpos, a troca de falas se tornava também uma troca de ações e descrições como em uma narrativa. Ao dizer que seu personagem pega o copo e bebe, um copo que até então não existia, passa a participar da cena (REIS, 2018).

Nesse ambiente, o cenário era de livre experimentação, onde cada elemento surgiria de acordo com a necessidade de interação dos personagens.

5.2 *Fanfic*

Para Jenkins (2009) é um termo que se refere a qualquer narração em prosa com histórias e personagens extraídos de conteúdos já existentes dos meios de comunicação de massa. É uma forma de dar um passo adiante, um sistema onde os fãs tentam imaginar como determinados personagens e cenários reagiriam ao enfrentar dilemas e desafios que nunca enfrentariam na realidade proposta em suas histórias originais.

Fanfiction ou *ficção de fãs*, tornou-se popular na década de 90 entre fãs de sagas de filmes e livros. Com o auxílio de revistas e livros publicados, os próprios fãs começaram a dar vida às suas fantasias através da rede. Em 2001 começaram a surgir sites dedicados a esses contadores de histórias, e a internet tornou-se sua imprensa de vaidade (SCHULZ, 2005).

Nesses textos, os autores fãs ampliam o enredo original ou a linha do tempo (como escrevendo uma história sobre o nascimento e a infância de Darth Vader), cria novos personagens (como introduzir um vilão que acaba por ser o filho do Capitão Kirk e um líder alienígena de um planeta), e/ou desenvolver novas relações entre os personagens que já estão presentes na fonte original (como a elaboração de um texto em torno de um relacionamento romântico entre Harry Potter e Hermione Granger) (BLACK, 2006).

Quanto mais um fã souber e quanto maior for o material que ele tiver do seu objeto de admiração, mais ele ficará satisfeito. Alguns não medem esforços, tempo ou dinheiro para isso. É muito comum que para alguns fãs todo o material já existente não seja satisfatório e é então que ele busca uma participação neste universo para produzir mais conteúdo (FÉLIX, 2008).

De acordo com Alencar e Arruda (2017), a internet tornou-se uma grande aliada para esse tipo de conteúdo produzido por fãs, já que possibilita uma maior divulgação das histórias por meio de *sites* e *blogs* específicos para a postagem e leitura de *fanfictions*. Através desse meio também promoveu-se uma maior interação entre esse público para a troca de ideias sobre as obras ficcionais que possuem apreço, dessa forma, é um meio de interação que ainda está em expansão.

Em relação à produção dessas histórias, as autoras ressaltam que o fã deve conhecer muito bem a obra original para produzir um bom conteúdo, e que o ato de ler é fundamental e indispensável para a escrita de uma *fanfiction*.

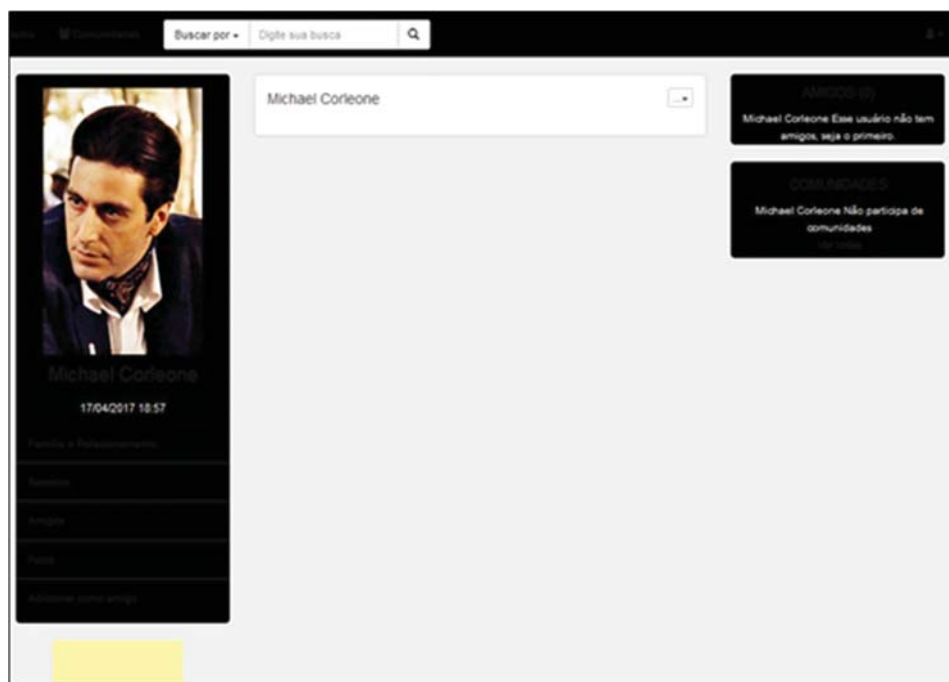
Oliveira e Manzano (2015) criaram a hipótese de que as *fanfics* refletem um modo de falar sobre si mesmos, tanto por meio de atitudes quanto nos modos de se ver o mundo. Para as autoras, as *fanfics* tratam-se de uma das maneiras utilizadas por adolescentes como meio de inserção, onde a produção textual típica do meio digital tem como principal objetivo criar um ambiente em que exista identificação entre esses jovens.

Félix (2008) argumenta que “Se hoje são poucos os trabalhos que lidam com o assunto, em um futuro próximo serão muitos os pesquisadores a usar esse novo gênero textual como seu objeto de análise”.

6. RPG *FAKE*

Essa é uma interação completamente independente da tradição de RPG de mesa e livros. O RPG *Fake*, ou RPG de texto, desenvolve-se através de mensagens de texto, que pode surgir espontaneamente em qualquer espaço de conversa digital na presença do lúdico e da imaginação. Cada rede social adapta uma forma de tradição para esse tipo de interação, que é moderado pelo próprio público através das ferramentas disponíveis e dos formatos de publicações (REIS, 2018).

Figura 13 - Exemplo de perfil *fake* simples no site *Yoble*. Personagem baseado em O Poderoso Chefão.



Fonte: *Yoble* (2018).

No *fake*, a interpretação pode ser realizada em uma ação ou turno, mas ambos são vertentes separadas (1BLOGFAKE, 2012).

Turnos são os momentos de ação do *Player* (a pessoa por trás do perfil *fake*) onde cada personagem só pode agir em seu turno. É nele que será descrito detalhadamente a ação do personagem e situações que possam envolvê-lo. Quando o personagem fala algo em um turno (dessa forma se comunicando com o outro jogador), é necessário que o outro jogador responda com uma descrição, onde seu personagem reage e manifesta-se ao outro com uma situação criada pelo próprio escritor (KALLEU, 2012).

O turno é a volta completa depois que cada participante mandar a sua resposta e o ciclo ter de recommençar. A palavra turno pode ser usada para substituir a palavra mensagem, post e resposta. O jogo é uma troca de mensagens em que cada jogador move a trama um pouco do ponto de vista do seu personagem a cada turno usando falas, descrições e ações, assim como um autor faria ao escrever a cena de um livro (REIS, 2018).

Quando é feita uma pausa na leitura de um livro com uma história envolvente, naturalmente a mente do ser humano cria determinadas situações onde o decorrer da história poderia se encaixar. O RPG *Fake* se desenvolve desta forma, um jogador lê a resposta do outro e reage com um texto bem elaborado.

Turnos eram originalmente feitos para RPG, e haviam sistemas de dados para saber quem acertava quem, qual o dano tomado, isto claro, segundo seus atributos *fake*, segundo a extensão que você tinha, que era atribuída com o número de lutas *fakes* que lhe fosse imposta. (...) Um turno sempre é feito em terceira pessoa, para deixar que o mesmo fique mais cheio de detalhes, para que fique mais real. Muitos acham que quando se fala dele mesmo os detalhes e a intensidade é maior, mas não, é na terceira pessoa que as coisas ficam de fato interessantes. Geralmente é feito no presente, salva as exceções que fazem no passado (1BLOGFAKE, 2012).

Para fornecer uma explicação maior sobre o que é o RPG *Fake*, o blog 1blogfake escreveu em um simples turno exemplificando que necessita da interpretação do personagem de outro jogador para dar continuidade à história.

Entrou em seu carro, um Vectra GT branco, com insulfilm preto que cobria todo o veículo, inclusive na frente. Dirigiu até o colégio e parou no estacionamento para professores. Mesmo sendo um aluno, era um dos poucos que tinha carro, e todos os professores que o conheciam bem deixaram tranquilamente que o seu ficasse ali. O garoto pegou sua case e saiu, sendo atingido por uma pequena brisa matinal que fazia com que seus cabelos pretos lisos fossem jogados ao ar, motivo de vários olhares, de garotas, algumas até com inveja e outras com admiração. Os homens o chacotavam em pequenos grupos, mas Mick não ligava. Entrou na sala do terceiro, com uma camisa xadrez em tons vermelho e cinza, aberta, com uma camiseta preta por baixo. Trajava também uma calça jeans e embaixo um *allstar*, cano médio preto, com os cadarços trançados. A princípio Mick sorria quando ouvia os colegas de classe falando nada-discretamente sobre ele. Ele era muito bem humorado para deixar que aquilo o atingisse. Ficou quieto, esperando que a aula comesse (1BLOGFAKE, 2012).

Um personagem comum foi descrito em uma trama desenvolvida na plataforma de turno categorizada como *Real Life Colegial*. Os universos no mundo *fake* são divididos por plataformas que separam os perfis e grupos sociais por gênero. Por exemplo, se o personagem narrado é um aluno, é esperado que a pessoa com quem o personagem irá interagir também esteja fazendo parte desse mesmo mundo (1BLOGFAKE, 2012).

O comprimento de cada turno é variável, imitando o princípio de ritmo da escrita em prosa. Quando a cena precisa se alongar em drama, há frases de pensamentos, gestos e descrições de cenário para ajudar a construir a atmosfera. Quando é preciso ser rápido, em um combate, por exemplo, ou em um diálogo de detetive obtendo informações, frases curtas e diretas são mais que suficiente. O ideal é que os jogadores concordem e que o jogo flua com naturalidade para ambas as partes e para o que a história exige (REIS, 2018).

Segundo Reis (2018), o RPG e a prosa escrita compartilham três elementos: descrição, sumário e fala. Porém, há uma diferença em como eles são delimitados. Se um personagem enviar uma mensagem de texto normal, assume-se que se trata da oralidade do personagem se comunicando, conforme exemplificado abaixo:

“[00:05, 14/3/2018] WhiteFluffShewolf: O que você acha que se passa na minha cabeça?” (REIS, 2018).

A autora procede explicando que se o texto não possui marcações, é assumido que trata-se da voz do autor ou narrador contando a história. Quando os jogadores desejam se comunicar sem interromper uma cena, isso é delimitado por parênteses.

“[00:09, 14/3/2018] LockedGrrl: (a gente sempre joga as partes tensas de madrugada geez)”

Ela explica que quando se trata do RPG de texto, a narrativa além da fala do personagem pode ser também pontuada por asteriscos.

“[00:07, 14/3/2018] LockedGrrl: Sangue... Eu ia gostar de ver... *as palavras dele embaçam o vidro que os separa, o suor da testa escorre nele também*” (REIS, 2018).

Entretanto, como alguns aplicativos usam os asteriscos para marcar o texto em negrito, não é incomum retornar à marcação de prosa de usar travessões e aspas para especificar a voz dos personagens. Isso também ocorre em jogos de turnos de longo formato, pois aí o autor pode se utilizar de parágrafos e se beneficiar da pontuação da forma culta para deixar seu texto mais estético e claro (REIS, 2018).

Ribeiro (2014) explica que esses tipos de interpretações variam de acordo com a história de cada personagem. Há aqueles que adaptam sua história com a de outros personagens, independentemente da plataforma que ele está inserido.

Este é um caso simples de adaptação de universos. Existem, também, adaptações mais improváveis entre plataformas, como um ser sobrenatural se relacionar com uma estudante de universidade, um mutante ser amigo de um lobisomem, entre outros exemplos. Essas divergências de estilo de convivência entre personagens acabam por trazer atitudes preconceituosas para o *fake*. Geralmente isso surge daqueles que se acham superiores, como os que focam em interpretação, para com aqueles que apenas mantêm uma relação através de conversas (RIBEIRO, 2014).

O RPG escrito oferece uma imersão muito grande através de cada experiência intensa do personagem criado. Nesse tipo de jogo é normal que ocorra de um jogador se sente tomado pelas emoções de jogo, e Reis (2018) denomina esse fenômeno de Sangramento.

Algumas pessoas constroem barreiras densas entre si e a psiquê do seu personagem. Outras pessoas procuram o Sangramento como parte essencial do jogo. Independente das intenções dos jogadores, é um processo espontâneo que ocorre de maneira inconsciente. Um sangramento que sincroniza a psiquê de ambas as partes é um espaço de catarse e uma oportunidade ímpar de livre expressão de sentimentos. Momentos de ouro nos jogos costumam ser relacionados a sangramentos intensos (REIS, 2018).

A autora comunica que reconhecer o sangramento de emoções e criar estratégias para lidar com eles pode gerar um bom resultado psicológico e também fortalecer a comunidade do jogo e a confiança entre seus membros. Jogos saudáveis são compostos por indivíduos que sintam segurança sobre si mesmos, do ambiente que ocupam, sem qualquer receio de comunicar seus desconfortos e falar abertamente sobre eles.

7. METODOLOGIA E ANÁLISE

Esta pesquisa se deu de forma exploratória, buscando a familiarização com o assunto escolhido: o funcionamento do RPG *fake* na plataforma *Yoble*. Para isto, foram observados exemplos de inserção na plataforma e tipos de citações de personagens *Fake*. Foram necessárias também, pesquisas bibliográficas e descritivas para proporcionarem maior entendimento sobre o assunto em questão. O método de análise utilizado para esta pesquisa foi qualitativo e com base neste meio, tentou-se esclarecer como funciona um perfil *fake*, suas utilidades e finalidades nas plataformas de redes sociais.

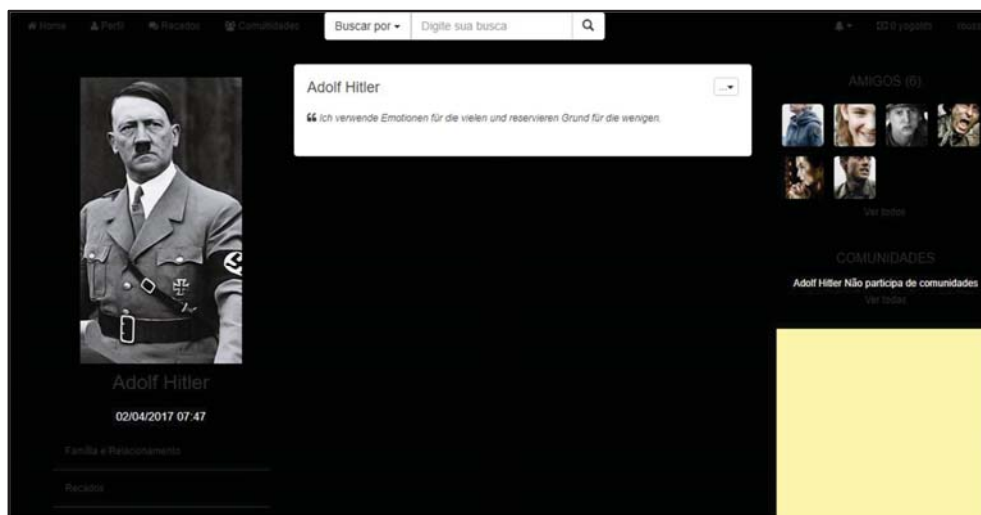
Para esta análise, foram fornecidas informações pertinentes sobre o assunto que ainda está em expansão e é pouco conhecido devido a introversão dos usuários que preferem se relacionar através da tecnologia do que no âmbito físico. O procedimento das pesquisas teve como base a plataforma *Yoble*, uma rede social substituta do *Orkut* que atualmente serve como moradia para grande parte dos perfis *fakes*. A análise do comportamento dos personagens e de como são realizados os jogos rpgísticos ocorreu a partir das capturas de tela de dois perfis fictícios, um simples para mostrar que não é necessário uma grande elaboração para criar um perfil *fake*, e outro em que o usuário apresenta detalhes da história do personagem, bem como o uso variado de HTML através de imagens e *gifs*. Também foram apresentados *prints* de comunidades e turnos de dois usuários *fakes* turnando em uma comunidade aberta no site *Yoble*.

Como é apresentado na Figura 4, o *Yoble* é composto, em sua maior parte, por usuários *fakes* que podem ou não estarem ativos, pois a facilidade do site possibilita a criação de vários perfis sem delimitação, não sendo necessária a comprovação do *email* utilizado. A criatividade do mundo de usuários fictícios que o site oferece é ilimitada, e não há preconceitos dos demais usuários quanto a seleção de algum personagem real da história ou elaborado de forma personalizada. Por terem noção da distância da realidade que esse mundo oferece, os *fakes* naturalmente separam o fictício do real e entendem que tudo é questão de interpretação de papéis, tal como um escritor narrando uma história fictícia sobre um personagem preconceituoso.

Logo abaixo é apresentado um exemplo de perfil simples, sem elaborações de textos e apresentações do personagem, somente com o *status* de uma frase em alemão de Adolf Hitler, um personagem icônico que foi criado no site com o intuito de participar de uma plataforma de jogos/turnos voltada para o tema da Segunda Guerra Mundial. Em “Amigos”, à direita da

imagem, encontram-se outros usuários criados com a mesma ambientação, alguns baseados em personagens de livros e filmes, e outros personalizados.

Figura 14 - Perfil *fake* simples da plataforma Segunda Guerra Mundial.

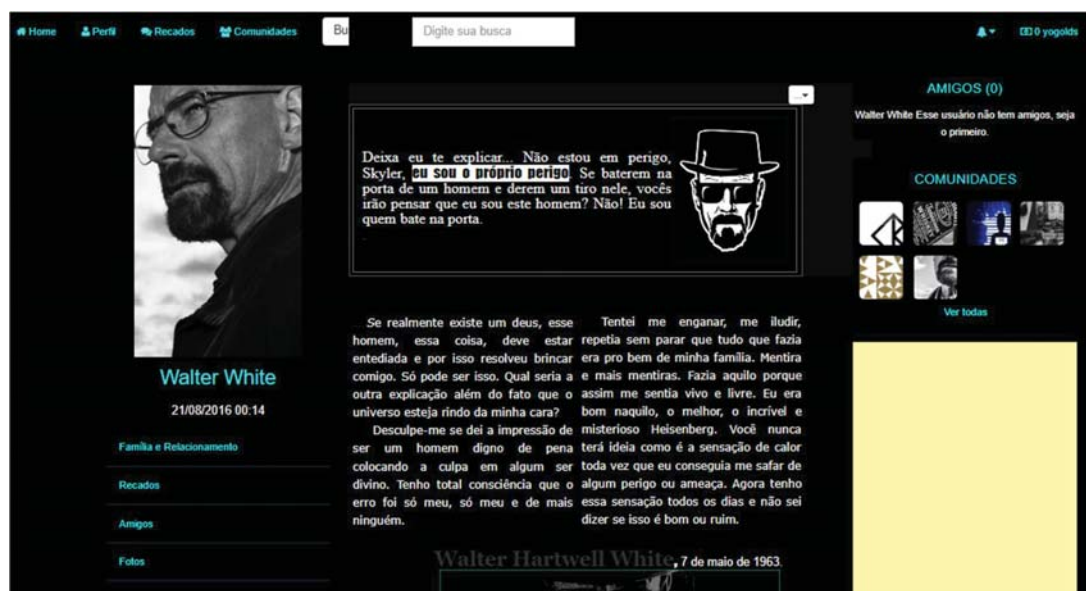


Fonte: Yoble (2018).

Percebe-se nos perfis dos usuários *fakes* que algo muito comum é a seletividade com suas listas de amigos, o que difere-se da ideia central que o *Orkut* tinha de cada perfil ter um número bastante elevado de “amigos” para ser considerado popular. No *fake*, quanto menor a lista de amigos, maior é a curiosidade, o que possibilita também uma administração mais focada no gerenciamento de suas conversas e turnos. O *Yoble* oferece uma ferramenta de filtro dos recados recebidos, que possibilita a escolha de sua página de recados ser pública, onde qualquer um pode chamá-lo para conversar, ou privada.

Como é mostrado na Figura 15, o personagem Walter White da série americana *Breaking Bad*, dispõe um perfil considerado bem elaborado devido ao texto que apresenta o personagem através de ferramentas HTML, imagens e *gifs*. Este usuário não possui uma lista de amigos, mas participa de comunidades voltadas para jogos de interpretações.

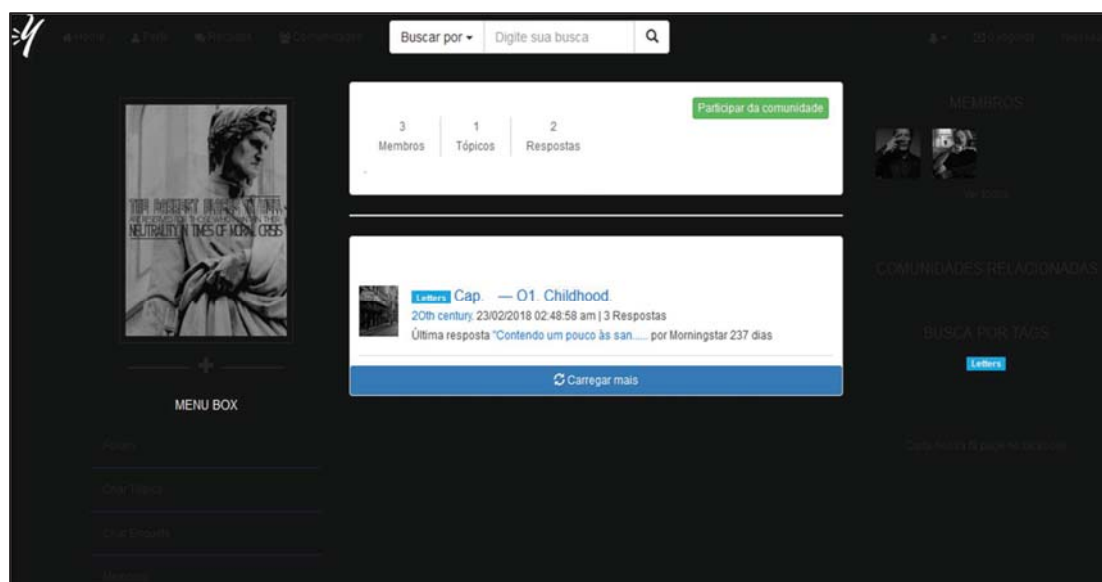
Figura 15 - Perfil *fake* bem elaborado da plataforma criminal/policial.



Fonte: Yoble (2018).

Apesar da página de recados não dispor de um limite de caracteres, suas opções de formatação podem ser filtradas. Em consequência disso e da probabilidade de o turno de algum usuário se perder nas páginas de *scraps*, os *fakes* criam comunidades privadas com um fórum personalizado para efetuar o chamado RPG escrito (Figura 16).

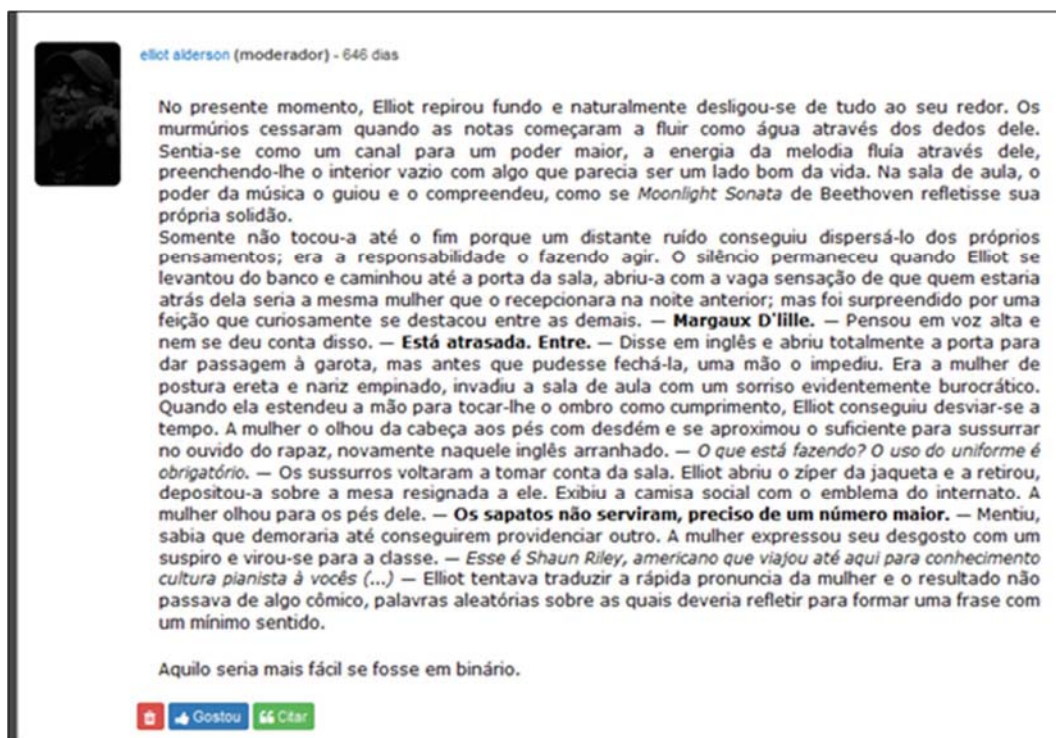
Figura 16 - Comunidade privada voltada para jogos/turnos de dois usuários.



Fonte: Yoble (2018).

Reis (2018) articula que turnos longos são valorizados em fóruns, blogs, e redes sociais com editores de texto com mais ferramentas e espaço para extensos caracteres. Esses são turnos compostos por parágrafos e escrita mais trabalhada, dessa forma o RPG flui de forma mais lenta, porém o resultado final é muito próximo de uma prosa editada de um livro, como é apresentado na Figura 17.

Figura 17 - Turno elaborado de um usuário *fake* em uma comunidade privada.



Fonte: Yoble (2018).

Na Figura 17 vemos o usuário Elliot Alderson que é personagem de uma série de televisão norte-americana chamada *Mr. Robot*. O personagem criado por Sam Esmail sofre de ansiedade social e depressão clínica, o usuário que interpreta-o deixa explícito isso em sua descrição minuciosa em um ambiente desconfortável para Elliot. O contexto da narrativa foi desenvolvido pelos próprios jogadores que entraram em um consenso após analisar ambas histórias dos personagens e ver as situações nas quais eles poderiam ser vinculados para dar início a uma interação dos dois mundos. É visto que, para que isso ocorra corretamente, é necessário que ambos personagens façam parte do mesmo “mundo”, ou seja, da mesma ou similar plataforma. Nesse caso, a plataforma de ambos os personagens é *Real Life*. Eles vivem no “mundo real”, não fugindo muito da nossa realidade devido a situações do cotidiano.

O turno enviado por Elliot Alderson no fórum da comunidade privada é narrado em terceira pessoa. Nota-se que o usuário narra somente suas ações e sobre o cenário à sua volta. Quando diz respeito ao personagem do outro usuário com o qual está interagindo, ele não

responde pelo personagem, mas sim encerra sua ação no turno com o início de um diálogo ou ação que possa possibilitar uma reação para o usuário com quem está jogando (Figura 18).

Figura 18 - Turno resposta do personagem com quem o usuário Elliot está jogando.



Fonte: Yoble (2018).

No turno resposta, como é mostrado na Figura 18, o usuário apresenta Margaux na mesma narrativa em terceira pessoa, mas contendo informações sobre a história da sua personagem e também no cenário onde estão interagindo. O autor (ou autora) após ler o turno da Figura 17, respondeu com base nas ações do outro usuário. Dessa forma, ambos contribuem para o rumo improvisado dessa história, e assim se desenvolve o RPG *Fake* na plataforma.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa foi importante para partilhar e promover o conhecimento sobre a existência de um “universo dentro de outro” e como isso envolve o usuário criador de um personagem *fake*, e como se dá a expansão da personalidade deste indivíduo dentro do contexto lúdico.

Esse estudo poderá amplificar o conhecimento do leitor a respeito do significado do RPG e como essa forma de entretenimento pode influenciar positivamente no conhecimento do próprio jogador, incentivando a propagar e expor a própria criatividade.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, D.A.; ARRUDA, M.I.M. *Fanfiction: uma escrita criativa na web*. 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/319308035_Fanfiction_uma_escrita_criativa_na_web>. Acesso em: 26, outubro. 2018.
- 1BLOGFAKE. *Fakes interpretativos/Interpretação*. 2012. Disponível em: <<https://1blogfake.wordpress.com/2012/02/01/fakes-interpretativosinterpretacao/>> Acesso em: 04, abril. 2018.
- BARROS, A. de A.; CARMO, M. F. A.; SILVA, R. L. *A Influência das Redes Sociais e seu papel na Sociedade*. 2012. Disponível em: <<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/ueadsl/article/viewFile/3031/2989/>>. Acesso em: 01 abr. 2018.
- BARTHES, R. Introdução à análise estrutural da narrativa. In: *Análise estrutural da narrativa*. Trad. de Maria Zélia Barbosa Pinto. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.
- BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BEZERRA, M.; ARAÚJO, E. *Reflexões epistemológicas no contexto do Orkut: ética da informação, sociabilidade, liberdade e identidade*. 2011. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/pci/v16n2/05.pdf> Acesso em: 03, abril. 2018.
- BITTENCOURT, J.; GIRAFFA, L. *Modelando Ambientes de Aprendizagem Virtuais utilizando Role-Playing Games*. 2003. Disponível em: <www.br-ie.org/pub/index.php/sbie/article/view/299/> Acesso em: 04, abril. 2018.
- BLACK, R.W. Language, Culture, and Identity in Online Fanfiction. *E-Learning and Digital Media*, v.3, p.170–184, 2006.
- CAMOZZATO, Viviane Castro. Habitantes da cibercultura: corpos “gordos” nos contemporâneos modos de produzir a si e aos “outros”. 2007. 181 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.
- CAMPALANS, C. RENÓ, D.; GOSCIOLA, V. *Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2012.
- CARNEIRO, A. *O que é cibercultura?* 2011. Disponível em: <www.netmundi.org/cibercultura/2011/01/ola-mundo/> Acesso em: 02, abril. 2018.
- CARVALHO, J.S. *Comunidades virtuais de aprendizagem: em busca de uma caracterização*. 2008. Disponível em: <www.abed.org.br/congresso2008/tc/5132008103623pm.pdf> Acesso em: 04, setembro. 2018.

COSSETI, M. *Fim do Orkut: Mesmo sob protestos, Google encerra rede social após 10 anos*. 2014. Disponível em: <www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/09/fim-do-orkut-mesmo-sob-protestos-google-encerra-rede-social-apos-10-anos.html> Acesso em: 03, abril. 2018.

COSTA, F. C. Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital. *Em Questão, Porto Alegre*, v, 18, p. 121-132, 2011.

COUTO, E.; ROCHA, T. *A vida no Orkut: Narrativas e aprendizagens nas redes sociais*. Bahia: Universidade Federal da Bahia, 2010.

DONIZETTI, E. *Processo Coletivo*. 2011. Disponível em: <www.cartaforense.com.br/conteudo/entrevistas/processo-coletivo/6436/> Acesso em: 03, abril. 2018.

EDELMAN, B. *Como lançar sua plataforma digital*. 2015. Disponível em: <<http://hbrbr.uol.com.br/como-lancar-sua-plataforma-digital/>> Acesso em: 01, abril. 2018.

FALCAO, C. *Storytelling: um guia para contar histórias envolventes*. 2016. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/storytelling-guia/>>. Acesso em: 01, abril. 2018.

FÉLIX, T.C. O dialogismo no universo fanfiction uma análise da criação de fã a partir do dialogismo bakhtiniano. *Ao pé da letra: revista dos alunos de graduação em Letras, Pernambuco*, v. 10, p. 119-133, 2008.

FERREIRA, A.C.; BARBOSA, V.M. Mundo Virtual: A realidade perfeita? 2015. Disponível em: <<http://biblioteca.univap.br/dados/000029/000029b3.pdf>> Acesso em: 02, setembro. 2018.

FORUMEJA. A Construção Coletiva. *Brasil: Alternativas e Protagonistas. Consulta Popular*. 1999. Disponível em: <<http://forumeja.org.br/book/export/html/631/>>. Acesso em: 03, abril. 2018.

FRAGOSO, S. *Eu odeio quem odeia. Considerações sobre o comportamento dos usuários brasileiros na 'tomada' do orkut*. 2006. Disponível em: <www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/89/> Acesso em: 03, abril. 2018.

GABRIEL, M. *Marketing Na Era Digital: Conceitos, plataformas e estratégias*. 1 ed. São Paulo: Novatec, 2010.

GERHARDT, F. *Plataformas digitais: Um estudo sobre a interação e interatividade presentes nos meios digitais utilizados pela Wave Academia*. 2014. Disponível em: <www.portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0187-1.pdf> Acesso em: 02, abril. 2018.

GOMES, D. *Quais foram os substitutos do Orkut?* 2015. Disponível em: <<http://www.bilhetedagarrafa.com.br/2015/08/quais-foram-os-substitutos-do-orkut.html>>. Acesso em: 02, abril. 2018.

GUEDES, F. O universo transmidiático de The Walking Dead. *Tématica*, v.14, p.59-69, 2016.

GHIRALDELLI JR, P. *O Futuro da Filosofia e o Mundo Virtual*. 2001. Disponível em: <<http://www2.unifap.br/borges/files/2011/02/O-Futuro-da-Filosofia-e-o-Mundo-Virtual.pdf>> Acesso em: 22, agosto. 2018.

HALT, G. *O que são redes sociais?* 2014. Disponível em: <<https://www.campograndenews.com.br/marketing-pessoal/o-que-sao-redes-sociais/>> Acesso em: 03, abril. 2018.

JACKSON, S. GURPS Módulo básico. 2. ed. São Paulo: Devir, 1994.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KLASTRUO, L. *A Poetics of Virtual Worlds*. Tese de Doutorado. Universidade de Copenhagen. Copenhagen, 2003. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.693.3554&rep=rep1&type=pdf>> Acesso em: 04, setembro. 2018.

KALLEU, F. *Entendendo um pouco sobre Turnos de RPG*. 2012. Disponível em: <<http://fakergpmanimes.blogspot.com.br/p/entendendo-um-pouco-sobre-turnos-de-rpg.html/>> Acesso em: 01, abril. 2018.

LÉVY, P. *O que é o virtual?*, São Paulo: Editora 34, 1996.

LUPINACCI, L.; BARROS, L.; VALIATI, V.; PRIMO, A. *#RIPorkut: a reação dos usuários brasileiros ao fim desse site que a gente conhecia bem e considerava pakas*. 2015. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/132763/000981281.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 01, abril. 2018.

MELO, S.T.; PATRIOTA, K.R.M.P.; OLIVEIRA, J.V. O Mundo Virtual é Real: Uma reflexão sobre seus Fatores Tecnológicos, Sociais e Econômicos. In: *XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Natal, 2008.

MIRA, J.; BODONI, P. Os impactos das redes sociais virtuais nas relações de jovens e adultos no ambiente acadêmico nacional. *Revista de Educação*, v.14, p. 103-115, 2014.

MUNGIOLI, M. C. A construção de mundos possíveis se tornou um processo coletivo. *Matrizes*, v.4, p.127-136, 2011.

MURRAY, J.H. *Hamlet on the Holodeck: The future of narrative in cyberspace*. 2003.

NATIONAL STORYTELLING NETWORK. 2018. *Storytelling*. Disponível em: <<https://www.storytellersnsw.org.au/about>>. Acesso em: 24, outubro. 2018.

NETO, M. *Transformação digital e o crescimento das plataformas digitais: criando valor de forma exponencial*. 2017. Disponível em: <<https://transformacaodigital.com/crescimento-das-plataformas-digitais/>> Acesso em: 19, agosto. 2018.

OLIVEIRA, A.F.; MANZANO, L.C. Fanfiction: “nova” ferramenta de leitura e escrita para o ensino de língua materna no ensino básico. *Calidoscópio*, v.13, p.210-217, 2015.

OLIVEIRA, S. *O que é ser Fake? Uma análise da interação social entre Fakes, numa comunidade virtual*. 2013. Disponível em: <http://gitsufba.net/anais/wp-content/uploads/2013/09/13n1_fake_49524.pdf/> Acesso em: 04 de Abril de 2018.

PAES, B. *Yoble: A rede social brasileira*. Disponível em: <<http://ficaadica.tumblr.com/social-yarsb>> Acesso em: 01, abril. 2018.

PATEL, N. *Pesquisa de Marketing: O Que É e Por Que Preciso Fazer Uma*. 2015. Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/pesquisa-de-marketing/>> Acesso em: 04, abril. 2018.

PARKER, G.; ALSTYNE, M. *The MIT Center for Digital Business: A Digital Postal Platform: Definitions and a Roadmap*. 2012. Disponível em: <http://ebusiness.mit.edu/research/papers/296_parker_vanalstyne_adigitalpostalplatformdefinitionsandaroadmap.pdf/> Acesso em: 03, abril. 2018.

PRIMO, A.F.T.P. *A emergência das comunidades virtuais*. 1997. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/comunidades_virtuais.pdf> Acesso em: 03, setembro. 2018.

POLITAKTIV. *Social network analysis theory and applications*. 2001. Disponível em: <https://www.politaktiv.org/documents/10157/29141/SocNet_TheoryApp.pdf> Acesso em: 08, outubro. 2018.

RECUEIRO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre, Sulina, 2009.

RIBEIRO, B. *Vida off e Vida Fake: Antagonismo ou semelhança nas redes sociais*. 2014. Disponível em: <http://www.academia.edu/14900158/Vida_off_and_vida_fake_antagonismo_ou_semelhança_nas_redes_sociais>. Acesso em: 03, abril. 2018.

REIS, C. *RPG de texto: um guia ligeiro*. 2018. Disponível em: <www.nebulla.co/rpg-de-texto-um-guia-ligeiro/>. Acesso em: 03, abril. 2018.

RESENDE, V.L. A narrativa transmidiática: conceitos e pequenas dissonâncias. In: *VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura*, 2013.

SALES, M. *"RPG (Role-Playing Game)"; Brasil Escola*. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/rpg.htm>>. Acesso em: 09, abril. 2018.

SALDANHA, A. A.; BATISTA, J. R. M. A concepção do role-playing game (RPG) em jogadores sistemáticos. *Psicologia: ciência e profissão*, v. 29, p. 700-717, 2009.

SANTOS, M. *Saiba o que são as plataformas digitais e como elas ajudam seu negócio*. 2017. Disponível em: <<https://secaoweb.com.br/blog/plataformas-digitais/>> Acesso em: 02, abril. 2018.

SANTOS, L.S. STORYTELLING: *O poder da narrativa estratégica dentro do branding e marketing*. UNIVATES. Curso de MBA Branding & Business, Lajeado, 2016.

SARMENTO, A. *Desvendando Múltiplas Máscaras do jogo Social no Mundo Virtual: Estudo Antropológico sobre o Fenômeno do Orkut*. 2006. Disponível em <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/30159/000672806.pdf?sequence=1/>> Acesso em: 02, abril. 2018.

SCOLARI, C. A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, v. 3, p. 21, 2009.

SCHICK, L. *Heroic Worlds: A History and Guide to Role-Playing Games*. Prometheus Books, Buffalo, N.Y., 1991.

SCHULZ, N. *Fan Fiction—TV Viewers Have It Their Way*. 2005. Disponível em:<<https://www.britannica.com/topic/Fan-Fiction-TV-Viewers-Have-It-Their-Way-1518184>> Acesso em: 25, outubro. 2018.

SILVA, E. A. *Ciberespaço e Cibercultura: Definições e Realidades Virtuais Inseridas na Práxis do Homem Moderno*. 2014. Disponível em: <http://www.pedagogia.com.br/artigos/ciberespaco_cibercultura/index.php?pagina=1>. Acesso em: 04, abril. 2018.

SMITH, T. The social media revolution. *International Journal of Marketing Research*, Chicago, v. 51, p. 559-561, 2009.

TAVARES, M. Transmídia: a narrativa da atualidade. *Revista Pontocom*. 2009. Disponível em: <<http://revistapontocom.org.br/edicoes-antiores-entrevistas/transmidia-a-narrativa-da-atualidade>> Acesso em: 10, outubro. 2018.

Tushman, L.M. & Murmann J.P. "Dominant Designs, Technology cycles and Organization Outcomes." *Research in Organizational behavior*, 1998: 231.

Greenstein, S. "Industrial Economics and Strategy: Computing Platforms." *IEEE Micro*, May-June 1998: 43- 53.

VAN EIJK, N.; FAHY, R.; VAN TIL, NOOREN, P.; STOKKING, H.; GELEVERT, H. Digital platforms: an analytical framework for identifying and evaluating policy options. *TNO Innovation for life*, p.2-47, 2015. Disponível em: <<https://www.ivir.nl/publicaties/download/1703.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2018.

VASQUES, R. *As Potencialidades do RPG (Role Playing Game) na Educação Escolar*. 180 f. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 2008.

VIEIRA, M. *Construção Coletiva do Conhecimento: Todos aprendem e todos ensinam*. 169 f. Paraíba: Universidade Federal da Paraíba. Programa de Pós-Graduação em Educação Popular, comunicação e Cultura, 2007.

XAVIER, A. *STORYTELLING: Histórias que deixam marcas*, 2015. Disponível em: <<http://lelivros.love/book/baixar-livro-storytelling-historias-que-deixam-marcas-adilson-xavier-em-pdf-epub-mobi-ou-ler-online/>>. Acesso em: 04, abril. 2018.

YOBLE. *A rede social brasileira*. Disponível em: <<http://ficaadica.tumblr.com/social-yarsb/>> Acesso em: 04, abril. 2018.