

Reflexões sobre o *game* Divertida Mente na Rádio Disney e o simulacro de Baudrillard¹

Reflections on the game Divertida Mente in Radio Disney and the Baudrillard simulacrum

Kamilla AVELAR²
Nair PRATA³

Resumo

Jean Baudrillard cunhou os conceitos de simulação e simulacro como substitutos da realidade. Para o autor, o que existe são representações que assumem por vezes o caráter da neo-realidade ou hiper-realidade. A construção da hiper-realidade é mediada pela máxima exploração do significante resultando em fragmentos da realidade. A partir da explanação dos conceitos, este artigo pretende apresentar o aplicativo Rádio Disney e analisar o *game* Divertida Mente, que integra o aplicativo da rádio. A pesquisa se desenvolve à luz das ideias cunhadas por Baudrillard e pela pesquisa exploratória. A partir desses elementos é possível concluir que o aplicativo é um suporte com capacidades de criar e recriar situações que representam a magia em um exercício autor-referencial.

Palavras-chave: Simulacro. Simulações. Dispositivos móveis. Rádio Disney. Games.

Abstract

Jean Baudrillard coined the concepts of simulation and simulacrum as substitutes of reality. For the author, what exist are representations that sometimes assume or character of the neo-reality or hyper-reality. The construction of hyper-reality is mediated by the maximum magnification of the significant result in fragments of reality. From the explanation of the concepts, this article, request the Radio Disney application and analyze the game Inside Out, which integrates the radio application. The research develops in the light of the ideas coined by Baudrillard and exploratory research. From elements it is possible to complete the application and support for the creation capabilities and recreate situations that represent magic in an author-referential exercise.

Keywords: Simulacrum. Simulations. Mobile devices. Radio Disney. Games.

¹ Artigo apresentado no Intercom Sudeste de junho de 2017.

² Doutoranda em administração (FUMEC). Membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor). Bolsista da FAPEMIG. E-mail: kamilla_avelar@yahoo.com.br.

³ Doutora em Linguística Aplicada (UFMG). Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Temporalidades do Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviço Social (DECSO) da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Membro do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor). E-mail: nairprata@uol.com.br.

Introdução

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

Em 1981, época em que o pensamento de Baudrillard foi exposto, o autor não se referiu a um meio de comunicação específico, mas aos *media* de uma forma geral. Ao considerar o modo como a realidade era construída e como o conteúdo se inseria no meio social, o sociólogo acreditava na construção de simulações e simulacros que quanto mais se propunham reais, contraditoriamente, mais se afastavam da realidade.

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

O simulacro de Jean Baudrillard

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

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

Assim, não se pode pensar a realidade limitada aos conceitos de verdadeiro ou falso, real ou irreal, mas deve-se considerar as ideias de simulacros e de simulações que são construídos nas relações midiáticas e sociais, dia a dia. Por simulação entende-se a representação do fato que surge como “uma estratégia do real, de neo-real e de hiper-real, que faz por todo o lado dobragem de uma estratégia de dissuasão” (BAUDRILLARD, 1991, p. 14). A simulação refere-se a uma ausência, mas não necessariamente a uma coisa que não existe.

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

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

Baudrillard apresenta suas ideias, antes da difusão em banda larga⁴, todavia, seu pensamento constitui um dos pilares para se pensar as diversificadas relações contemporâneas estabelecidas. Para o autor, o enfraquecimento do real acarreta na exacerbação dos significados dos mitos de origem, dos signos, da realidade e da verdade

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

acarretando o desaparecimento da realidade. Dessa forma, a relação entre o objeto e a substância tende a ser cada vez mais fragmentada propiciando o surgimento dos simulacros e simulações.

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

Em sua obra, Baudrillard (1991) inicia uma discussão sobre imagens dizendo que são autorreferentes, ou seja, remetem a si mesma. O autor descreve as imagens como o reflexo profundo que acaba por mascarar e deformar a noção de real gerando uma ausência sem relação com qualquer realidade. Pensando no conceito de imagem explicitado pode-se aplica-lo às representações de divindades, ao consumo, à interpretação dos signos, ao entretenimento, dentre outros.

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

(1) iniciam ao transmitirem um reflexo da realidade; (2) mascaram e desnaturalizam uma realidade que se faz profunda; (3) em seguida, eles mascaram a ausência desta realidade profunda; (4) o novo signo já não tem nada a ver com nenhum tipo de realidade envolvida; (5) e por fim, passa a ser seu próprio simulacro (p. 157).

A simulação opõe-se à representação e à dominação imposta pelo sistema dos signos que inseriu o valor simbólico na substituição do valor de uso e de troca (BAUDRILLARD, 2001). A referência é, senão, o simulacro que toma às vezes ao

representar o que já desapareceu, voltando sempre ao ponto inicial, andando em círculos em busca da cena que não existe, encontrando apenas a encenação. “A simulação parte, ao contrário da utopia, do princípio de equivalência, parte da negação radical do signo como valor, parte do signo como reversão e aniquilamento de toda a referência” (BAUDRILLARD, 1991, p. 13).

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

A convergência das mídias e o aplicativo Rádio Disney

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

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

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas,

mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (p. 27).

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

O imaginário da Disneylândia não é verdadeiro nem falso, é uma máquina de dissuasão encenada para regenerar no plano oposto a ficção do real. Daí a debilidade deste imaginário, sua degenerescência infantil. O mundo quer-se infantil para fazer crer que os adultos estão noutra parte, no mundo <<real>>, e para esconder que a verdadeira infantilidade está em toda parte, é a dos próprios adultos que vêm aqui fingir que são crianças para iludir sua infantilidade real (BAUDRILLARD, 1991, p. 21).

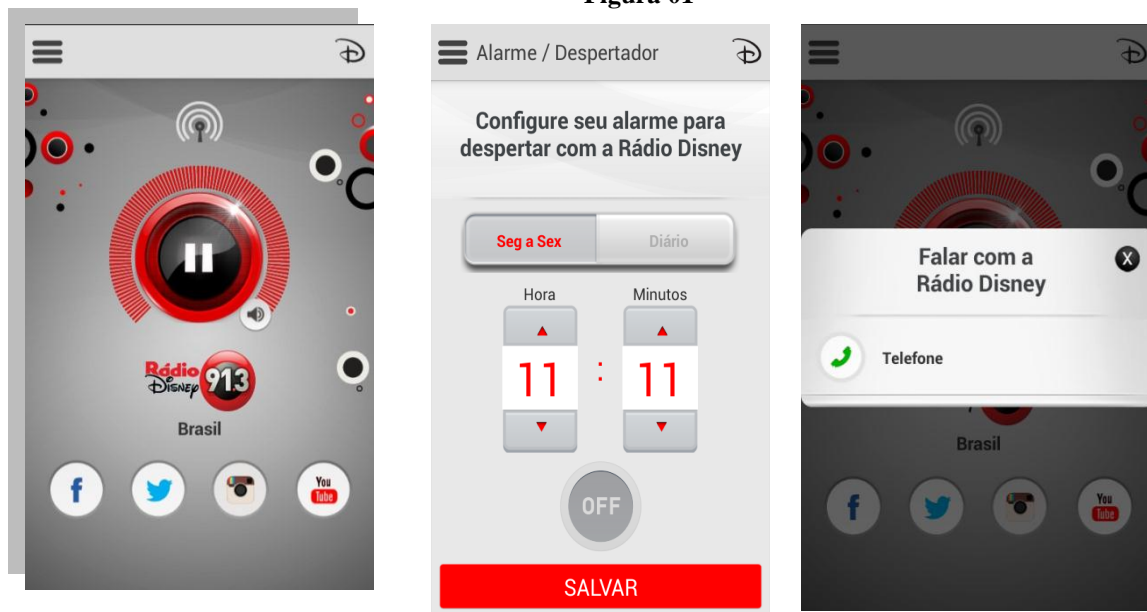
Descrevendo brevemente o aplicativo, partindo-se da observação, são identificados canais de rádio disponíveis para a América do Sul, Norte e Central. São contemplados os seguintes países: Argentina (94.3 FM), Bolívia, Brasil (91.3 FM), Chile (104.9 FM), Costa Rica (101.1 FM), Equador, México (99.3 FM),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

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

Outro elemento é o despertador que, ao ser configurado, inicia a programação do rádio, inserindo o ouvinte no mundo Disney. Há também canais interativos como Ano XIII, n. 10. Outubro/2017. NAMID/UFPB - <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>

Facebook, Twitter, Instagram e YouTube. Existe a possibilidade de o ouvinte ligar ou mandar mensagem pelo *Whatsapp*, as redes sociais são disponibilizadas de acordo com o país.

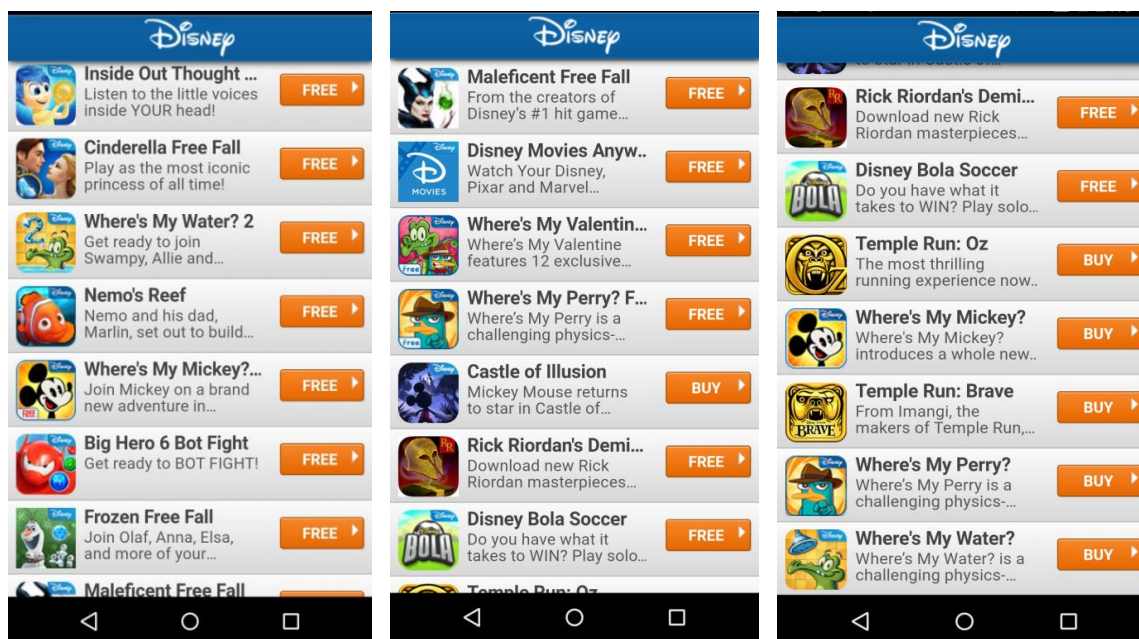
Figura 01



Fonte: Captura de tela aplicativo Rádio Disney via Android em 24 abr. 2015

Outro fator interessante são os jogos compactados no mesmo aplicativo da rádio. Do total apresentado, 14 jogos têm *download* gratuito e seis devem ser pagos.

Figura 02



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

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

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

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

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

Mesmo havendo a opção de mudança de canal, identificamos aqui a ideia de Baudrillard (1991) referente à persuasão do ouvinte que, já inicia sua experiência com a rádio em um ambiente pré-determinado pelos *media*.

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

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

Em adição, o ambiente interativo, que abrange redes sociais e jogos faz com que a noção de tempo seja perdida. Ao escutar a rádio e as diversas programações o ouvinte ainda pode acionar jogos online gratuitamente. Além do entretenimento auditivo, o ouvinte tem a experiência visual e tátil, pois ao acionar o Divertida Mente, o jogo é desenvolvido por meio de desenhos, formados na tela do celular, pelo movimento dos dedos do participante. Os personagens dos *games* saíram dos desenhos ou de filmes da *Ano XIII*, n. 10. Outubro/2017. NAMID/UFPB - <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>

Disney e migraram para o telefone, assumindo assim, novas funções em detrimento do suporte em que estão inseridos. Tensionando a ideia de realidade, o ambiente online passa a representar o ouvinte-jogador numa clara alusão a não separação entre o eu jogador e o eu personagem.

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

A personagem Alegria está à frente dos desafios trazidos pelas primeiras fases do *game*. Quando o jogador está ganhando, a personagem rodopia, acena, observa, pula, sorri, olha para a tela e para o jogo, além de comemorar com gritos o acerto das jogadas, bater palmas e conversar. Frases ditas em inglês como “Amo isso⁶”, “Eu sabia que hoje seria um ótimo dia”⁷, “É sobre isso que eu estava falando e agora também estou dançando”⁸ e “nós somos tão bons”⁹ são ditas durante todo o tempo.

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

⁶ Tradução feita pelo autor.

⁷ Tradução feita pelo autor.

⁸ Tradução feita pelo autor.

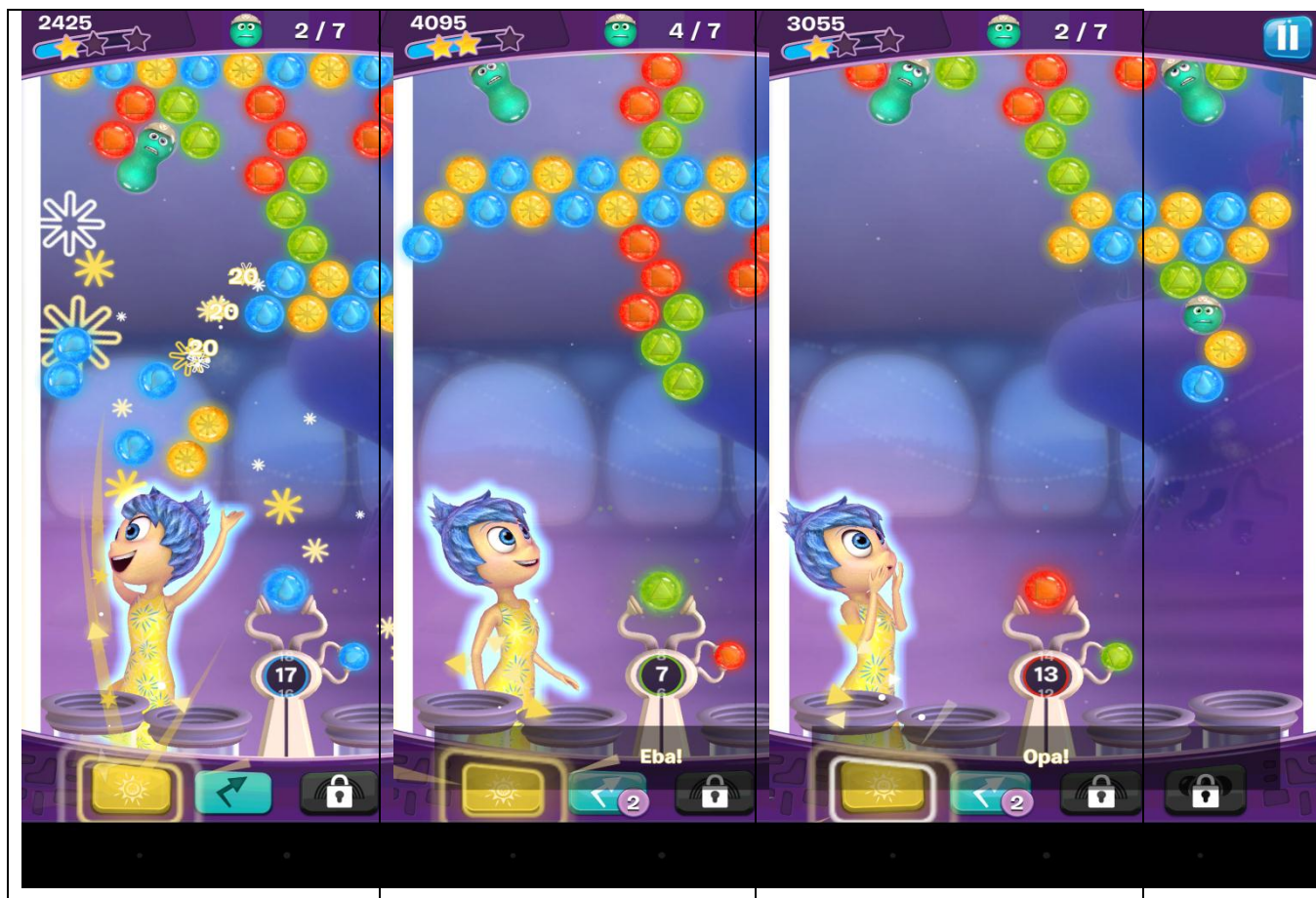
⁹ Tradução feita pelo autor.

¹⁰ Tradução feita pelo autor.

¹¹ Tradução feita pelo autor.

¹² Tradução feita pelo autor.

Figura 03



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

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

Complemente-se que no jogo há cinco vidas disponíveis. Assim, ao final de uma partida, há a escolha do internauta comprar mais jogadas e mais vidas, além da opção de esperar 25 minutos para “estar vivo” novamente. Existe a possibilidade também de o

ouvinte migrar de jogo. Com a quantidade de *games* disponível, somando-se o som do rádio ou do jogo, dependendo da escolha do ouvinte, a noção de tempo pode se tornar uma simulação, um real construído pelo imaginário, sendo o momento de interação homem/máquina a própria representação do tempo real. Conforme explica (PILLING, 1997. p. 115) Walt Disney, não procurava criar um ambiente totalmente real, mas antes de qualquer coisa, desejava alcançar a personalidade comunicativa dos personagens com algum exagero que desse um determinado ar credível.

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

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

Não é de hoje que os meios para simular situações, objectos, personagens e outras formas de passar a falsa impressão da realidade existem nos mais diferentes meios, classes sociais e contextos. É só lembrar-se do teatro grego e o subterfúgio das máscaras, dos textos assinados por pseudónimos ou anónimos (ACHKAR, 2009, p. 8155).

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

Considerações finais

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

Referências

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

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

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

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

Outros

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

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