

## **Imaginários contemporâneos inspirados por narrativas sobre a Idade Média através de imagens de mídias de massa**

Rosângela Aparecida da Conceição<sup>1</sup>  
Teresa Torres Eça<sup>2</sup>

**RESUMO:** Neste artigo as autoras abordam as imagens do cinema e da indústria de jogos para discutir algumas tendências em subculturas contemporâneas de jovens e de jovens adultos. As imagens servirão de base para debater o fascínio dos nativos digitais por metanarrativas fundamentadas em histórias inspiradas por histórias da Idade Média. O conjunto de imagens será discutido por meio da metodologia de análise visual, o que nos poderá dar alguns *insights* sobre o fascínio das histórias medievais em subculturas jovens e de jovens adultos. Como pesquisadoras baseadas nas artes, as autoras estão interessada em todo o tipo de imagens existentes em subculturas populares e da forma como são produzidas, exibidas e recicladas pelo público; como artistas em comunidade, estão interessadas em debater as imagens produzidas para consumo em massa pelas indústrias criativas. Como arte-educadoras, interessam-se pelo sentido de como são interpretadas e recriadas as imagens das mídias de massa. Além da bibliografia citada, as pesquisadoras desenvolveram um questionário, dirigido e disponibilizado em comunidades de jogadores online, cuja avaliação das respostas obtidas reforçou as hipóteses levantadas inicialmente pelas autoras.

**Palavras-chave:** imaginários contemporâneos, narrativas da Idade Média, imagens da mídia de massa.

**ABSTRACT:** In this article the authors will approach images from film and games industry to discuss trends in contemporary young people and young adult's subcultures. The images will serve as a basis to debate digital natives fascination by metanarratives grounded on stories inspired by Middle Ages stories. A set of images will be discussed through methodologies of visual analysis that may give some insights about the fascination about medieval stories in young people and young adult's subcultures. As arts based researchers the authors are interested in all sort of images from popular subcultures and the way they are produced, displayed and recycled by the audiences; as community artists they are interested in debating the images produced for mass consumption by creative industries. As art educators they are interested in the way people interpret and recreate the mass media images. Besides the literature cited, the researchers developed a questionnaire, directed and made available in communities of online gamers, whose assessment of responses reinforces the initially hypotheses by the authors.

**Keywords:** Contemporary imaginaries, Middle Ages narratives, mass media images.

---

<sup>1</sup> Instituto de Artes da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", pesquisadora dos grupos de pesquisa CAT/CNPq-IA-UNESP e GIIP/CNPq-IA-UNESP, Bolsista CAPES (2011-2013). E-mails: rosangelaap@gmail.com / rosangelaap@ia.unesp.br.

<sup>2</sup> Escola de Belas Artes da Universidade do Porto, pesquisadora do grupo NEA- Instituto de Pesquisa em Arte, Design e Sociedade (i2ADS) /Escola de Belas Artes da Universidade do Porto. E-mail: teresaeca@apcv.pt.

## 1. Introdução

No início deste artigo, as autoras se desculparam pela incursão neste campo. Como autoras desta reflexão, elas não são historiadoras da arte, e seus conhecimentos sobre arte na Idade Média são muito limitados. No entanto, elas se atrevem a sugerir uma visão, vinda do campo da arte-educação informada pela cultura visual, esperando que possa trazer uma *visão* particular no sentido de como as metanarrativas da Idade Média são usadas e manipuladas nas imagens das subculturas contemporâneas, através de poderosas ferramentas das mídias de disseminação e mídias tecnológicas. Como pesquisadoras baseadas nas artes, as autoras estão interessadas em todo o tipo de imagens a partir de subculturas populares e da forma como são produzidas, exibidas e recicladas pelo público; como artistas em comunidade, estão interessadas em debater as imagens produzidas para consumo em massa pelas indústrias criativas. Como arte-educadoras, interessam-se pelo sentido de como são interpretadas e recriadas as imagens das mídias de massa.

Teresa e Rosangela encontraram-se há alguns anos atrás em um fórum sobre artes digitais na Internet. Teresa é portuguesa (51 anos) e Rosângela é brasileira (36 anos). Para escrever este artigo Teresa convidou Rosangela para escolher imagens de filmes e vídeos que ela acreditava estarem relacionadas com histórias sobre a Idade Média. Teresa escolheu imagens do videogame *Assassin's Creed* depois de ter perguntado à sua filha, de dezoito anos, sobre o mais popular jogo entre os jovens relacionado com imaginários da Idade Média na Internet. Rosangela escolheu jogos inspirados no filme *O Senhor dos Anéis: a sociedade do anel*. Estes dois pontos iniciais conduziram as autoras por uma incrível jornada pelos jogos online e fóruns de fãs dos conhecidos *Medieval role play games*. Neste artigo, as autoras tentam levantar algumas questões sobre este tópico.

Como pesquisadoras, Teresa e Rosangela situam suas abordagens na ampla área da pesquisa baseada em artes porque elas utilizam processos artísticos para lidar com imagens (na produção, interpretação e reciclagem delas). A pesquisa baseada em artes é uma prática socialmente responsável que usa uma variedade de metodologias que associam a pesquisa em arte e em ciências sociais. (KNOWLES, COLE, 2008)

A pesquisa baseada em artes, muito focada na aplicação do vasto processo epistemológico do conhecimento e questionamento artístico, aparece no seguimento de um significativo aumento dos estudos que pesquisam a natureza da experiência em arte no ensino

superior e na prática profissional (McNIFF, 1998). A pesquisa baseada em artes pode ser definida como o sistemático uso do processo artístico, do fazer das expressões artísticas em todas as diferentes formas de artes, para atingir um maior entendimento da experiência dos pesquisadores e das pessoas que eles envolvem em seus estudos. Estes questionamentos se distinguem das atividades de pesquisa onde os artistas, trabalhos artísticos ou visuais podem ter um papel significativo, mas são essencialmente usados como dados para investigações acadêmicas que utilizam muito mais a tradição científica, a descrição verbal e estatística para análise de fenômenos.

## **2. Pesquisa em imagem visual**

A pesquisa em imagem visual tem uma longa tradição nas ciências sociais (GRADY, 2008). Dados visuais registram como alguém responde a um objeto ou evento, e tratam a questão: o que eu sinto sobre o que estou respondendo? Dados visuais podem incluir vários tipos de imagens e fotografias que têm sido conscientemente construídos para registro ou para representar o mundo. Fotografia, filmes e desenhos são expressões importantes como dados usados pelas ciências sociais. Analisar imagens, tais como desenhos não é uma tarefa fácil, a menos que reduzamos a interpretação ao óbvio, por exemplo a listas de verificação, que muitas vezes são inúteis. A análise de imagens oferece uma riqueza única que deve ser tomada como narrativa visual. Imagens podem ser categorizadas de acordo com princípios formais da arte e do design tais como linha, tom e cor, e princípios de composição como semelhança, justaposição e equilíbrio. Nós podemos também analisar a iluminação, pontos de vistas e enquadramento. Desenhos podem ser agrupados de acordo com seus títulos, tópicos ou temas em um esforço de buscar sentido. Nós podemos procurar também intertextualidade – citações visuais ou referências para outras imagens se houver. Mas, se nós quisermos ir mais além na busca do sentido, nós precisaremos entrar nas ideologias subjacentes da imagem.

Ideology is expressed through cultural sign systems that are constitutive of social practice; ideology informs the way people act in the world and the way people act in turn tends to justify and reinforce ideology. Visual images are saturated with ideologies that reveal the hopes, fears, expectations, certainties, uncertainties, and ambiguities of our lives. By means of images we engage with widely shared social assumptions about the way the world is, should be, or should not be. All imagery is ideological in the sense that imagery arises from a matrix of competing ideas, values and beliefs and is always made with a purpose (Duncum, 2010, p.10).

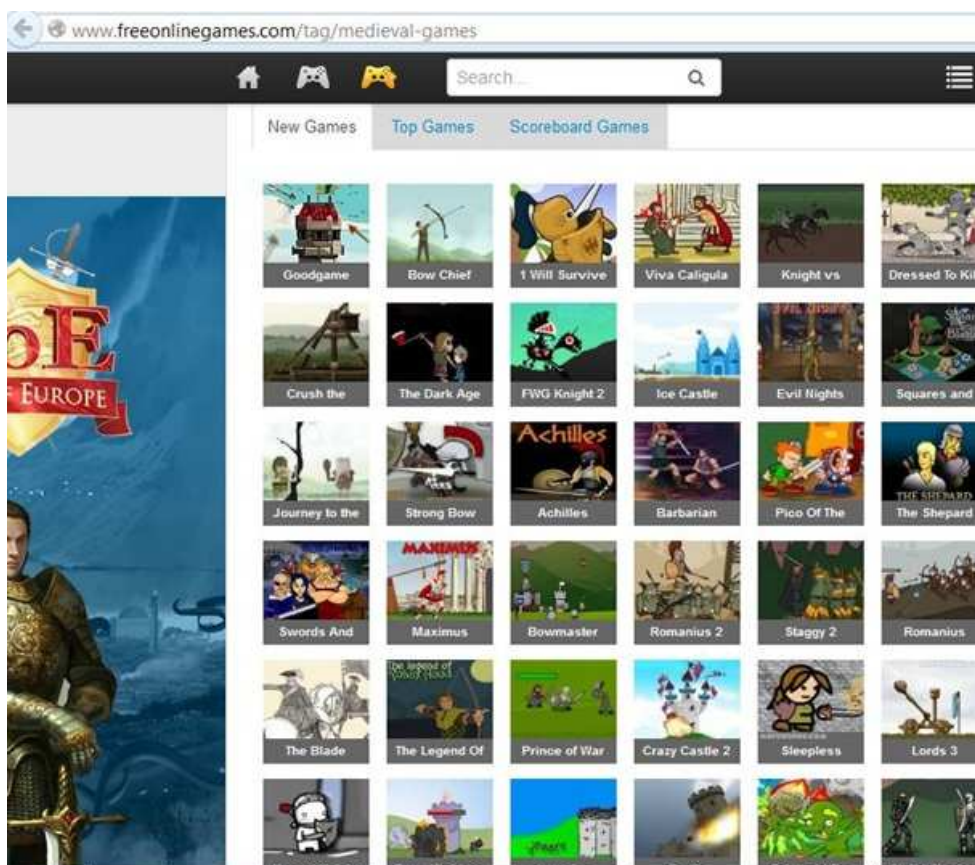


Figura 1 Tela capturada da web page of FOG - Medieval Games. Disponível em: <<http://www.freeonlinegames.com/tag/medieval-games>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2013.

Imagens frequentemente expressam ideologias por meio de metáforas e metonímias. Por meio de metáforas e metonímias nós sentimos o mundo e construímos relações acessíveis aos nossos sentidos. Neste sentido, quando nós usamos imagens de um filme ou jogamos jogos virtuais incorporados em histórias e imagens que evocam um certo período de tempo, fazemos uma apropriação exclusiva do imaginário da época, por meio de um processo de mediação do que o outro imaginou sobre esse tempo. Experimentamos metáforas coletivas nas 'entrelinhas' do espaço de interpretação. A figura 1 é uma tela capturada de uma página muito popular para *role play games* inspiradas no imaginário da Idade Média. As imagens utilizadas nos jogos associadas com esta webpage são muito ecléticas, muitas vezes usam técnicas da linguagem de quadrinhos ou *graphic novel* adaptadas para ferramentas digitais. Cada uma das imagens apresenta boa parte da fascinação pelo ideal épico sobre o tempo da Idade Média, mas através de uma interpretação contemporânea. As imagens atuam como metáforas na mente e no corpo de seus usuários.

### 3. Histórias

Para continuar esta discussão, as autoras referem-se ao conceito de que a história da arte é um conjunto de histórias da arte (ELKINS, 2002); por isso, as autoras farão suas próprias apropriações e compreensão das imagens por meio de histórias, e histórias sobre histórias. Normalmente os historiadores de arte conversam sobre períodos temporais lineares, e transições entre eles. Mas uma vez as autoras não são historiadoras de arte, suas conversas fluirão livremente de um período a outro, focando a busca entre semelhanças e diferenças, continuidades e discontinuidades das imagens. Por este motivo, elas utilizarão a metáfora do ciborgue, o avatar e o portal do tempo para dar corpo à discussão dos imaginários de algumas subculturas contemporâneas inspiradas por metanarrativas sobre contos, mitos, lendas e imagens da Idade Média. Essa metáfora é óbvia na ilustração da figura 2. Os jogadores incorporam-se no jogo através de sofisticados avatares, tornando-se ciborgues prontos a viver uma fantasia tanto individualmente como coletivamente. Entra-se no jogo com um discurso contemporâneo, tecnológico, para viajar para um outro tempo e um outro discurso correspondente a outras tecnologias.



Figura 2 Tela capturada da web page of RPG game ' Kingdom of age'. Disponível em: <<http://www.kingdom-age.com>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2013.

Os estudos culturais preocupam-se com o estudo das formas e práticas da cultura (em todas as suas consequências e meios), suas relações entre grupos sociais e as relações de poder entre estes grupos, como elas são construídas e mediadas por formas da cultura (LISTER, WELLS, 2001, p. 61). Por estarem de acordo com esta perspectiva, as autoras direcionarão suas escolhas em produtos subculturais dirigidos para as pessoas jovens e jovens adultos. E, especialmente em produtos que estão de algum modo inspirados em imagens da Idade Média, contos, lendas e que são transmitidas pelas novas tecnologias e pelos mercados de mídia de entretenimento. Estes mercados incluem uma ampla gama de produtos que estão ligados entre si; da indústria de filmes, aos *gadgets* pessoais e acessórios de moda. O público-alvo usa esses produtos enquanto os recicla, contribuindo para a construção de um imaginário peculiar mostrado em seus diários virtuais. As imagens mostradas são manipuladas em seus vídeos ou games, individualmente ou em grupos. A transformação dos discursos e das imagens faz-se em suas interações com outros jogadores; coletivamente em eventos de *cosplay* ou sozinhos em seus espaços privados, repletos de imagens e objetos que ilustram seus jogos ou filmes preferidos.

Em certo sentido, nós somos ciborgues. Usuários do RPG Kingdom-Age (fig.2) ou do jogo *Agamemnon*, atuamos como ciborgues, usando avatares em portais do tempo, não muito distante das quimeras, descritas por Donna Haraway “chimeras theorized and fabricated hybrids and machine and organism; in short, we are cyborgs” (HARAWAY, 1991, p. 150). Somos criaturas de ficção produzidas pela realidade social vivida, jogando entre as nossas diferentes identidades, nossos diferentes avatares, usando tecnologias híbridas para compreender e recriar o mundo. E, desta forma, construímos nossos mundos com informações intertextuais transmitidas por narrativas disponíveis. Histórias da arte são narrativas profusamente usadas e abusadas por produtos das mídias nas indústrias de entretenimento, chamadas de ‘indústrias criativas’.

Filmes, quadrinhos, videogames estão constantemente se referindo às imagens das histórias da arte, e de todos os períodos da cultura ocidental. Mitos e lendas que são evocados pela literatura, filme e teatro são reinterpretados na chamada ‘cultura do remix’ adaptada com ferramentas digitais através da colaboração e o processo de troca, utilizada por indivíduos, grupos ou companhias (LESSIG, 2008). O período mais popular entre pessoas jovens e jovens adultos no início do século XXI parece ser a Idade Média. Poderia ser interessante buscar explicações para esta singular atração. A Idade Média tem persistido no mundo contemporâneo via jogos digitais. Os jogos digitais traduzem, adaptam e corrigem histórias

medievais, temas, personagens e alegoria em ambientes interativos eletrônicos. Artefatos da Idade Média, imagens, lendas e histórias evocadas nestes produtos da mídia são reinterpretados de acordo com preocupações ou conflitos contemporâneos, em toda a sua complexidade, um exemplo que pode ser visitado no Internet Role Play Game ‘Agamemnon’, inspirado nas lendas do Rei Arthur e Avalon. Jacques Le Goff afirma que a origem do mito do Rei Arthur pode ser localizada na *Historia Regum Britanniae* (História dos Reis da Bretanha), escrita entre 1135 e 1138 por um cronista, provavelmente galês: Geoffrey of Monmouth, um cânone de Oxford, seu texto tem sido um dos mais difundidos e inspiradores, encontrado em romances, peças teatrais, músicas e filmes, contribuindo para o remix do imaginário medieval (LE GOFF, 2011, p. 30-31).

As novas narrativas apresentam imagens inspiradas nas histórias da Idade Média entrelaçadas com imagens e crenças contemporâneas. Ao invés de um tempo distinto no passado, a Idade Média forma um espaço no qual teoria e narrativa, jogo e textualidade, identidade e sociedade são corrigidas e reimaginadas. (KLINE, 2013)

Pode ser possível que nossa cultura ciborgue possua uma fascinação neomedieval; alimentando nossa imaginação de metanarrativas de livros de ficção, como *The Mists of Avalon*, de Marion Zimmer Bradley (1979) ou *Eragon*, de Christopher Paolini (2008), de épicos filmes infantis, como *Robin Hood* a cômicas aventuras como em *Shrek*. Embora os produtos populares das mídias não reconheçam diretamente fontes da Idade Média – eles não afirmam representar este período – frequentemente são produzidos com extensa pesquisa em histórias e imagens sobre a Idade Média. Lojas online nos oferecem uma série de vestimentas e artefatos claramente inspirados na Idade Média, associados com a cadeia de livros, filmes e best sellers. A atração neomedieval no jogo, por exemplo, cria um palimpsesto cultural, de múltipla camada *transtemporal* de artefatos. Os jogadores de videogame e os online de tais jogos não só compram produtos associados à marca ou jogo, como também os produzem em um processo de aprendizagem *edupunk*. Individualmente, jogadores buscam por tutoriais e informação nos fóruns na Internet para construir o que eles precisam para desempenhar as experiências virtuais do jogo na vida real – por exemplo, um capacete, uma besta ou uma espada.

#### 4. Jogos

De acordo com Huizinga (2007), “a Idade Média herdou da antiguidade clássica suas grandes formas culturais nos domínios da poesia, do ritual, do saber, da filosofia, da política e da guerra, e essas formas eram fixas”. Para Huizinga, o espírito eclesiástico dos códigos de cavalaria foi diretamente inspirado pelos ideais greco-romanos e novos comportamentos lúdicos criados na Idade Média, por exemplo, as cerimônias dos cavaleiros foram extremamente inovadoras. E é interessante observar como os comportamentos dos códigos de cavalaria são reproduzidos e recriados nos jogos contemporâneos de videogame e online (MMO e MMORPG), onde os jogadores assumem papéis explícitos inspirados por códigos de comportamento das ordens de cavaleiros.

#### 5. Imagens

Dito isto, vamos agora começar a olhar para as imagens que, em certo sentido, podem apoiar estas alegações intuitivas. De acordo com Hickerman, nós precisamos reconhecer que as obras de arte (e imagens) podem ser vistas como “an appropriate way of not only recording events or thoughts but interpreting them in a way which exposes a greater number of realities”. (HICKERMAN, 2007, p. 317). As metáforas chamam para uma compreensão do contexto e considerações culturais. Elas não devem ser vistas como afirmações da verdade, na qual estão respostas certas ou erradas. Embora, nós possamos disputá-las, oferecer argumentos contra ou a favor, e julgar algumas como mais poderosas ou melhor que outras (PARSONS, 2008).

De acordo com Didi-Huberman (2009), a representação visual tem um ‘lado escuro’ no qual as formas aparentemente inteligíveis perdem sua clareza e desafiam a compreensão racional, neste lado escuro, onde as imagens carregam limites e contradições, a representação visual é um processo móvel que frequentemente envolve substituição e contradição e apela sempre para juízos subjetivos.

Nesta seção serão mostradas imagens de duas produções da cultura popular para pessoas jovens. A primeira série de imagens (figuras 3 e 4) são telas capturadas de páginas sobre o filme *O Senhor dos Anéis: a sociedade do anel*, ilustrando a fascinação contemporânea pelo imaginário da Idade Média, este filme tem sido extensamente estudado



por sociólogos e especialistas em estudos culturais. A última imagem é uma tela capturada da página sobre vídeo/internet games *Assassin's Creed III* (figuras 5 e 6).

### **5.1 O Senhor dos Anéis: a sociedade do anel**

*O Senhor dos Anéis* é uma trilogia escrita por J.R.R. Tolkien, entre os anos de 1937 e 1949. O título da obra refere-se à história do Dark Lord Sauron que, ainda jovem, tinha criado o Anel para governar os outros Anéis de Poder, como uma grande arma na sua campanha para conquistar e governar toda a Terra-média, em um tempo e espaço imaginários. Os heróis da história são criaturas imaginárias chamadas Hobbits. A obra de Tolkien tem sido objeto de extensas análises de seus temas e origens. A duradoura popularidade de *O Senhor dos Anéis* tem levado a numerosas referências na cultura popular, na fundação de muitas sociedades por fãs da obra, e publicações de muitos livros sobre Tolkien e suas obras. *O Senhor dos Anéis* inspirou e continua inspirando obras de arte, música, filmes e programas de TV, videogames e subsequente literatura. Premiadas adaptações tem sido feitas para rádio, teatro e filme. Na indústria cinematográfica *O Senhor dos Anéis* é uma série de filmes distribuída pela New Line Cinema. Consiste em três épicos co-escritos e dirigidos por Peter Jackson. Os filmes estão de acordo com os subtítulos dos livros: *A sociedade do Anel* (2001), *As duas torres* (2002) e *O Retorno do Rei* (2003). Cada filme da série teve edições estendidas lançados em DVD um ano após seus respectivos lançamentos no cinema. Embora os filmes sigam geralmente o enredo dos livros, algumas partes foram omitidas, e outras adicionadas, desviando-se da fonte de origem.

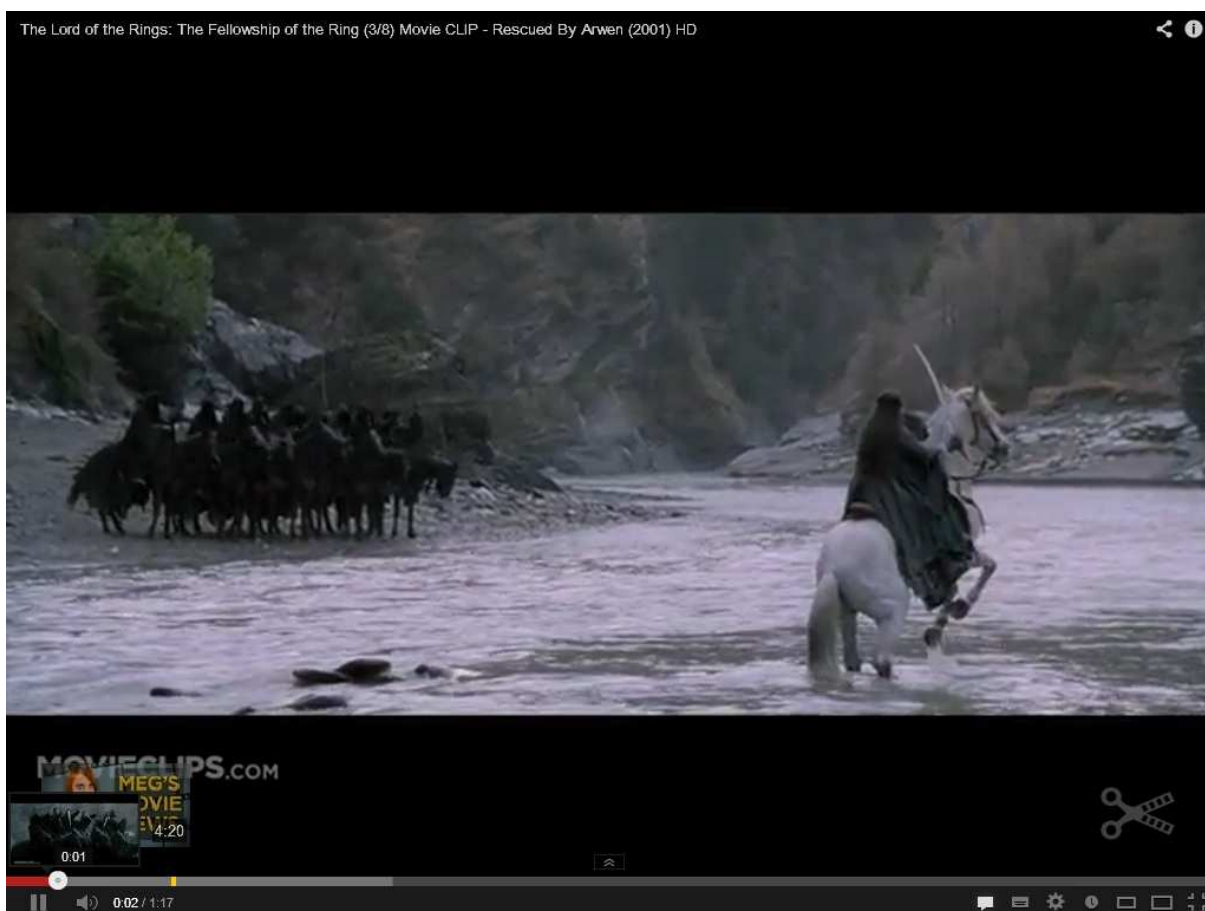


Figura 3 Tela capturada do filme: 'O Senhor dos Anéis: a sociedade do Anel'. Movieclips (Youtube) webpage. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=0L-Zqr0eyDg>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2013.

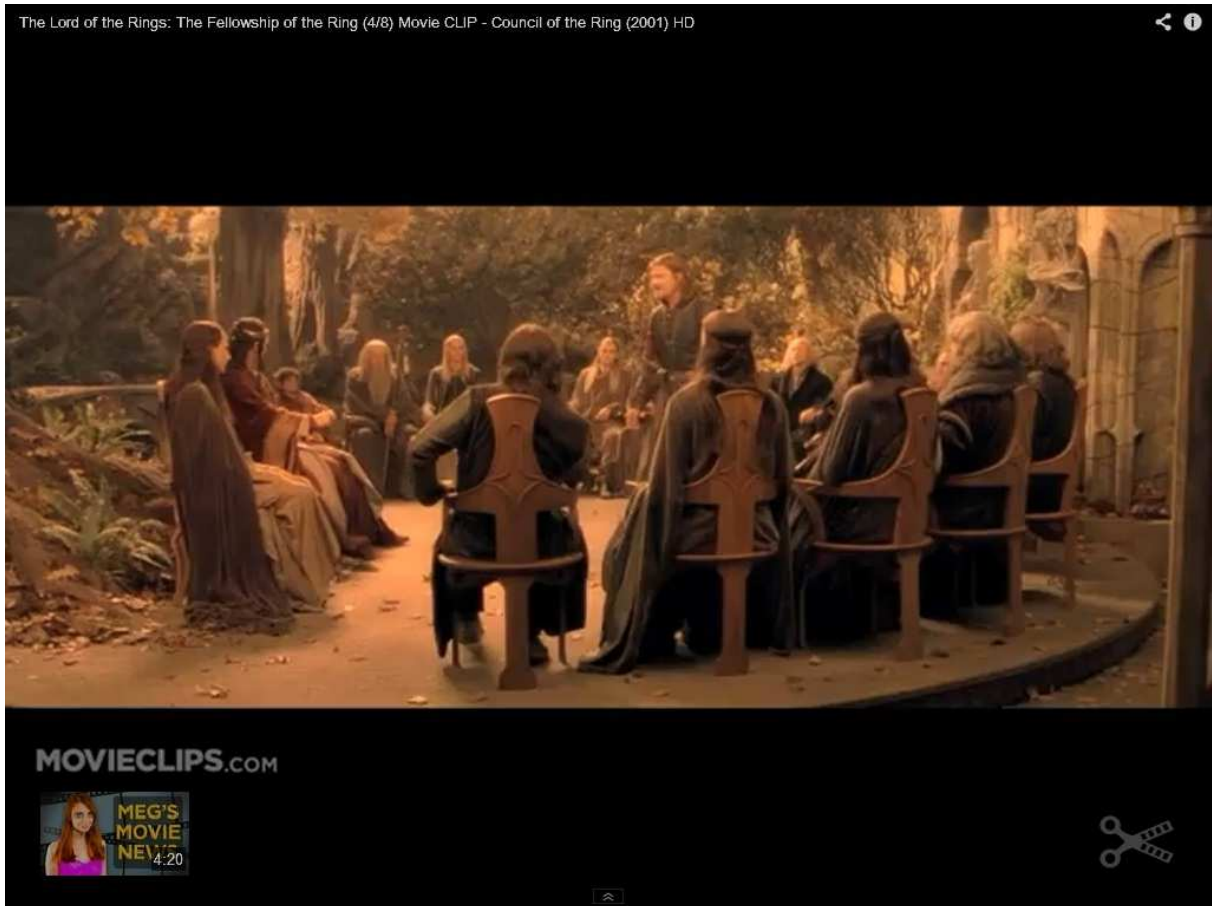


Figura 4 Tela capturada do filme: 'O Senhor dos Anéis: a sociedade do Anel'. Movieclips (Youtube) webpage. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=bdFKfRmmbk0>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2013.

## 5.2 Assassin's Creed

*Assassin's Creed* é uma série de vídeo e Internet game desenvolvida pela Ubisoft Montreal, consistindo de cinco jogos principais e um número muito grande de materiais de apoio. A série tem inspiração no romance *Alamut*, do escritor esloveno Vladimir Bartol. Os jogos foram feitos para PlayStation 3, Xbox 360, Microsoft Windows, Mac OS X, Nintendo DS, PlayStation Portable, PlayStation Vita, iOS, HP webOS, Android, Nokia Symbian, plataforma Windows Phone e Wii U. Os principais jogos da franquia foram desenvolvidos pela Ubisoft Montreal, com os títulos portáteis desenvolvidos pela Gameloft e Gryphonite Studios, com adicional desenvolvimento da Ubisoft Montreal. Os jogos trazem a ideia inspirada no livro que “nada é verdadeiro, tudo é permitido”; esta é também uma tendência em produtos da indústria criativa e entre usuários de vídeo e internet games. Jogadores, ou usuários, são protegidos por personalidades fictícias (avatares) para viver experiências virtuais

sem limitações, exceto aquelas reguladas pelos criadores dos jogos, inspiradas nos comportamentos de cavalaria e jogos de guerra.

O jogo oferece uma experiência virtual inspirada na história contada por Vladimir Bartol sobre a história de Hassan-i Sabbāh, ou *Hassan aṣ-Ṣabbāḥ* (c. 1034 - 1124), um missionário Nizārī Ismāʿīlī persa, que viveu na fortaleza de Alamut. Da série de jogos, nós escolhemos a figura 5 para análise.

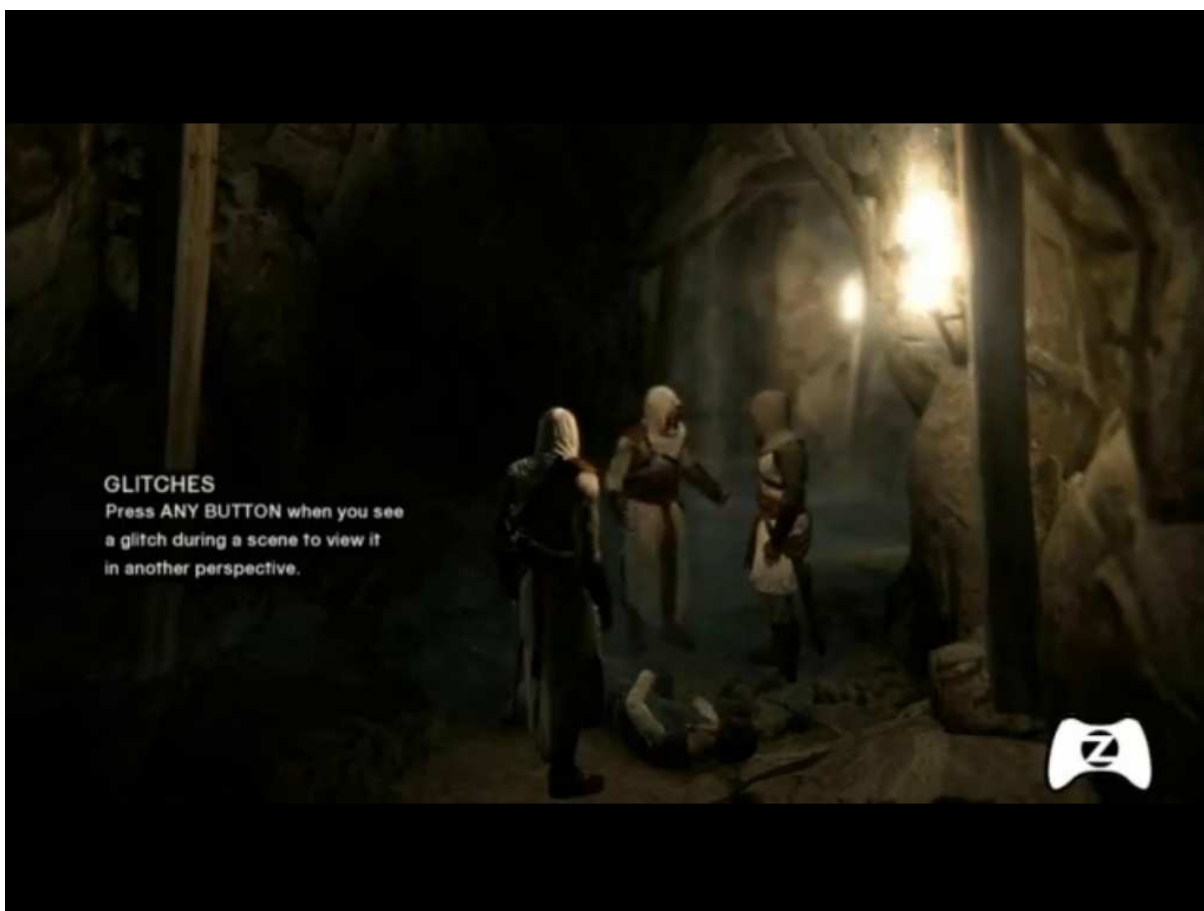


Figura 5 Tela capturada do jogo 'Assassin Creeds'. Zangado Games (Youtube) web page. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=nO0emuFDuEE>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2013.

## 6. Análise visual

Imagens, como outros documentos são importantes dados para pesquisadores. Elas têm sido usadas em várias formas, em diferentes campos de pesquisa em ciências e ciências sociais. Elas podem transmitir 'evidência objetiva' e são passivas de serem usadas para obter resultados. Generalizações sobre o que é representado nas imagens (comunicação de massa, indústrias criativas e de comunicações, etc.), requerem muita paciência para identificar e listar o observável, que é tido como mais ou menos evidência 'objetiva'. A análise de conteúdo foi

usada para estudar evidência baseada em imagens por um longo tempo nas ciências sociais. De acordo com Bell (2002, p.13), pode ser que a análise de conteúdo tenha sido largamente usada porque ela aparece como o sentido ‘do senso comum’ para pesquisa. Como todas as metodologias de pesquisa, a análise de conteúdo é um procedimento eficaz somente se a hipótese tem conceitos claramente definidos que sustentam o seu uso. Categorias do conteúdo visual devem ser explicadas e definidas sem ambiguidades, e empregadas de forma consistente para produzir evidência significativa e relevante para a hipótese. Para observar e quantificar categorias do conteúdo é necessário definir variáveis relevantes de representação. Em cada variável pode ser distinguido um valor para gerar categorias de conteúdos nos quais devem ser observados e quantificados (BELL, 2002, p. 16). Por exemplo, na variável gênero nós podemos olhar para os valores do papel, locação e tamanho. Por exemplo, nós podemos começar analisar as figuras 3 e 5, por conteúdos variáveis ou categorias de conteúdos, tais como dimensão (tamanho, cor, posição na imagem, extensão), uma lista de participantes representados (homem/mulher; adulto/criança) ou o tipo de localização da cena, tais como: exterior, interior, palácio, casa, rio, oceano, montanha. Variáveis referem-se aos aspectos de como algo é representado. Podemos, por último, atribuir valores para cada uma das variáveis e interconectá-las para ver diferenças e semelhanças (Tabela 1).

Variáveis		Gênero	Papel	Localização	artefactos
Valores	Figure 3	Masculino	guerreiro	exterior	Tunica, armas de metal
	Figure 5	Masculino	guerreiro	interior	Tunica, armas de metal

Tabela 1: Análise de conteúdo: categorias de conteúdos.

Variáveis e valores são muito úteis para codificação se nós os definirmos sem ambiguidades. No entanto, isto nem sempre é possível, algumas variáveis ‘subjetivas’ são cruciais para compreensão e sentido das imagens e além disso, os codificadores terão também de fazer juízos ‘subjetivos’ para analisar as imagens. As imagens não são denotativas, elas carregam conotações e convidam os leitores a fazer interpretações pessoais através do filtro de suas experiências de vida. A imagem pode ser estática, mas o sentido está sempre nos olhos de quem vê. Imagens podem transmitir sentimentos por meio de códigos das formas, cor e enquadramento. Uma imagem pode envolver o observador em uma compulsiva necessidade de olhar e olhar novamente.

Quando nós examinamos o conteúdo e a característica das imagens como dados nós estamos envolvidos em análise direta. Collier (2002, p.39) explica que a análise direta é um modelo muito simples e básico. No primeiro estágio, nós olhamos para os dados como um todo, para descobrir a conexão de padrões contrastantes, para nos fazer pensar e levantar questões que podem ser úteis no futuro. No segundo estágio, nós fazemos um inventário ou um registro de todas as nossas imagens, olhando para categorias fundamentadas em nossos objetivos de pesquisa. No terceiro estágio, nós estruturamos nossa análise, passando pela evidência com questões específicas – medida, distância, contagem, comparação. No quarto estágio, nós buscamos significados, sentidos, retornando para a imagem, voltando às nossas questões de modo aberto, visualizando as imagens em sua totalidade contextual.

As figuras 3, 4 e 5 evocam certos imaginários no sentido em que elas reportam para outras imagens na arte, em filmes e livros, elas citam outros contextos, o tipo de relva na figura 3; a forma como do grupo está arranjado na figura 4, o tipo de vestimenta na figura 5; a paisagem mostrada na figura 3 ou a cena de interior na figura 5 evocam-nos sentidos e memórias, nos fazendo viajar entre espaços e histórias. Nós sabemos que tudo isto é ficção, a cena da figura 3 foi filmada na Nova Zelândia e a cena da figura 5 é um espaço arquitetural virtual. Nós sabemos que os personagens na figura 5 não são representações dos Cruzados, mas nós somos transportados para um espaço ficcional onde ‘tudo é possível’, porque ele é um não-espaço, um espaço policêntrico onde vistas perspécticas da realidade são unidas. Para pensadores como Felix Guattari (1995, 2000) e Rosi Braidotti (2006) a ‘realidade’ é descrita como fluída, criada abertamente e compreendida por meio de uma polifonia de diversos discursos e práticas, entre as quais ‘indivíduos’ e grupos estão livres para navegarem mais ou menos estrategicamente, de acordo com desejos, com pontos em comum e diferenças. O sólido ‘eu’ é substituído por ‘práticas do si’ e o ideal de ‘ser humano’ como auto-criação, formação estética, permite transcender ou transformar o poder/conhecimento, construções como idade, gênero ou etnia em novas maneiras sempre imprevistas.

As imagens produzidas pelas indústrias criativas estão sempre citando histórias de outros contextos, em um tempo e espaço não lineares para propostas de entretenimento. Nós poderíamos dizer, numa perspectiva muito pós-estruturalista, que estas visões são processos individualistas e tendências neoliberais na sociedade, tendências que – infelizmente para a sustentabilidade – também alimentam uma onda de individualismo, precariedade e consumismo (por exemplo, ver GIELEN, 2009).

Embora as figuras 3 e 5 possam parecer inofensivas, não muito diferente das imagens de guerra jogadas no passado, nós podemos ter algumas questões sobre suas reais propostas

na chamada sociedade da informação/conhecimento no ocidente. As imagens precisam de meta-reflexão, múltiplas perspectivas de abordagem para compreender as propostas dos produtores e usuários. Elas denotam a complexa interação que tomam lugar entre o visualizador e o visualizado. Nós não podemos ‘ler’ as imagens sem pensar para que propósitos foram produzidas. Alta tecnologia, alta produção em massa e elevada dependência. Mas por que esta fascinação nos produtos multimídia contemporâneos como filmes e jogos por histórias de períodos Idade Média? O que é tão atrativo no imaginário da Idade Média: códigos de comportamento, ritos de guerra, organizações sociais? Eventos visuais são sempre geográfica, histórica, social e culturalmente situados, e eles sempre implicam certas formas de olhar, (ROGOFF, 1998). As figuras 3, 4 e 5 nos contam muito mais sobre nosso tempo ou nossas subculturas. Ao passar por e pesquisando como os públicos e usuários usam eventos visuais, nós podemos compreender muito mais desta fascinação. Fãs de filmes têm fóruns na Internet para se encontrarem, alguns deles usam réplicas de roupas apropriadas ou camisetas referenciais e outros acessórios de moda (Cosplay). Jogadores de MMO/MMORPG organizam-se em grupos, para jogar em *tempo real*, às vezes em espaços reais (alugam salas de jogos para estarem juntos); alguns deles compram ou fazem todo tipo de roupas e artefatos relacionados aos jogos. O que isso significa em termos de necessidades relacionais das sociedades contemporâneas?

### 6.1 Ampliando os limites de entender as imagens digitais

From the moment you begin to play Agamemnon you become a part of ancient medieval life. The time when medieval Knights were the icons of valour and protectors of their home-land. You will find the time of the Middle Ages here in all its glory. You would do well to dig deeply into this website, especially if you have not played a MUD or an online RPG before: Agamemnon can be thought of as a part of these categories. The textual aspect of Agamemnon can often be very daunting. However, do not let this dissuade you. Once you have become accustomed to allowing your imagination to paint the images for you there is much to be seen and imagined in a textual environment which cannot be gained from graphical medieval games or other games of this type. You should think about Agamemnon as being an ever unfolding interactive novel. The outlines, the substance of medieval England and all that medieval life came to stand for, will be there for you. However, much of your success and the role which you would choose to fulfill within the Middle Ages will be achieved by you and your actions. Your road and where it ends will be governed by each interaction with those who also choose to share the Middle Ages with you. Medieval England is populated and brought to life by other people who are also connecting to Agamemnon over the internet. They play just as large a role in the shaping of the society and medieval life as you will. They, and how you choose to interact with them, can often be the deciding factors of your character's fate. (RPG Agamemnon. (2003 c). Disponível em: < <http://www.agamemnon-rpg.com/introduction.html>>)

Este fragmento de texto pertence à introdução do *RPG Agamemnon*. Se nós compararmos o texto com a imagem na figura 5, retirada do jogo *Assassins's Creed III*, obteremos uma imagem do que é uma imersão digital em um jogo digital. A Idade Média é recriada não só como um tempo, mas também como um tempo-espaço, habitado por 'pessoas' interagindo e permitindo sua 'imaginação pintar as imagens'. O roteiro funciona como um processo hipertextual onde o usuário decide o fluxo da história entre as limitações dos criadores do jogo, mas, no entanto, criando na mente do usuário a impressão de liberdade ilimitada da imaginação e da coesão social entre os jogadores.

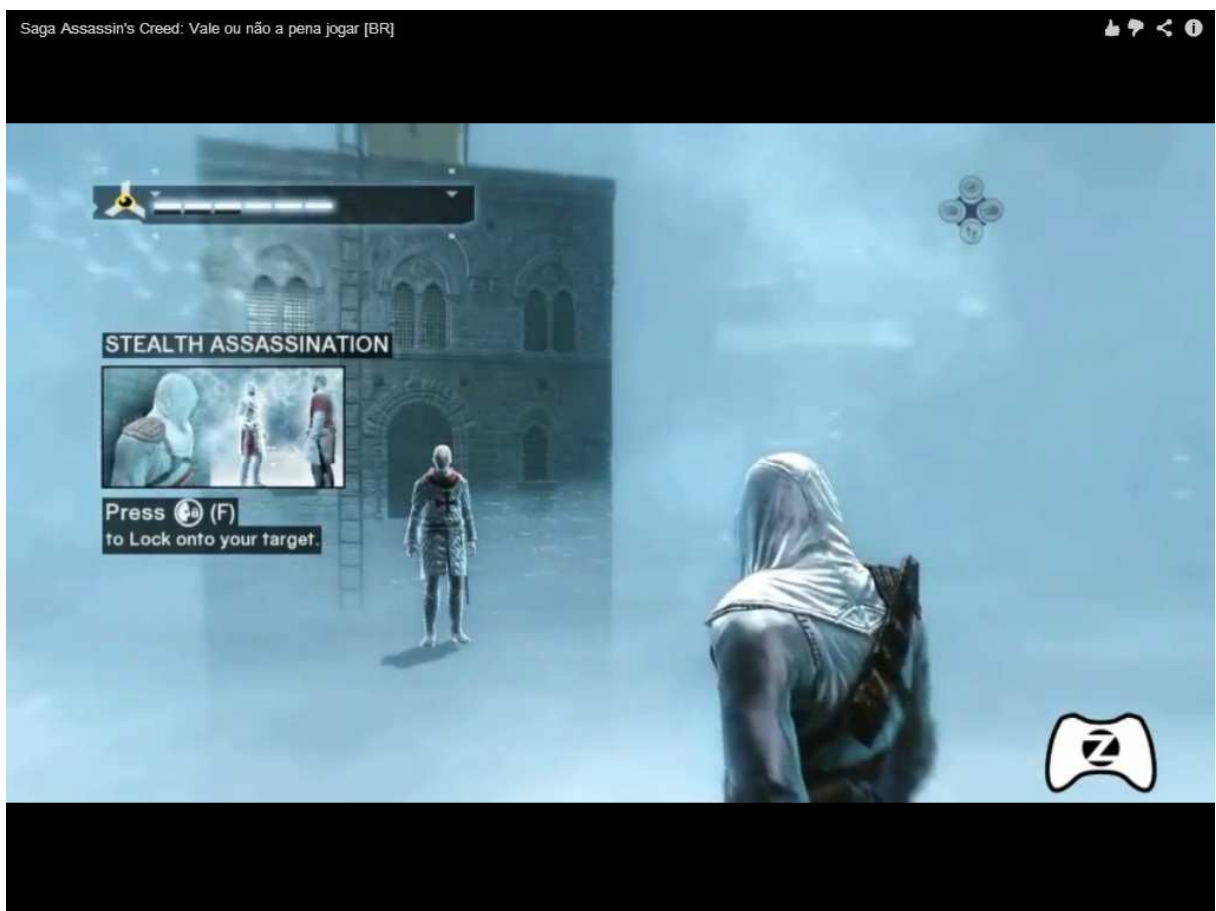


Figura 6 Tela capturada do jogo 'Assassin Creeds III'. Zangado Games (Youtube) web page. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=nO0emuFDuEE>>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2013.

Imagens como estas reproduzidas, escolhidas nas telas capturadas (figuras 1 a 6), não são fáceis de analisar, mesmo utilizando as abordagens dos estudos culturais reforçando o contexto da visualização, porque do visualizador não é somente esperado olhar para a imagem, como dele se espera que seja incorporado na imagem. Embora nós possamos tentar focar também no contexto de produção e distribuição, o sentido é difícil para compreender.



Nós podemos olhar para a forma, descrevendo as convenções pictóricas que podem estar vagamente relacionadas à fotografia ou desenho, ou filme ou convenções visuais dos quadrinhos; isto nos dará grandes quantidades de informações úteis. Mas, alguma coisa está faltando. Uma ligação oculta, as imagens digitais são interativas e provocam em diferentes níveis a conexão com o 'leitor'. Podemos pensar na necessidade de abordar os níveis de interação nas imagens como argumentam Dubberly, Pangaro e Haque (2009). Desta forma, precisamos esbater as bordas e alargar os limites da análise de modo interdisciplinar, por exemplo, indo por meio dos sistemas participatórios de Pangaro (2000), analisando imagens não somente de um modo dual (imagem e decodificador da imagem), mas em um tripé: jogo, jogador, demais jogadores. Procuraremos compreender suas características como 'participantes' que

act on their own, behave in complex ways that make sense to us, interact with us directly, work with us in achieving our goals, modify their own goals, partner with us in the creation new goals, collaborate with us on the design of new partners. (PANGARO, 2000)

Portanto, a fim de entender as interações existentes com os participantes, e para propor algo novo e mais interessante, necessitamos de um enquadramento para caracterizar graus de: autonomia, complexidade, interatividade, colaboração, definição de metas (Pangaro, 2000). Assim, as autoras passaram por esta abordagem para confirmar algumas de suas afirmações intuitivas derivadas de uma primeira tentativa de análise de imagem descrita na seção anterior. Elas queriam entender o grau de interatividade gerada pelas imagens (e jogos) e elas começaram a olhar para as comunidades de jogadores por tema e nome do jogo.

Rosângela registrou-se nos seguintes fóruns na Internet: MMORPG.com, MMOsite.com, PlayStation Forum, Forum UBISOFT Uplay. Rosângela também projetou um pequeno questionário chamado "Medieval Games Questionnaire (MMO e MMORPG)", postado em 23 de fevereiro de 2013 nestes fóruns de Internet e páginas do Facebook. O objetivo do questionário com 10 questões de múltipla escolha foi identificar perfis e hábitos de jogadores e também obter algumas informações sobre o conhecimento contextual do jogador sobre a história da Idade Média.

**8. The Middle Ages is for you:**

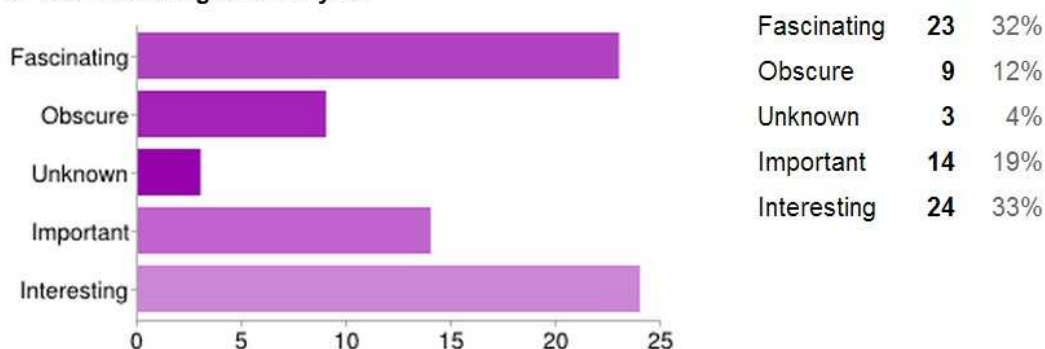


Gráfico 1 Gráfico de resultado referente a questão nº 8. CONCEIÇÃO, R.A. Medieval Games Questionnaire (MMO and MMORPG). Online. 2013. Disponível em: <[https://docs.google.com/forms/d/1N0mclumL\\_0qUFaELYUICK3-rDVeur9JFQRcHPiofg/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1N0mclumL_0qUFaELYUICK3-rDVeur9JFQRcHPiofg/viewform)>. Acesso em: 25 de fevereiro de 2013.

**9. What more catches your attention in the Middle Ages?**

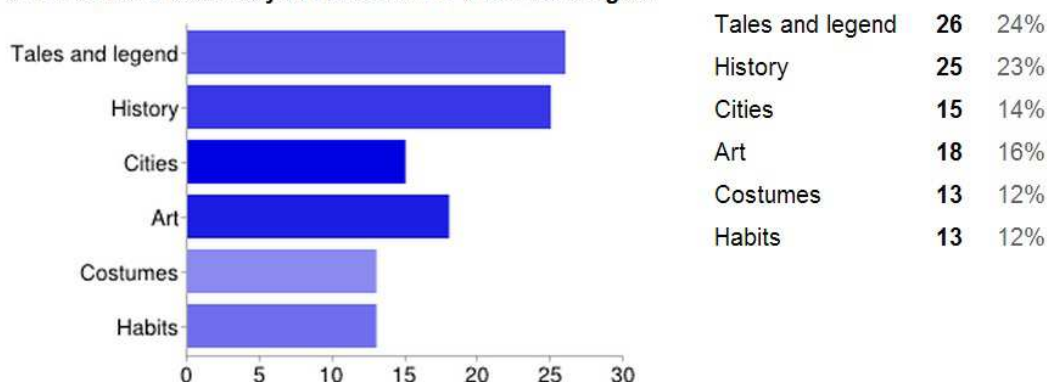


Gráfico 2 Gráfico de resultado referente a questão nº 9. CONCEIÇÃO, R.A. Medieval Games Questionnaire (MMO and MMORPG). Online. 2013. Disponível em: <[https://docs.google.com/forms/d/1N0mclumL\\_0qUFaELYUICK3-rDVeur9JFQRcHPiofg/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1N0mclumL_0qUFaELYUICK3-rDVeur9JFQRcHPiofg/viewform)>. Acesso em: 25 de fevereiro de 2013.

Entre os dias 23 e 25 de fevereiro de 2013 Rosangela recebeu 36 respostas que corroboraram as afirmações das autoras de que existe um fascínio pelo tema medieval em subculturas de pessoas jovens e adultos jovens. Os gráficos 1 e 2 ilustram alguns resultados obtidos no questionário que ajudaram as autoras em suas pesquisas para este estudo.

**Bibliografia**

BELL, F. .Content analysis of visual images. *In*: VAN LEEUWEN, T.; JEWITT, C. (Eds.) *Handbook of Visual Analysis*. London: Sage Publications, 2002. pp. 10-34.

- BRAIDOTTI, R.. Transpositions. On nomadic ethics. Cambridge: Polity Press, 2006.
- COLLIER, M. . Approaches to analysis in visual anthropology. *In*: VAN LEEUWEN, T.; JEWITT, C. (Eds.). Handbook of Visual Analysis. London: Sage Publications, 2002. pp. 35-60.
- DIDI-HUBERMAN, G.. Confronting images: questioning the ends of a certain history of art. University Park, PA: The Pennsylvania State University Press, 2009.
- DUBBERLY, H.; PANGARO, P.; HAQUE, U.. What is interaction?: are there different types?. ON MODELING. Interactions. 16, 1 (January 2009), pp. 69-75.
- DUNCUM, P. .Seven principles for visual culture education. Art Education, v63, n.1, Jan 2010, pp.6-10.
- ELKINS, J. . Stories of Art. New York and London: Routledge, 2002.
- GIELEN, P. . The Art Scene. An Ideal Production Unit for Economic Exploitation?. Open. Cahier on Art and the Public Domain. 17. Rotterdam, NL: NAI Publishers, 2009. pp 8-17.
- GRADY, John. Visual Research at the Crossroads. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 2008. 9 (3), Art. 38. Disponível em: <<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0803384>> . Acesso em: 22 de fevereiro de 2013.
- GUATTARI, F. . Chaosmosis, an ethico-aesthetic paradigm. Sydney: Power Publications, 1995.
- \_\_\_\_\_. The Three Ecologies. London: Continuum, 2000.
- HARAWAY, Donna. A Cyborg Manifesto Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century. *In*: HARAWAY, Donna. Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature. New York: Routledge, 1991. pp.149-181.
- HICKERMAN, R. . Visual Art as a Vehicle for Educational Research. *In*: The International Journal of Art & Design Education, VOL 26; NUMBER 3. Great Britain, UK: Blackwell Publishing Ltd, 2007. ISSN 1476-8062. pp. 314-324.
- HUIZINGA, J. . Homo ludens: o jogo como elemento da cultura. Tradução J. P. Monteiro. São Paulo, SP: Perspectiva, 2007.
- \_\_\_\_\_. O Outono da Idade Média. Tradução Francis Petra Janssen. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2010.
- KLINE, D.T. . Digital Gaming Re-imagines the Middle Ages. New York: Routledge, 2013.
- KNOWLES, J.G.; COLE, A.L. (Eds.). Handbook of the arts in qualitative research: Perspectives, methodologies, examples, and issues. Los Angeles, CA: SAGE Publication, 2008.
- LE GOFF, J. Heróis e maravilhas da Idade Média. Tradução Stephania Matousek. Rio de Janeiro, RJ: Editora Vozes, 2010.
- LESSIG, L.. Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy. London: Bloomsbury, 2008. Disponível em: <<http://ia600204.us.archive.org/13/items/LawrenceLessigRemix/Remix-o.pdf>>. Acesso em: 22 de fevereiro de 2013.
- LISTER, M. ; WELLS, L. Seeing beyond belief: cultural studies as an approach to analysing the visual. *In*: VAN LEEUWEN, T.; JEWITT, C. (Eds.) Handbook of Visual Analysis. London: Sage Publications, 2002. pp. 61-91.
- MCNIFF, S. . Art -Based Research. *In*: KNOWLES, J.G.; COLE, A.L. (Eds.). Handbook of the arts in qualitative research: Perspectives, methodologies, examples, and issues. Los Angeles, CA: SAGE Publication, 2008. pp. 83-91.
- PANGARO, Paul.. Participative Systems. Slide presentation, 2000. Disponível em: <<http://www.pangaro.com/PS/PS2005-v1b-4up.pdf>> . Acesso em: 22 de fevereiro de 2013.
- PARSONS, M. . Art And Metaphor, Body And Mind. *In*: BRESLER, L. (Ed.) International Handbook of Research in Arts Education. New York, N.Y.: Springer, 2007. pp.533-542.
- ROGOFF, I.. Studying Visual Culture. *In*: MIRZOEFF, N. The Visual Culture Reader. London: Routledge, 1998.