



## INTERMIDIALIDADE EM UM PASSEIO PELA NARRATIVA NOS JOGOS DE LUTA<sup>1</sup>

**Alisson Preto Souza** – [alissonsouzaprof@gmail.com](mailto:alissonsouzaprof@gmail.com)

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil; bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES; <http://orcid.org/0000-0003-0548-0229>

**Lis Yana de Lima Martinez** – [yana.flafy@gmail.com](mailto:yana.flafy@gmail.com)

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil; bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq; <http://orcid.org/0000-0001-6608-257X>

**RESUMO:** O objetivo desse artigo é refletir sobre conceitos de mídia juntamente com os processos da narrativa nos videogames, sobretudo, no gênero dos jogos de luta. Para tanto, uma revisão voltada à narrativa e às mídias foi realizada, cobrindo ideias de McLuhan (2013), Jenkins (2009), Todorov (2006) e Barthes (2011). Então, o espaço duplo entre jogo e narrativa interativa ajudou a compreender como narrativas têm sido apresentadas, considerando aspectos como estrutura e mercado. *Mortal Kombat* (1992-) e *Street Fighter* (1987-) foram usados como exemplos de jogos em que o importante papel da narrativa prevalece, sobretudo, em paralelo à evolução do hardware e ao perfil do jogador. Após a comparação, esse trabalho identificou mudanças na comunicação e no comportamento social devido à narrativa e às questões de consumo. Além disso, concluiu-se que o mercado é um aspecto que define parcialmente como o poder e o conhecimento se conectam com narrativas por meio do acesso ao game. Na busca por compreender a relação entre os layouts, a finalidade e o entrelace do universo narrativo, da relação com a interatividade e o reconhecimento do jogar pela empresa que possui a franquia desses jogos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Intermidialidade; mídias; narrativa; jogos de luta.

### 1 UMA INTRODUÇÃO ÀS NARRATIVAS E MÍDIAS

A narrativa tem seu início junto à própria história da humanidade, lembra-nos Roland Barthes (2011). Por estar tão intricadamente vinculada ao humano, ela se manifesta onipresente:

[...] não há, em parte alguma, povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm suas narrativas, e frequentemente estas narrativas são apreciadas em comum por homens de cultura diferente, e mesmo oposta: a narrativa ridiculariza a boa e a má literatura: internacional, transhistórica, transcultural, a narrativa está aí, como a vida (BARTHES, 2011, p. 19).

Por seu potencial pungente, independente do tema, as narrativas vagam, em diferentes graus de complexidade, entre as mídias e são incontáveis, caracterizadas pela oralidade ou pela escrita, pela imagem, que pode ser fixa ou em movimento; desde os mitos, nas lendas, nos contos, na epopeia, na história, nas peças de teatro, na pintura, no audiovisual, nos quadrinhos e no dia a dia. Como aponta

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Walter Benjamin (2007), os *gestus* também assumem papel simbólico de narrativas com seu devido valor ideológico seja à revelia do discurso do progresso/capitalismo, por exemplo, nas peças de Bertold Brecht, seja como uma forma de revisitar e iluminar os limites da tradição, ao pensar as leituras bejaminianas sobre as narrativas breves de Franz Kafka.

Em 1964, Marshall McLuhan já pronunciava que mídias são mensagens e também uma extensão do humano. Talvez *Entendendo Mídias: Os meios de comunicação como extensões do homem* seja a obra mais cara de McLuhan para os estudos midiáticos. Nela, o autor expõe o sujeito como resultado dos discursos produzidos pelos “meios” já existentes. O autor chama atenção para duas questões: a) embora a humanidade crie os tais meios, ela usa-os para controlar o conhecimento gerado por eles; b) os meios possuem uma função globalizadora, ou seja, direcionada a uma espécie de destribalização cultural que integraria o sujeito em uma cultura unificada. Segundo o filósofo,

a velocidade elétrica mistura as culturas da pré-história com os detritos dos mercadologistas industriais, os analfabetos com os –semiletrados e os pós-letrados. [...] inundação provocada pelas novas informações e pelas novas e infundáveis estruturas informacionais (MCLUHAN, 1964, p. 31).

Apesar de iniciadas na década de 60, as proposições de McLuhan cobrem a situação cultural que se vive ainda hoje com as tecnologias. Do ponto de vista temático, de certa forma, isso afunila as possibilidades e nuances da composição das narrativas, já na perspectiva econômica, isso estabelece uma relação mercadológica ligada, sobretudo, ao consumo. É por meio dessa condição que o processo de composição narrativa, portanto, recebe novos delineamentos.

Anterior à publicação de Marshall McLuhan, o artista inglês Dick Higgins foi um dos primeiros artistas a trabalhar com intermedialidade, happenings, eventos, poesia concreta etc. Apesar de seu trabalho atravessar o final dos anos 50, junto com Allan Kaprow, Claes Oldenburg e John Cage, o termo *intermídia* apenas fora instituído por Higgins em 1962, de modo a delinear as diversas atividades artísticas interdisciplinares que estavam sendo criadas na época. Ele também é conhecido como o fundador de uma companhia de publicação de livros chamada *Something Else Press*, especializada na temática de Vanguarda.

Segundo Higgins (1966, p. 1), “[...] muitos dos melhores trabalhos que estão sendo produzidos hoje parecem cair [se encontrar] entre mídias. Isso não é acidental. O conceito de separação entre mídias surgiu na Renascença”, isto é, “a ideia de que pintura é feita de tinta sobre tela ou que escultura não deveria ser pintada parece característica a um tipo de pensamento [...] que chamamos de concepção feudal da Grande Cadeia do Ser” (HIGGINS, 1966, p. 1). A relação *intermídias* permite que a narrativa cresça, isto é, ligando os usuários às referências de textos, combinando um trabalho de pesquisa e especulação

das possibilidades técnicas e estéticas no campo adaptativo. Nesse sentido, parece ser o *entre-lugar* dos meios que configura uma possibilidade da transformação do eixo semiológico no processo intermediário, com a mídia anterior para a mídia alvo na qual está sendo transposta. Um caso um tanto claro sobre isso é o filme technicolor *The Wizard of Oz* (1939), adaptado da literatura *The Wonderful Wizard of Oz* (1900), de L. Frank Baum, cujo impacto de transposição remodela e redireciona a fantasia imaginada inicialmente no processo de leitura.

Essas transformações do modelo narrativo, no entanto, não são novidades no processo de remediação. Ainda no início do século XX, no âmbito do teatro e da literatura, muitas foram as mudanças da produção e recepção que envolveria os artistas e o auditório, sobretudo, a compreensão sobre o lugar do “crítico”. As mudanças dos meios valeram-se do intercâmbio cultural da sociedade do início do século. Nas suas correspondências com Theodor Adorno, Walter Benjamin (2007) revela certa admiração na composição kafkiana, cuja narrativa não apenas ilustra, por meio da linguagem objetiva, mas incerta, um posicionamento questionador e claustrofóbico da sociedade burguesa do século XX, mas também a crueldade do sistema econômico em que vivem. Com o discurso do progresso e o cientificismo, os meios tornaram-se formas em que o entretenimento era também uma ferramenta de reflexão, um desses meios foi o teatro.

No teatro, por exemplo, Benjamin focaliza seus estudos nas reproduções cênicas do alemão Bertold Brecht, que por meio do experimentalismo, transforma o teatro clássico aristotélico no teatro brechtiano dramático. Segundo *Ensaio sobre o teatro* (2005), a grande diferença do teatro clássico para o seu é que o espectador possui um papel ativo em relação a performance da narrativa teatral. Isso, sobretudo, altera o papel do ator dentro desse mesmo tipo de teatro, o qual precisa da interação do público de modo que desempenha seu papel principal na peça: o de causar empatia e consciência social.

Cada vez mais, esses fenômenos transformativos em paralelo a narrativa são observados pelos estudos comparados. De modo geral, o comparatismo é um processo importante que se propõe a entender aprofundada *por* onde e *para* onde caminha a comunicação dentro dos grupos sociais. Não é à toa que a narrativa é um objeto de estudo tão caro à Literatura Comparada, sobretudo, do ponto de vista da evolução dos estudos interartes em estudos de intermedialidade. Inicialmente, os estudos interartes comparavam literatura e outras artes, ou seja, música, dança, pintura, cinema, arquitetura, ópera e teatro. Na década de 80, por exemplo, ambas as raízes – o estudo intermediário e o estudo interartes – afluíram em um mesmo tema de pesquisa: as relações intermediárias. Entretanto, nas áreas mais tradicionais, o termo intermedialidade ainda é pouco utilizado (cf. RAJEWSKY, 2012. p. 51-73).

Com a emergência de novas tecnologias e mídias, novos hábitos e práticas começam, então, a serem adotadas e observadas socialmente. Entre elas encontram-se fenômenos como adaptação, transmediação e “transcodificação”, como define Linda Hutcheon, em *Uma teoria da adaptação*. Nesse

sentido, observar a narrativa como conteúdo carregado e transcodificado para uma determinada mídia é um processo experimental e complexo condicionado a aspectos linguísticos, culturais, contextuais e intersemióticos. Em outras palavras, há também características externas ao ato narrativo que acabam influenciando a maneira que compreendemos o papel pedagógico e de entretenimento da narrativa. Na literatura, a visão estruturalista de Tzvetan Todorov percebe a narrativa como um domínio que “[...] se constitui na tensão de duas forças. Uma é a mudança, o inexorável curso dos acontecimentos, a interminável narrativa da “vida” (a história) onde cada coisa se apresenta pela primeira e última vez. É o caos que a segunda força tenta organizar; ela procura dar-lhe um sentido, introduzir uma ordem” (TODOROV, 2006, p. 21).

No texto *An Archeology of Narratology*, Daniel Punday (2019, p. 3 – tradução nossa)<sup>2</sup> aponta que “[...] nos últimos 20 anos, a teoria narrativa tem compreendido explicitamente a tensão entre as urgências gerais da narratologia e a apreciação por características específicas da mídia individualizada”. Essas tensões, porém, têm seus limites variados quando pensadas fora da perspectiva literária. Isso tem ocorrido, pois novas mídias, como o vídeo game “[...] trazem não apenas um meio de colar o logotipo da franquia em algum produto acessório, mas um meio de expandir a experiência narrativa.” (JENKINS, 2009, p. 36). Além disso, para Jenkins (2009, p. 36) os videogames seriam usados “[...] para explorar ideias que não caberiam em filmes de duas horas”. O alinhamento da narrativa junto aos vídeos games tem um importante componente lucrativo a sua indústria, que vem criando produtos com narrativas cada vez mais imersivas e complexas. Nelas, o leitor, jogador, usuário acompanha a “Jornada do herói” com a convicção da existência do desenvolvimento narrativo daquele universo.

Indo contra a corrente de pensamento de Jenkins (2009, p. 82) de que “a fidelidade a uma marca é o santo graal da economia afetiva, em virtude do que os economistas chamam de regra 80/20 [...]” muitas das adaptações de videogames para o cinema são consideradas projetos fracassados pelos usuários pela falta de verossimilhança. Junto à audiência, os diretores não conseguem transpor os elementos importantes das narrativas dos games, criando narrativas cinematográficas culminam em adaptações consideradas superficiais e, muitas vezes, caricatas de histórias e personagens da mídia fonte. Alguns exemplos de filmes que não obtiveram êxito em sua recepção e foram alvos de inúmeras críticas pelos fãs são *Super Mario Bros* (1993), de Rocky Morton e Annabel Jankel, *Double Dragon* (1994), de James Yukich, o popular *Street Fighter* (1994), de Steven E. de Souza e já muito controverso *Mortal Kombat* (2021), de Simon McQuoid.

Notamos que, ainda que já se tenha perpetuado a noção de que adaptações são recriações livres e que perpassam processo de autoria, adequação a linguagem e estrutura da nova mídia, há uma fidelização dos usuários com a mídia de origem e, talvez, com seus aspectos mais particulares e, até o

---

<sup>2</sup> In the last twenty years, narrative theory has grappled more explicitly with the tension between the generalizing urge of narratology and the appreciation for the specific features of individual media (PUNDAY, 2019, p. 3).

momento, intransponíveis, como a sensação de euforia e espanto proveniente da interatividade. Nesse sentido, há uma rescisão com uma possível identificação com o novo produto, a adaptação. Como explica Martinez,

quando se trata de uma adaptação, há em jogo um contrato de confiança com o público consumidor da obra de origem. Assinar a ele ou não fica a cargo da produtora e de toda equipe de produção. É mister a compreensão de que a não assinatura não é uma má conduta, mas uma escolha livre e faz parte do processo de criação desse outro produto em outra mídia. [...] Mais complicada é a decisão de assinar o contrato. Apesar de parecer a decisão mais fácil, ela implica saber quais os termos deste contrato, ou seja, ter conhecimento do que o público espera que seja feito e os limites de manipulação do conteúdo original. [...] Portanto, ser fiel é compreender muitas vezes o que o espectador, o usuário, espera dessa nova possibilidade de interação com aquele universo que já lhe é caro e afetivo (MARTINEZ, 2021, p. 30-31).

Em verdade, a cultura é retroalimentada por um esquema dialético de identificação, entretenimento e mercado. Esses aspectos associam-se à configuração e disposição das formas narrativas, sobretudo, ao lado do movimento mercadológico, envolvendo eventos de lançamento de produtos relacionados à franquia e girem em torno do mesmo universo narrativo. Nos últimos anos, temos percebido com mais clareza a ascensão da plataforma como o modelo infraestrutural e econômico dominante (cf. HELMOND, 2015), em que múltiplos elementos se correlacionam, a saber: conteúdo, produtores, usuários e tecnologia. Com toda a interatividade e variadas formas de organização das plataformas, novas formas de narrativa parecem entrar em jogo. As mídias parecem concentrar-se em novas metamorfoses e ansiedades.

A Web 2.0, sendo centrada no usuário, trouxe um papel colaborativo e participativo para seus usuários, que não mais apenas consomem informação, mas também são produtores de informação e opiniões. De mesma forma, “a cultura digital é, significativamente, uma cultura de acesso ‘sob demanda’ ao conteúdo [...] os usuários esperam poder acessar o conteúdo de mídia quando quiserem [...]” (SEXTON, 2009, p. 113 - nossa tradução). Entre os serviços de streaming estão alguns gratuitos, apesar de pouco populares e com um catálogo menor e “independente”, e outros pagos, acessado a partir de uma quantia popular, principalmente aqueles que disponibilizam acervos de séries, filmes e documentários e shows. Netflix por exemplo, um serviço de *streaming* de séries, talvez o mais popular do Brasil, foi um dos que abriu o caminho para tornar habitual e dissipar o uso do streaming na cultura. Há outros serviços de streaming pagos, como Amazon Prime, HBO, entre outros, que são mais populares. Suas criações se estabelecem com a ideia de que em seus serviços os materiais que possuem alta qualidade não se encontram nas outras plataformas.

Todavia, esse mesmo fenômeno já se ensaiava, nas décadas de 80 e 90, com os vídeos games, mídia que proveio do meio digital. A grande maioria dos jogos estava vinculada a uma plataforma

específica que, na maioria das vezes, empregava também um hardware específico, o que impossibilitava ao usuário ter acesso ao produto se não possuísse tal plataforma. A esses jogos, o universo *gamer* chama de “exclusivos”, incitando os consumidores a fazerem escolhas desde a compra dos consoles, dos *hardwares*. Esse é o caso dos jogos das franquias *Mario* e *Pokémon*, que pertenceram sempre a *Nintendo* e nunca foram produzidos para outras plataformas como a *Sega*, a *Sony* e a *Microsoft*.

Tendo em vista o diálogo profícuo a respeito da relação entre mídias e narrativas, no próximo item vamos explorar como que a narrativa é apresentada nos jogos de vídeo game, mais especificamente nos jogos de luta. Para isso, traremos duas franquias em especial: *Mortal Kombat* (1992-) e *Street Fighter* (1987-)

## 2 JOGOS DE LUTA NOS VIDEO GAMES

Desde sua entrada na cultura e como produto de entretenimento e consumo, os videogames fazem parte de um segmento que congrega imagem e áudio, em diferentes graus, à interatividade em produtos com potencial intermediário. Por meio da interatividade, o jogador passa por experiências narrativas imersivas que exigem sua participação ativa. Segundo Annye Tessaro (2018, p. 25), “[...] ainda que os games não contassem com os elementos necessários para sua existência dentro de uma organização narrativa, essa mídia já esboçava um grande potencial para isso”. Do ponto de vista ludológico, o jogo é central nas civilizações (cf. TESSARO, 2018) e mesmo anterior à cultura (cf. HUIZINGA, 2019) e, nesse sentido, como explica Janet Murray (2003, p. 142), eles “[...] constituem ensaios para vida”. No entanto, a condição para os jogos é a interatividade (cf. CRAWFORD, 2014). Além disso, enquanto na leitura tradicional existe o imaginar como característica no ato de ler, nas narrativas interativas (ou de videogames) o usuário é *player*.

O preconceito do vídeo game como produtor de novas formas de narrativa está ligado à ideia de que a mídia “prioriza a mecânica e as habilidades em detrimento da história contada” (TESSARO, 2018, p. 25). No entanto, com o avanço dos *softwares* instalados nas plataformas de vídeo game, as criações têm sido cada vez mais bem elaboradas e estruturadas em termos narrativos na mesma medida em que seus mundos ficcionais têm se expandido em complexidade.

Em termos históricos, sem dúvida o capitalismo e o advento do cinema foram dois fenômenos propulsores no que tange à natureza e à inspiração na criação de jogos de vídeo game. Do capitalismo, o vídeo game apropriou-se do cada vez mais especializado progresso tecnológico e da competitividade, adicionando aos jogos as disputas por classificação e os *ranks*. Na década de 70, no Arcade, lugar geralmente decorado com uma premissa tecnológica, os jovens se encontrariam para gravar seus recordes nas máquinas disponíveis. Do cinema, os videogames apropriaram-se da projeção da realidade em cores

e formas tridimensionais, da estrutura moldada restritamente pela experiência do jogador e dos imaginários voltados à fantasia e a ficção científica. Em especial, o gênero “jogos de luta” ou “fighting games” sofre grande influência do cinema americano e das narrativas orientais, cujas histórias reproduzem lutas e conflitos armados. Isso explica o porquê de muitos personagens conseguirem soltar bolas de fogo pelas mãos ou possuírem algum tipo de arma, causando explosões e dano nos adversários.

No princípio, o vídeo game era para apenas um *player* e um desafio tematizado, aspecto comum adorado pelos fãs, foi a criação do modo história. Esse modo de jogo associa a batalha física dos jogos de luta à criação e desenvolvimento narrativo, por meio de cenas estendidas durante o progresso do game. Os *games* durante as décadas de 80 e 90 apresentavam a história por meio de textos escritos como em *Mortal Kombat*, *Street Fighter*, *Samurai Showdown*, *Fatal Fury*. Em alguns deles, os textos são combinados a imagens que procuravam ilustrar o personagem ou algum acontecimento relacionado à sua biografia. Já nas plataformas do PlayStation, que se impulsionaram no mercado no final dos anos 90 e início dos 2000, os jogos mais consagrados tiveram duas fases. Na primeira, os jogadores terminariam o jogo para revelar uma cena de vídeo cinematográfica (*cut-scene*), sem muitos diálogos, mas apresentando um desfecho, como na franquia *Tekken*, *The King of Fighters*, por exemplo. Em *Tekken 3* (1997), assim que o último personagem do modo arcade é eliminado, uma *cut-scene* é apresentada como fechamento<sup>3</sup>. O jogo possibilita que os jogadores acessem o “final” ou “ending” dos personagens por meio do menu em uma seção “colecionáveis”, que só é permitida por meio do *save game*. Ao salvar o jogo no *memory card*, era permitido ao usuário ter acesso a conteúdo exclusivo. O *memory card* era um acessório do suporte midiático, comprado ou não junto ao console, e permitia colecionar finais, informações da interação específica do *player*, *scores*, ilustrações, figuras adquiridas ao longo da interação com o produto.

Na era Sony, outro aspecto que nos chama atenção é a possibilidade de, pela interação, o usuário descobrir e liberar *non player characters* ou *hidden characters* para selecionar nos diferentes modos de jogo. A condição para isso era, de fato, terminar o arco de um número de personagem ou algum personagem específico. O acesso aos personagens desbloqueáveis, por terem uma posição diferente no enredo geral ou proposta do game, acrescentavam aos jogadores conhecimentos sobre o arco principal, funcionando como narrativas complementares, aprofundando gradualmente o usuário no universo narrativo.

*Mortal Kombat*, originalmente produzido pela Midway Games, é uma franquia que surge a partir de um compêndio de jogos de vídeo game e que, aos poucos, gerou produtos em outras mídias. Ao contrário dos seus contemporâneos, o primeiro jogo da série já trazia gráficos digitalizados e jogabilidade facilitada. Ficou amplamente conhecido no universo dos games por alinhar um enredo à ação sangrenta e brutal. Com *Mortal Kombat 9*, lançado para plataforma PlayStation 3, inicia-se uma revolução nos jogos

---

<sup>3</sup> Vale ressaltar que é após os anos 2004 que as *cut-scenes* começam a tornarem-se cenas com um ato completo, às vezes, com diálogos e a apresentação de uma possibilidade de continuação narrativa, os famosos “finais abertos”.

de lutas e as cenas são estruturadas diferentemente. Enquanto nas duas décadas anteriores a história era apresentada como uma compensação da experiência do jogo ao *player* nos jogos de luta, nos anos que seguem o ano de 2011, as cenas finais transformam-se em narrativas de animação que podem ser acompanhadas à medida que o jogador avança em um modo de jogo chamado *story mode*. O *story mode* surge para diferenciar um jogo que hierarquiza a dificuldade, que é o *Arcade Mode* ou *1P Mode*, para um jogo focado em descobrir e compreender o universo narrativo. No *story mode*, além disso, não existe uma arbitrariedade na seleção do personagem jogável. O jogador é apresentado ao mundo e é conduzido pelo fio narrativo, tendo que experimentar personagens distintos à medida que avança na história. Quanto mais avançado o *player* está no *story mode*, mais personagens foram experienciados por ele nas arenas de batalha. Em relação a animações, por exemplo, é importante enfatizar que elas acontecem nos intervalos entre as batalhas, isto é, a batalha funciona como uma espécie de agente conjuntivo da narrativa, talvez influenciando um processo bem específico de composição relacionado aos novos jogos de luta.

Assim como os acontecimentos são importantes, o espaço também é usado com algum tipo de propósito. *Street Fighter* é uma franquia de jogos de luta cujo contexto traz lutadores que ambicionam legitimar sua habilidade como a mais forte do mundo. Para tanto, as lutas envolvem heróis que se deslocam geograficamente e que representam não a si mesmos, mas a suas nações. Em *Street Fighter IV* e *V*, por exemplo, os lutadores pertencem a diferentes nacionalidades, um esforço de apresentação étnica sempre presente na franquia. Com a emergência do *story mode*, o enredo tem feito com que o espaço esteja de alguma forma ligado ao arco principal da narrativa. Nesse sentido, os países são apresentados como *sets* importantes nas animações que envolvem diálogos, encontros e decisões do destino das lutas que seguem. De mesmo modo, as arenas em *Mortal Kombat 9*, *X* e *11* são utilizadas, não são apenas espaços decorativos que dão um tom ao jogo, como costumava acontecer em jogos de plataformas anteriores. Nesses jogos, elas pertencem a diferentes planetas e dimensões ligadas à narrativa, lugares que são reproduzidos durante o *story mode*. Os espaços, por meio do uso narrativo, passam de um elemento decorativo para um elemento essencial à natureza dos personagens ou do universo narrativo como um todo. Em *Mortal Kombat*, o que se sabe sobre *Outworld*, por exemplo, está não apenas no que é mostrado durante as *cut-scenes*, mas também nos detalhes que constituem as arenas experienciadas pelo jogador. Compreende-se que é um lugar que lembra a Antiguidade e as civilizações antigas “mais primitivas”, que, segundo a narrativa, tenta dominar os outros reinos, como o *Earth realm*. Assim, *Outworld* não é representado como um espaço de seres e convenções pacíficas.

A combinação de narrativas mais aprofundadas, a transformação de espaços em grandes *storyworld*, como os que comumente habitavam a literatura, e associação com as proposições cinematográficas das *cut-scenes* impulsionaram os jogos de videogame a uma fase mais complexa de proposição de interação para o usuário. As *cut-scenes* são, na maioria das vezes, animações que funcionam como “segmentos



lineares dentro de um jogo que são usados para criar um contexto narrativo ou ‘recompensar’ o jogador por ter concluído uma missão ou alcançado um subobjetivo em um jogo” (PEARCE, 2006, p. 148 – nossa tradução).

Os desenvolvimentos nas capacidades computacionais e gráficas do hardware de computador contribuíram decisivamente para a evolução do vídeo game enquanto indústria, enquanto as segmentações em grandes plataformas criaram cenários de estilo, linguagem e pertencimento. Como teria postulado certa vez Rupert Murdoch, segundo Chris Anderson, “os jovens não querem depender de uma figura divina para contar a eles o que é importante’[...]. ‘Eles querem controle sobre sua mídia, em vez de serem controlados por ela” (ANDERSON, 2006, p. 37 - nossa tradução).

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que rudimentares, logo após a inserção dos videogames no mercado de consumo individual, as narrativas começam a germinar experiências em jogos eletrônicos. Com o passar dos anos, assistido pelos estudos de mídia, estudos comparados e os estudos culturais, cada vez menos novas mídias sofrem preconceito em campos como a narratologia por desenvolver um estudo híbrido. No entanto, a falta de estudos comparativos meritórios que cubram a combinação efetiva entre narrativa e mídia aponta para uma limitação, sobretudo, do entendimento como a narrativa articula-se e apresenta-se nos videogames.

A questão da função e da finalidade da narrativa é um dos eixos de estudos possíveis dentro do campo das mídias e intermídias. Os estudos comparados não podem seguir, sem que possam definir qual tem sido o papel das narrativas enquanto mensagem oferecida pelos meios dispostos nas circunstâncias culturais. Assim como no teatro houve uma transformação ao longo dos séculos, como aponta Bertold Brecht, em *Estudos sobre o Teatro*, a TV também passou por transformações constantes em relação ao teor comunicativo.

Essa evolução acompanha a história da TV, cujas narrativas ostentam não apenas formar telespectadores, mas em alguns casos também cidadãos-telespectadores. Sobretudo a televisão aberta, com o potencial de atingir pessoas que não conseguiriam ter contato com determinadas mensagens, como grandes museus e obras de arte. Assim, aconchega o ser para dentro da cultura, integrando-o a diálogos humanos e artísticos. Até os dias de hoje, a televisão

[...] acaba exercendo sobre nós não é imposta: nós nos deixamos ter nossa atenção tomada por ela num processo de sedução. Assim, a autoridade da TV é aceita pois é legitimada pela nossa disposição em conectarmos nossas percepções e sentidos a ela. [...] A TV surgiu, não de início, para ser um meio de propagação de ideias em massa. Assim como muitas invenções, quem a criou não necessariamente pensou em prever

aquilo que ela se tornaria. [...] ela veio preencher uma lacuna latente, uma possível expectativa de finalmente o ser humano se ver onde ele não está, mas vive e age como se estivesse. A imaginação, que antes exigia esforço considerável de nossa mente para preencher os vazios da mensagem [...], passava a dispensar menor esforço para o mesmo resultado. Se antes, ao ouvir uma voz no rádio ou mesmo ler um livro, nossa mente necessitava construir uma situação para nos dar uma memória visual que satisfizesse nosso desejo de obtê-la, agora parte desse esforço era compensado por uma captação da mensagem mais preparada externamente ao indivíduo (PAROLLO JR., 2017, p. 191).

Com a TV foi possível o surgimento do formato da novela, por exemplo, um tipo de narrativa estendida, cujo formato permite que a empresa televisiva mantenha atores contratados para trabalharem em projetos para serem consumidos em rede nacional. Por meio do *ibope*, as empresas teriam, nesse sentido, um termômetro do sucesso do conteúdo daquele escritor e roteirista. Isso explica por que muitos escritores de novela são reconhecidos publicamente no Brasil como Gloria Perez, Janete Clair Walcyr Carrasco ou Silvio de Abreu.

Assim como a televisão que se estrutura a partir de empresas e monopólios sobre a relação de trabalho com quem produz essas narrativas, nos videogames a estrutura de governança não seria diferente, e o poder se concentraria em algumas empresas que se responsabilizariam por criar jogos de uma determinada característica em uma determinada plataforma. Isso significa que as estruturas narrativas, assim como as estatísticas de consumo, modificam a importância da recepção e dos investimentos nos jogos. Os usuários de apps, telespectadores e jogadores comunicam-se em plataformas responsabilizadas por efetuar alguma alteração na produção. De muitas formas, mesmo com as atualizações tecnológicas, os jogos continuam nichados em plataformas. As grandes empresas transformaram-se em grandes ecossistemas de plataformas (MÜLLER, 2009).

Ao contrário dos telespectadores, percebeu-se que os jogadores, de certa forma, têm se deslocado de um papel passivo por meio da relação mercadológica à procura de comunidades especializadas. Essas comunidades, também chamadas de *fandoms*, possuem certa influência, pois suas manifestações alcançam as produtoras das franquias das quais são consumidores. Essa mudança de comportamento, portanto, não deixa de ser um processo anti-homogenizante frente ao processo narrativo ligado ao jogador das últimas duas décadas. Essas comunidades são políticas, exigindo um posicionamento coletivo e democrático sobre o produto franquiado.

Desse modo, tanto o poder quanto o conhecimento estão relacionados nessa quantidade de influência e na habilidade de chegar a um senso comum dentro da comunidade *gamer*. O que definirá a estrada das narrativas ou o sucesso transforma-se em questões mercadológicas, que caminham ao lado das questões de identidade, gênero e raça. Não é à toa que no último título *Mortal Kombat 11* (2019), houve muitas controvérsias sobre a mudança da sexualização das personagens femininas, que por muito tempo eram erotizadas e sexualizadas, tanto em termos de comportamento quanto em relação às *costumes* que

são apresentadas. As controversas surgiram pelo motivo da sexualização dos personagens masculinos e da presença de um arco de um personagem deliberadamente gay e monge, Kung Jin. Tais fatores exemplificam uma relação de poder e conhecimento pelo acesso, interatividade e reconhecimento do jogador dentro de uma ampla rede social. Isso culmina na necessidade futura de que sejam também melhores estruturadas análises sobre a questão de suporte e plataformização, porém, isso já é pauta para outro artigo.

#### 4 REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. *The long tail: why the future of business is selling less of more*. New York: Hyperion, 2006.

BAUM, L. Frank. *The wonderful wizard of Oz*. Chicago, 1900.

BARTHES, Roland. Introdução à análise estrutural da narrativa. In: BARTHES, Roland; et al. *Análise estrutural da narrativa*. Petrópolis: Vozes, 2011.

BENJAMIN, W. *Illuminations*. Tradução: Harry Zohn. New York: Harcourt 2007.

BRECHT, B. *Estudos sobre Teatro*. Tradução: Fiamma Pais Brandão. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 2005.

CAPCOM. *Street Fighter*. Super Nintendo. Capcom, 1987.

CRAWFORD, C. *On interactive storytelling*. EUA: New riders pub, 2004.

HELMOND, Anne. The plataformization of the web: making web data plataform ready. *Social media + society*, v. 1, n. 2, 2015.

HIGGINS, Dick. Intermedia. *The something else newsletter*. Nova York, 1996.

HUIZINGA, Johan. *Homo ludens: O jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 2019.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. Tradução: Susana Alexadria. São Paulo: Aleph, 2009.

MARTINEZ, L. Yana L. Precisamos voltar a falar em fidelidade. In: MARTINEZ, L. Yana L. *Mídias, intermídias e transmídias: os diálogos e as transformações das últimas quatro décadas*. Campo Grande: Editora Inovar, 2021.

MARTINEZ, L. Yana L. Transmedia storytelling: new concept, new possibilities. In: MOREIRA, Maria E. R.; MEDEIROS, Rosângela F.; FIORINI, J. F. *Intermídias, transmídias e estudos culturais*. Foz do Iguaçu: CLAEC e-Books, 2021.

MIDWAY. *Mortal Kombat*. Super Nintendo. Midway, 1992.

MCLUHAN, Herbert Marshall. *Understanding media: the extensions of man*. Berkeley: Gingko Press, 2013.

MÜLLER, Eggo. Formatted spaces of participation. *Digital material: tracing new media in every life and technology*. 2009.

MURRAY, J. H. *Hamlet no Holodeck: o future da narrative no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural/UNESP, 2003.

NAMCO. *Tekken 3*. PlayStation. Namco, 1997.

PAROLLO JR., S. J. A Estabilidade tecnológica da televisão e a criatividade no videoclipe musical na virada dos anos 80 para os 90. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER CONECTIVIDADE, HIBRIDAÇÃO E ECOLOGIA DAS REDES DIGITAIS, 10., 2017, São Paulo. *Anais [...]* São Paulo: USP, 2017. Disponível em: [anais-abciber-201720200414-105927-4p8hh6.pdf](#). Acesso em: 27 jun. 2021.

PEARCE, Celia. Towards a game theory of game. In: WARDRIP-FRUIN, Noah; HARRIGAN, Pat (Eds.). *First person: new media as story, performance, and game*. Cambridge: MIT Press, 2006.

PHILLIPS, Andrea. *A creator's guide to storytelling transmedia*. New York: Mcgrawhill, 2012.

PUNDAY, D. An archeology of narratology. In: PUNDAY, D. *Playing at Narratology*. Columbus: Ohio State University Press, 2019.

RAJEWSKY, Irina O. A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermedialidade. In: DINIZ, Thais Flores Nogueira; VIEIRA, André Soares. *Intermedialidade e estudos interartes: desafios da arte contemporânea*. Belo Horizonte: Rona Editora, FALE/UFMG, 2012. p. 51-73.

SEXTON, Jamie. Digital music: production, distribution and consumption. In: CREEBER, Glen; MARTIN, Royston. *Digital cultures: understanding new media*. New York: Open University Press, 2009.

TESSARO, Annye Cristiny. *Narrativas e games: um olhar do design literário-artístico*. 2018. 199 f. Tese (Doutorado em Tecnologia da Inteligência e Design Digital) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Tecnologia da Inteligência e Design Digital, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018.

TODOROV, T. *As estruturas narrativas*. Tradução: Leyla Perrone-Moisés. São Paulo: Perspectiva, 2006.

WIZARD of Oz: Ultimate Collector's Edition. Victor Fleming, 2009. 106 min. EUA

WOLF, Mark J.P. *Building imaginary worlds*. New York: Routledge, 2012.

**Title**

Intermediality in a walk through the narrative in fighting games.

**Abstract**

The goal of this paper is to reflect upon media concepts along with narrative process in the video games, most of all, in the genre fighting games. To do this, firstly, a literary review over narrative and medias was approached, covering ideas about McLuhan (2013), Jenkins (2009), Todorov (2006) and Barthes (2011). Then, the double space between media and gaming narrative helped to grasp how narratives have been presented, especially considering aspects such as structure and marketing. *Mortal Kombat* (1992-) and *Street Fighter* (1987-) were used as examples of games in which the important role of narrative prevails, above all, in parallel to hardware and player's profile evolution. After the comparison, this work identified changes in communication and social behaviour due to narrative and economical background. Besides, we concluded that marketing aspect defines part of how power and knowledge connect with narrative by means of access to the game, its interactivity and the recognition of the player by the enterprise that owns the game franchises.

**Keywords**

Intermediality; media; narrative; fighting games.

---

Recebido em: 11/07/2021.

Aceito em: 25/08/2021.