

Comunicação, Mídias e Educação

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)

/Promotion
/Research
/Business
/Development
/Engineering
/Manufacturing
/Planning

Atena
Editora
Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

(Organizadora)

Comunicação, Mídias e Educação

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Karine de Lima
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof^a Dr^a Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof.^a Dr.^a Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Dr.^a Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.^a Dr.^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof.^a Dr.^a Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof.^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
C741	Comunicação, mídias e educação [recurso eletrônico] / Organizadora Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-344-6 DOI 10.22533/at.ed.446192205 1. Aprendizagem. 2. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 3. Comunicação na educação. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu Torres. CDD 371.1022
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Essa obra reúne um conjunto de pesquisas sobre as novas tecnologias e técnicas aplicadas à comunicação. O compilado de artigos traz contribuições relevantes para a comunidade científica e profissionais da área.

O e-book, composto por 36 artigos, apresenta diálogos contemporâneos e reflexões sobre o papel da comunicação nos mais diversos âmbitos. Estudos analisam o uso das novas mídias na educação e avaliam a convergência dos meios na partilha de informações e aprendizagem em conjunto. Pesquisas também retratam o consumo midiático, culturas comunicacionais e as manifestações no espaço urbano.

Há artigos sobre o ambiente *comunicacional* digital e o impacto das novas tecnologias na sociedade. Autores também discutem as discrepâncias entre as visões de mundo dos jornalistas e dos usuários de redes sociais e o papel dos meios de comunicação na representação da realidade. O volume traz pesquisadores de peso que compartilham conhecimento e estimulam novos estudos na área da comunicação.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
OS PRIMEIROS PASSOS DO MUSEU DE GEOCIÊNCIAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA (MUGEO): HISTÓRICO E ACERVO	
Lena Simone Barata Souza Ezequias Nogueira Guimarães	
DOI 10.22533/at.ed.4461922051	
CAPÍTULO 2	16
CARTOGRAFÍA DIGITAL INTERACTIVA DE LO PATRIMONIALE: DEL RELATO AL “DATO” Y VICEVERSA	
Liliana Fracasso David Aperador Francisco Cabanzo	
DOI 10.22533/at.ed.4461922052	
CAPÍTULO 3	33
A UTILIZAÇÃO DE MAQUETES E IMAGENS TÁTEIS COMO IMPULSIONADORAS DO APRENDIZADO PARA CEGOS E PESSOAS COM BAIXA VISÃO NAS GEOCIÊNCIAS	
Loruama Geovanna Guedes Vardiero Rodson Abreu Marques Tamires Costa Velasco Matheus Gomes Fanelli Jeruza Lacerda Benincá Barbosa Sandro Lúcio Mauri Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.4461922053	
CAPÍTULO 4	45
REPRESENTAÇÃO DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA NA TV: UMA ANÁLISE DA SÉRIE “SOBRE RODAS” COM O PARATLETA FERNANDO FERNANDES	
Antonio Janiel Ienerich da Silva Henrique Alexander Grazi Keske	
DOI 10.22533/at.ed.4461922054	
CAPÍTULO 5	62
ASPECTOS EPISTEMOLÓGICOS DA EXPERIÊNCIA NARRATIVIZADA: AS REDES SOCIAIS COMO LUGAR DE FALA PARA SUJEITOS QUE CONVIVEM COM O AUTISMO	
Igor Lucas Ries	
DOI 10.22533/at.ed.4461922055	
CAPÍTULO 6	74
DISCURSO CIENTÍFICO E DISCURSO ACADÊMICO: SOBRE UM POSSÍVEL GESTO POLISSÊMICO DE LEITURA	
Bianca Queda Costa Solange Maria Leda Gallo	
DOI 10.22533/at.ed.4461922056	

CAPÍTULO 7	78
PARSER E LEITURA AUTOMATIZADA DE CURRÍCULOS DA PLATAFORMA LATTES PARA EXTRAÇÃO DE INDICADORES ACADÊMICOS E TECNOLÓGICOS	
Fernando Sarturi Prass Franklin Matheus Boijink Alexandre de Oliveira Zamberlan	
DOI 10.22533/at.ed.4461922057	
CAPÍTULO 8	96
ANOTAÇÕES SEMÂNTICAS EM REPOSITÓRIOS ACADÊMICOS:UM ESTUDO DE CASO COM O RI UFBA	
Aline Meira Rocha Lais do Nascimento Salvador Marlo Vieira dos Santos e Souza	
DOI 10.22533/at.ed.4461922058	
CAPÍTULO 9	113
CONTEÚDO AUDIOVISUAL DO CURSO DE PEDAGOGIA SEMIPRESENCIAL DA UNESP/UNIVESP	
Dayra Émile Guedes Martínez José Luís Bizelli	
DOI 10.22533/at.ed.4461922059	
CAPÍTULO 10	120
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: APRENDIZAGEM EM REDE	
Daiane de Lourdes Alves Ângela Cutolo	
DOI 10.22533/at.ed.44619220510	
CAPÍTULO 11	132
DESAFIOS DA TUTORIA EM EAD E ESTRATÉGIAS DE MEDIAÇÃO PEDAGÓGICA: UM ESTUDO DE CASO	
Tamara de Lima Lorayne de Freitas Santos	
DOI 10.22533/at.ed.44619220511	
CAPÍTULO 12	143
CONSTRUÇÃO COLABORATIVA DE CONHECIMENTO – VIVENCIANDO EXPERIÊNCIAS COM A METODOLOGIA ATIVA	
Reyla Rodrigues Ribeiro Levy Silva Ribeiro Bruno Bernardes de Menezes Raquel Aparecida Souza	
DOI 10.22533/at.ed.44619220512	

CAPÍTULO 13	154
MATHQUIZ: UM JOGO EDUCATIVO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS	
José Marcelo Silva Santiago Monck Charles Nunes De Albuquerque Francisco Ranulfo Freitas Martins Junior Fernanda Kécia De Almeida Yuri Soares De Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.44619220513	
CAPÍTULO 14	165
A MÍDIA COMO VERTENTE INTERDISCIPLINAR DA EDUCAÇÃO INCLUSIVA DO ADOLESCENTE EM LIBERDADE ASSISTIDA	
Sebastião Jacinto dos Santos João Clemente de Souza Neto Marcos Júlio Sergi	
DOI 10.22533/at.ed.44619220514	
CAPÍTULO 15	180
EDUCAÇÃO VISUAL: DESENVOLVIMENTO GRÁFICO DE FASCÍCULOS COM CONTEÚDO DIDÁTICO	
Caroline de Cerqueira Medeiros Fabiola Arantes de Moraes	
DOI 10.22533/at.ed.44619220515	
CAPÍTULO 16	194
CULTURA VISUAL E IDENTIDADE DOS ALUNOS DO CAP-UERJ	
Christiane de Faria Pereira Arcuri	
DOI 10.22533/at.ed.44619220516	
CAPÍTULO 17	205
JUVENTUDES INTERIORANAS: ESTUDANTES DE PUBLICIDADE E SUAS MANEIRAS DE COMUNICAR	
Renata Valeria Calixto de Toledo	
DOI 10.22533/at.ed.44619220517	
CAPÍTULO 18	215
FARTURA TRAZ ALEGRIA! O FUNK OSTENTAÇÃO E AS SUBJETIVIDADES JOVENS	
Juliana Ribeiro de Vargas	
DOI 10.22533/at.ed.44619220518	
CAPÍTULO 19	227
REPRESENTATIVIDADE E GÊNERO NAS PRODUÇÕES MIDIÁTICAS: DILEMAS E APROXIMAÇÕES	
Ariana Grzegozeski Schneider Márcio Giusti Trevisol	
DOI 10.22533/at.ed.44619220519	
CAPÍTULO 20	238
A AUTOACEITAÇÃO DA HOMOSSEXUALIDADE A PARTIR DE UM CASO REAL	
Bruno Filipe Griebeler	
DOI 10.22533/at.ed.44619220520	

CAPÍTULO 21	254
A PERFORMANCE ENQUANTO FLUXO DE COMUNICAÇÃO NA MODA	
Antonio Cimadevila Ione Maria Bentz	
DOI 10.22533/at.ed.44619220521	
CAPÍTULO 22	266
A MIDDLEWARE PERSPECTIVE FOR INTEGRATING GINGA-NCL APPLICATIONS WITH THE INTERNET OF THINGS	
Danne Makleyston Gomes Pereira Francisco José da Silva e Silva Carlos de Salles Soares Neto Álan Lívio Vasconcelos Guedes	
DOI 10.22533/at.ed.44619220522	
CAPÍTULO 23	280
UMA ABORDAGEM PARA O DESENVOLVIMENTO E ANÁLISE DE DESEMPENHO DO RECONHECIMENTO OFF-LINE DE VOZ CONTÍNUO	
Lucas Debatin Aluizio Haendchen Filho Rudimar Luís Scaranto Dazzi	
DOI 10.22533/at.ed.44619220523	
CAPÍTULO 24	297
INVESTIGAÇÃO ONTOLÓGICA DA OBRA DE ARTE DIGITAL: LINGUAGEM UBÍQUA, MODELO DE DOMÍNIO E PROGRAMAÇÃO VOLTADA PARA AS ARTES VISUAIS	
Teófilo Augusto da Silva Claudio de Castro Coutinho Filho Carlos Tiago Machel da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.44619220524	
CAPÍTULO 25	306
A INFLUÊNCIA DA TRIDIMENSIONALIDADE NA NARRATIVA ANIMADA: <i>FROZEN</i> E O USO DA ESTEREOSCOPIA	
Paula Poiet Sampedro Danilo César Granatto Leonardo Antonio de Andrade Antonio Henrique Garcia Vieira Carolina Lourenço Reimberg de Andrade Felipe Contartesi	
DOI 10.22533/at.ed.44619220525	
CAPÍTULO 26	317
UMA NARRATIVA PROCEDURAL DENTRO DO UNIVERSO FICCIONAL DA DC COMICS	
Leonardo Antonio de Andrade Felipe Contartesi Antonio Henrique Garcia Vieira Carolina Lourenço Reimberg de Andrade Paula Poiet Sampedro Danilo César Granatto	
DOI 10.22533/at.ed.44619220526	

CAPÍTULO 27	332
FINAL FANTASY XV: A NOVA APOSTA MULTIPLATAFORMA DA FRANQUIA	
Maria Tereza Batista Borges Mirna Tonus	
DOI 10.22533/at.ed.44619220527	
CAPÍTULO 28	339
PROCESSOS DE SUBJETIVAÇÃO EM JOGOS VIRTUAIS: UM ESTUDO SOBRE CORPO E ESTRATÉGIA NO JOGO <i>LEAGUE OF LEGENDS</i>	
Cíntia Oliveira Demaria Márcia Stengel Valéria Freire de Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.44619220528	
CAPÍTULO 29	352
GAMEPÓLITAN: UMA ANÁLISE DAS OPORTUNIDADES DE COMUNICAÇÃO, UTILIZANDO-SE DO E-SPORT COMO FERRAMENTA DE ENGAJAMENTO	
Luana Britto Silva Vieira Marta Cardoso de Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.44619220529	
CAPÍTULO 30	368
MÍDIAS DIGITAIS E O SITE DO COMITÊ OLÍMPICO DO BRASIL	
Carlos Augusto Tavares Junior	
DOI 10.22533/at.ed.44619220530	
CAPÍTULO 31	410
HOMOGENEIDADE E ENDOGENIA NOS INTERESSES DE JORNALISTAS DESCONECTAM VALOR NOTÍCIA E POPULAÇÃO	
Ana Maria Brambilla	
DOI 10.22533/at.ed.44619220531	
CAPÍTULO 32	425
O ENQUADRAMENTO DO <i>IMPEACHMENT</i> DA PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF (PT) NAS REVISTAS <i>VEJA</i> E <i>CARTA CAPITAL</i>	
Carla Montuori Fernandes Eduardo Matidios Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.44619220532	
CAPÍTULO 33	437
PARTICIPAÇÃO E MÍDIA: UM DEBATE SOBRE A HEGEMONIA DISCURSIVA DO CAPITALISMO	
Michele Luciane Blind de Moraes Tulainy Parisotto	
DOI 10.22533/at.ed.44619220533	
CAPÍTULO 34	449
REPRESENTAÇÕES SOBRE A AMAZÔNIA BRASILEIRA: UM ESTUDO SOBRE O DOCUMENTÁRIO <i>O ACRE EXISTE</i>	
Daya de Kassia Pinheiro Campos Francielle Maria Modesto Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.44619220534	

CAPÍTULO 35 459

PARÂMETROS DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO RADIOFÔNICO SOBRE SAÚDE PARA CRIANÇAS DE SEIS A DEZ ANOS

Diana Diniz de Jesus
Daniela Pereira Bochembuzo

DOI 10.22533/at.ed.44619220535

CAPÍTULO 36 473

SOCIEDADE CIVIL ATIVA NA MEDIAÇÃO DAS RELAÇÕES DO MERCADO PUBLICITÁRIO COM O PÚBLICO INFANTIL

Marcos José Zablonsky
Natally Navarro Encinas Ferreira

DOI 10.22533/at.ed.44619220536

SOBRE A ORGANIZADORA..... 490

PROCESSOS DE SUBJETIVAÇÃO EM JOGOS VIRTUAIS: UM ESTUDO SOBRE CORPO E ESTRATÉGIA NO JOGO *LEAGUE OF LEGENDS*

Cíntia Oliveira Demaria

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Belo Horizonte - Minas Gerais

Márcia Stengel

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Belo Horizonte - Minas Gerais

Valéria Freire de Andrade

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais
Belo Horizonte - Minas Gerais

além da diversão, a competitividade também é um fator essencial para a escolha dos personagens. Concluiu-se que os processos de subjetivação dos jogadores são atravessados pela escolha dos personagens e pelos objetivos que os levam a jogar, além de o jogo ser um espaço significativo de sociabilidade para essas pessoas.

PALAVRAS-CHAVE: Jogos virtuais. Subjetivação. Personagem. League of Legends.

RESUMO: A discussão em torno das interações sociais estabelecidas pelos sujeitos no ambiente virtual tem despertado estudos inesgotáveis no campo da Comunicação, Psicologia e Ciências Sociais. A proposta desta pesquisa é compreender e analisar os processos de interação e socialização possibilitados pelos jogos digitais no que diz respeito aos sentidos de reconhecimento e de visibilidade que podem ser trazidos para os jogadores. A escolha pelo *League of Legends* (LoL) como objeto de pesquisa deveu-se ao fato de ser um jogo gratuito, o que possibilita seu acesso a um número grande de pessoas, além de corresponder ao objetivo desta pesquisa. Para tanto, utilizou-se um questionário quantitativo em formato *online* que foi enviado para sites e blogs em que os jogadores se encontram, totalizando 298 respostas. Os resultados mostraram que,

ABSTRACT: The discussion around social interactions held by the individuals in the virtual world has generated endless studies in the fields of Communication, Psychology and Social Science. The purpose of this research is to understand and analyze the processes of interaction and socialization made possible by the games as far as the senses of recognition and visibility brought to their players are concerned. The choice of League of Legends (LoL) as a subject of research was made due to the fact that it is a free game whose access is given to a great number of people, besides being related to our aim. Therefore, it was used an online quantitative questionnaire which was sent to websites and blogs where the players meet, achieving 298 responses. The results show that besides the fun, competitiveness was one of the main reasons given to the choice of the characters. It has been noticed that the

processes of subjectivation of the players are made by the choice of the characters and the reasons that bring them into playing it. Moreover, the game is a significant space for sociability among these people.

KEYWORDS: Virtual games. Subjectivation. Character. League of Legends.

1 | INTRODUÇÃO

A discussão em torno das interações sociais estabelecidas pelos sujeitos no ambiente virtual tem despertado diversos estudos no campo da Comunicação, Psicologia e Ciências Sociais, entre outros. Com o acesso desenfreado às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's), especialmente as virtuais, observado de forma mais expressiva nos últimos anos, compreende-se uma migração significativa para os modos *online* de interação entre pessoas de todo o mundo. De acordo com dados da União Internacional de Telecomunicações - UIT divulgados no final de 2014, o mundo tem aproximadamente três bilhões de usuários de internet, cerca de 42% da população mundial. Entre as distintas formas de interação virtual, estão as redes sociais, os blogs, os e-mails e os jogos virtuais. Estes, como o *League of Legends* - LoL, jogo escolhido para esta pesquisa, surgem em um contexto de visibilidade em tempo real e reconhecimento instantâneo.

Em jogos como os *Multiplayer online battle arena* (MOBA) – ou, em português, Batalha online de múltiplos jogadores, modalidade em que o LoL se insere, uma característica inerente é a construção de personagens. Esta pode ser entendida como um processo que esconde aspectos da identidade do seu controlador como nome, sexo, idade, profissão e características físicas; e, ao mesmo tempo, simula traços típicos de identificação, mesmo que com um grau de afastamento ou aproximação entre o *eu* e a *personagem*. Isso nos faz pensar quais seriam os efeitos, nas construções subjetivas e coletivas, dessa nova forma dos usuários relacionarem-se e representarem-se socialmente através da internet. Além disso, as formas de jogos são inevitavelmente articuladas a uma determinada cultura, tempo e espaço. Nossa proposta é compreender e analisar os processos de subjetivação possibilitados pelo uso dos jogos virtuais, especificamente no que diz respeito à criação das personagens, bem como entender e analisar os jogos virtuais no contexto do mundo contemporâneo.

Além de ser uma forma de lazer e diversão, os jogos virtuais possibilitam aos seus jogadores espaços de sociabilidade e interação social, assim como a possibilidade de profissionalização, razões estas que mobilizam um número significativo de jogadores. Para se ter uma ideia, em julho de 2014, a final regional do Circuito Brasileiro de *League of Legends* reuniu mais de seis mil pessoas no estádio do Maracanãzinho para assistir a vitória da equipe *Kabum*, que foi representar o país no torneio mundial. Com essa vitória, os jogadores levaram para casa 55 mil reais, além do reconhecimento e o respeito mundial de fãs do jogo. Muitos desses jogadores encontram, inclusive,

oportunidades de trabalho em centros de treinamento já existentes em São Paulo.

Assim, cada vez mais tem sido relevante compreender como as pessoas fazem uso desses jogos, os motivos que as levam a jogá-los e como os jogos se inserem em suas vidas cotidianas e suas relações sociais. Para tanto, investigamos, através da aplicação de um questionário *online* entre jogadores do *League of Legends* - LoL, como o jogo se insere em suas vidas e quais são seus desdobramentos. A construção do personagem em um jogo virtual como o LoL, no contexto em que vivemos hoje, deve ser observada para além do entretenimento despretensioso.

2 | REVISÃO DA LITERATURA

Os jogos *online* como o *League of Legend* - LoL requerem a construção de personagens com os quais os participantes disputarão o jogo. A personagem no jogo pode ser entendida como um processo que esconde/revela aspectos da identidade do seu controlador como nome, sexo, idade, profissão e características físicas; e, ao mesmo tempo, simula traços típicos de identificação, mesmo que com um grau de afastamento ou aproximação entre o eu e a personagem. Isso nos faz pensar quais seriam os efeitos dessa nova forma dos usuários relacionarem-se e representarem-se socialmente através da internet. Além disso, as formas de jogos são inevitavelmente articuladas a uma determinada cultura, tempo e espaço e possibilitam formas de socialização singulares por meio da construção coletiva de estratégias de jogo.

Diante do interesse em compreender melhor a vivência dos usuários das redes sociais, inicialmente, sentimos a necessidade de conhecer melhor as implicações do uso da internet nas relações sociais e, conseqüentemente, nos processos de subjetivação na contemporaneidade, levando em consideração que esta possibilitou um novo tipo de relação entre as pessoas: a relação virtual. Nesse sentido, o trabalho de Marcelo (2001) elucida algumas questões. Segundo o autor, a ascensão da internet trouxe a ideia de que a relação que o indivíduo estabelece com o mundo, atualmente, pode ser vista sob dois âmbitos, o real e o virtual, sendo que esse último também contribui para o surgimento de novos territórios existenciais e sociais.

De acordo com Pierre Lévy (1996), o virtual seria um dos vetores fundamentais para a concepção de realidade e não algo fora dela. Para ele, há um movimento em direção ao virtual para além do campo da informática, que afeta amplos e diferentes segmentos sociais e existenciais.

A palavra virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência. Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência, e não, em ato. O virtual tende a atualizar-se, sem ter passado, no entanto, à concretização efetiva ou formal. A árvore está virtualmente presente na semente. Em termos rigorosamente filosóficos, o virtual não se opõe ao real mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser, diferentes. (LÉVY, 1996, p. 15)

Assim, podemos entender a virtualização como um processo inerente à condição humana, perpassando fenômenos técnicos, corpos, meios de comunicação, economia, processos sociais, dentre outros. O virtual, então, é não presencial, mas é presente, no sentido de existente, pois ele produz efeitos. Ele não é uma não realidade; destarte, ele não é falso, não se define em oposição àquilo que é real. Ele não se opõe ao real e sim, ao atual. Assim, opor o real ao virtual é um engano, pois o virtual é um acontecimento na ordem dos incorporais; ele é força produtiva, efetiva, sendo assim real na sua dinâmica e dimensão próprias.

Nesse contexto, entendemos que a dimensão de virtual apresentada por Lévy (1996) não se refere unicamente ao espaço criado pela rede mundial de computadores. No entanto, as possibilidades oferecidas pela rede instauram um tempo e um espaço bem diferentes daqueles até então experienciados em nosso cotidiano e em nossas relações, permitindo simultaneidades, sincronidades e multiplicidades. Nesse sentido, podemos investigar o espaço virtual da internet como uma forma diferente de organização, plena de possibilidades de atualizações.

Segundo Turkle (1997, p. 37), “as pessoas recorrem explicitamente aos computadores em busca de experiências que possam alterar as suas maneiras de pensar ou afectar a sua vida social e emocional.”. Entendemos, assim, que a tecnologia produzida e utilizada por uma sociedade representa uma de suas principais manifestações. Ainda, a construção psíquica dos sujeitos de uma determinada sociedade não se dá separada daquilo que acontece no nível social.

Dessa forma, observamos o surgimento de uma nova sociabilidade no contexto atual, denominada sociabilidade virtual (DORNELLES, 2004), que apresenta a interface gráfica (através da tela do computador) como mediadora do encontro social, em contraponto à sociabilidade clássica, mantida pelo encontro face a face. Nicolaci-da-Costa (2002) chama a atenção para o fato de que as novas tecnologias também podem alterar, de maneira radical, os modos de ser dos indivíduos, ou seja, a forma como pensam, organizam e percebem os mundos interno e externo, relacionam-se consigo e com outras pessoas. Para ampliar essa discussão, faz-se necessário compreender melhor o conceito de jogos em diferentes contextos.

3 | JOGOS

O jogo é fato mais antigo que a cultura, pois esta, mesmo em suas definições mais rigorosas, pressupõe sempre a sociedade humana; mas, os animais não esperaram que os homens os iniciassem na atividade lúdica (HUIZINGA, 2000). Encontramos o jogo na cultura como um elemento dado existente antes da própria cultura, acompanhando-a e marcando-a desde as mais distantes origens até a fase de civilização em que agora nos encontramos. Em toda a parte encontramos presente o jogo como uma qualidade de ação bem determinada e distinta da vida “comum” (HUIZINGA, 2000).

Em primeiro lugar, aparece o sentido do jogo como divertimento. A palavra alemã *Witz*, cujo significado situa-se na linha do gracejo, próximo de *Spass*, que se articula com o achar graça em algo, relaciona-se com o primeiro sentido de jogo. A rigor, o jogo pode ser sério, pois diversão não é exatamente o riso, mas mantém muita afinidade com o sentido do humor e do gracejo. Embora nos leve a rir, o jogo, contudo, pode possuir um aspecto de seriedade e não corresponde exatamente ao riso (HUIZINGA, 2000).

Por outro lado, jogo e competição aparecem, para a antropologia, como fenômenos correlatos e funções culturais. O sagrado é cultivado dentro de um jogo e os cultos são estabelecidos como em um jogo, pois todo ritual apresenta um aspecto de espetáculo, ou seja, é também um jogo que tem algo em comum com espetáculo. Portanto, o jogo abre uma brecha, um intervalo no cotidiano, no sério do cotidiano; abre um leque de possibilidades, além das responsabilidades do cotidiano (ALBORNOZ, 2009).

Temos que considerar também que, em todo jogo, há regras e estratégias colocadas e que devem ser cumpridas. Entretanto,

O jogo é cheio de imprevisibilidade; está feito de imprevisibilidade e esta é introduzida e acentuada pelas táticas, estratégias, em domínios variáveis. Em um jogo é preciso organizar-se e reorganizar-se, mental e fisicamente, taticamente, com rapidez, e isso depende também de condições exteriores, variáveis. (ALBORNOZ, 2009, p. 78).

Nos esportes coletivos, com os jogadores em equipe, ninguém é capaz de prever com exatidão o movimento do outro, as reações repentinas, tanto as reações psicológicas inesperadas como as reações involuntárias do corpo do outro.

Estas características dos jogos também se fazem presentes nos jogos virtuais. Com o desenvolvimento de novos dispositivos de informática, os jogos virtuais se complexificaram em seus aspectos audiovisuais e em sua jogabilidade, estabelecendo novas formas de interação com seu universo. Desse modo, os jogos ou *games* tornaram-se espaços nos quais os jogadores podem interagir, mesmo à distância, em meio a mundos e lugares peculiares, em geral, figurados pela arte, construindo e constituindo verdadeiras comunidades virtuais (SILVA e CRUZ JÚNIOR, 2010).

Nos jogos de RPG (*Role-playing game*) *online* o jogador deve criar um personagem que tenha características corpóreas, que será contextualizado na temática própria em que se baseia o jogo, como universos futuristas ou medievais, por exemplo. O personagem deverá participar das diferentes histórias que perpassam o enredo central, com o objetivo de completar missões e derrotar os adversários, que lhe renderão experiências e prêmios, alçando os níveis do jogo e fazendo com que seu personagem seja mais competitivo. Dessa forma, o personagem ganha notoriedade na comunidade virtual do jogo.

4 | MÉTODOS

Para a presente pesquisa, selecionamos o jogo *League of Legends* – LoL. A escolha por este jogo deveu-se ao fato de ser um jogo gratuito, o que possibilita seu acesso a um número grande de pessoas, ser bastante popular atualmente e corresponder ao nosso objetivo, que é compreender e analisar os processos de subjetivação experimentados no uso dos jogos virtuais, especificamente no que diz respeito à criação dos heróis e campeões, bem como entender e analisar os jogos virtuais no contexto contemporâneo.

De acordo com o descritor do jogo (br.leagueoflegends.com), *League of Legends* é um jogo online competitivo que mistura a velocidade e a intensidade de um RTS (*Real Time Strategy* ou estratégia em tempo real), o que nos remete ao jogo de regras, com elementos de RPG (*Role-playing game* ou jogo de interpretação de personagens), e nos reporta ao jogo simbólico. Duas equipes de campeões, como são nomeados os personagens escolhidos por cada um dos jogadores para ser utilizado ao longo da partida, cada um com *design* e estilo único, lutam em diversos campos de batalha e modos de jogo. Com um elenco de personagens em constante expansão e com atualizações frequentes, o *League of Legends* consegue atender a uma demanda de todas as faixas etárias e das diferentes habilidades dos jogadores.

Para o levantamento de dados da pesquisa, construímos um questionário, com questões fechadas e um campo final para comentários livres, que foi aplicado em jogadores do LoL. A aplicação do questionário ocorreu *online*, ou seja, foi enviado para sites e blogs em que os jogadores se encontram, discutem a respeito do jogo, seus personagens, as partidas, trocam informações e se comunicam, marcando partidas, encontros presenciais e participações em campeonatos. O questionário ficou disponibilizado do período de 23/06/2014 a 08/07/2014, através de *link* na internet.

Como método comparativo de análise de cliques ao formulário e número de respostas obtidas, usamos o encurtador de link do Google goo.gl, que nos ofereceu, ainda, estatísticas e origem das visitas. Assim, foi divulgado o link <http://goo.gl/8WkYsj>, que também redirecionava para o mesmo questionário.

A divulgação da pesquisa foi feita em momentos diferenciados. Primeiro, começamos pelos grupos do Facebook, em um fim de semana, para atingir jogadores fora dos dias comerciais – quando despendem maior tempo jogando. Em seguida, divulgamos em uma segunda-feira, no horário comercial, para tentar atingir público de uma maior faixa etária. Após o recebimento dos questionários, fizemos sua tabulação e análise.

5 | RESULTADOS

No período em que a pesquisa esteve vigente (23/06/2014 a 08/07/2014), o link divulgado (<http://goo.gl/8WkYsj>) obteve 374 cliques, sendo 371 do Brasil e três dos

Estados Unidos. 53,1% dos acessos foram originados do Facebook, seguido do forum. hangarnet.com, um dos sites enviados, com 17,3%. Os cliques significam pessoas que acessaram o questionário, mas não necessariamente o responderam. Dentre os 374 cliques, obtivemos 298 respostas, o que significa baixa rejeição.

Na figura 2 é possível ver que 95% dos entrevistados são do sexo masculino. Podemos considerar que 5% de mulheres respondentes seja um número relevante, tendo em vista que jogos *online* desta natureza são jogados principalmente por homens. A maioria dos entrevistados tem entre 15 e 18 anos de idade, embora tenha um registro relevante para o número de jogadores com menos de 15 anos e os maiores de 30 anos - o que não se esperava em expressiva participação em um primeiro momento, devido ao público alvo do jogo.



Figura 1 - Perfil dos entrevistados

Figura 1 - Perfil dos entrevistados

Sobre o jogo *League of Legends*, 53% dos respondentes afirmaram que jogam entre um e dois anos e 22% entre dois e três anos. Este dado aponta que jogar torna-se parte da rotina dos entrevistados. Assim sendo, o LoL possibilita um espaço de encontros longitudinal, profícuo para a socialização e para a construção de estratégias coletivas de jogo. Devemos considerar que o jogo foi lançado em 2009, o que significa que há um tempo entre sua criação e chegada ao Brasil e sua popularização. Vale salientar também que sua classificação indicativa é de 12 anos. Mesmo sabendo que essa classificação nem sempre é respeitada pelos jogadores, devemos levar em conta que a maioria dos nossos entrevistados não teria idade suficiente para jogar há muitos anos.

Ao perguntarmos quantas horas por semana os entrevistados jogam o LoL, obtivemos que 46% jogam mais de dez horas, seguidos de 25% que jogam entre cinco

e dez horas semanais (Figura 3). Podemos observar que o jogo ocupa uma boa parte do tempo dos respondentes.

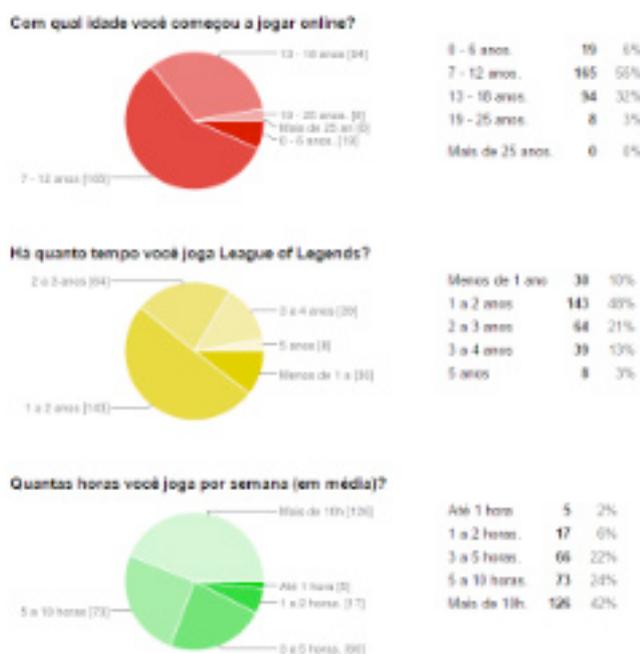


Figura 2 - Perfil dos entrevistados

Interessava-nos também investigar as razões pelas quais os entrevistados jogam o *League of Legends*. A maior motivação é o prazer/diversão, resposta dada por 45% (Figura 4). 23% afirmaram que é pela competição, enquanto 12% para fugir da realidade do cotidiano. Se considerarmos que 11% afirmaram que jogam para ganhar, temos que 34% dos respondentes veem o jogo não apenas como uma diversão, ou seja, jogar exclusivamente pelo prazer em jogar, independente do seu resultado, mas este tem uma importância ao entrar-se no jogo.

Essa perspectiva no jogo é reforçada pela resposta dada por 42% dos entrevistados de que a equipe deve ser estruturada tendo como objetivo ganhar o jogo. Praticamente a outra metade dos respondentes afirmou que a equipe deve ser estruturada de forma a se ter uma boa interação (26%) e ser estruturada de modo a se ter diversão durante o jogo (24%). Vale ressaltar que para apenas 5% a formação da equipe é indiferente.



Figura 3 Tempo de jogo

A importância dada ao jogo pode ser percebida nos motivos que levam os jogadores a escolher seu campeão. Para uma nova partida, pode-se trocar de campeão, buscando assim um que se adeque ao estilo de jogo de cada participante ou que se articule melhor à equipe formada. Os campeões são de vários tipos, assumindo diferentes papéis e usando estratégias distintas. Eles se dividem nas seguintes categorias: assassino, lutador, mago, suporte, tanque e franco-atirador.

70% dos entrevistados escolhem seu campeão por suas habilidades. Todos os campeões têm, no mínimo, três habilidades básicas, que são adquiridas no momento de sua escolha e podem ser evoluídas à medida em que se acumula pontos no jogo ou são compradas novas *skins* (roupas e/ou características que incluem novas habilidades). Já para os outros respondentes, a escolha do campeão se dá por sua história (3%), sua aparência (2%) e sua popularidade (1%).

O *League of Legends* permite que uma pessoa possa entrar sozinha no jogo para depois se juntar a uma equipe, não havendo necessidade de que esta seja formada antecipadamente. Considerando esta possibilidade, perguntamos aos entrevistados se, ao jogarem sozinhos, têm o hábito de adicionar novos jogadores a sua lista privada, ou seja, trocam de equipe. 69% disseram que trocam de equipe de vez em quando, enquanto 31% nunca trocam, pois preferem jogar sempre com a mesma equipe.

Entre os que trocam de equipe, 51% o fazem para conhecer mais gente, 20% para ter mais diversão durante o jogo, 14% para ter uma equipe mais competitiva e 12% porque pretendem chegar a uma equipe profissional. A maior concentração de respostas aponta para o caráter de sociabilidade que o jogo tem. Muitos jogadores estabelecem relações entre si a partir do jogo, chegando, muitas vezes, a se relacionarem no espaço presencial e não apenas no virtual. Já entre os que não

trocam de equipe, 41% não o fazem por gostarem de jogar com sua equipe, 27% por já estarem acostumados a jogar com a mesma equipe e 14% por considerarem que a constância é importante para aprimorar a equipe.

A equipe é formada por 56% dos entrevistados por amigos pessoais e 22% por amigos do jogo. Isso nos demonstra a questão da sociabilidade presente nos jogos. Formar a equipe com quem estiver disponível no momento (12%) aponta que a vontade de jogar prepondera sobre outras razões, o que não exclui, necessariamente, o desejo de sociabilidade.

Para além do caráter de ludicidade de um jogo, ele implica regras e estratégias. De modo geral, as pessoas, ao jogarem, também intencionam ter um bom desempenho e ser bem sucedidas. Por isso, interessava-nos investigar qual é a reação do entrevistado com outros jogadores quando seu time está perdendo. 71% responderam que tentam contornar a situação e motivam o time a continuar a partida unidos. 18% tentam vencer sozinho e 10% se irritam e brigam com outros jogadores. Se somadas estas duas últimas respostas, temos que 28% dos entrevistados valorizam a vitória no jogo a ponto de romperem com suas equipes. Ou seja, neste momento, a ludicidade e o prazer no jogo perdem importância para estes jogadores, sobressaindo o desejo do triunfo.



Figura 4 Motivação para o jogo

No tutorial do *League of Legends* há o Código dos Invocadores, que serve de guia para o bom comportamento dentro e fora do jogo. As diretrizes do Código encorajam o jogo de equipe, salientam a importância de se fazer comentários construtivos e ajudar os novos jogadores. Ao indagarmos aos entrevistados se têm o hábito de honrar outros

jogadores após as partidas, ou seja, fazer elogios, o que faz parte do Código, obtivemos as seguintes respostas: 51% não têm o hábito, 43% honram jogadores da própria equipe e da adversária, 5% honram somente da própria equipe e apenas 1% honram apenas jogadores da equipe adversária. Entre os comentários que os respondentes fizeram ao final do questionário, um deles afirma que “é muito difícil algum jogador sempre honrar o seu time inteiro ou a equipe adversária toda”. Segundo ele, honra-se quando os jogadores tiveram um bom desempenho na partida e mantiveram uma boa interação no jogo.

Por fim, interessava-nos conhecer um pouco o envolvimento dos jogadores com o *League of Legends*. Uma ferramenta do jogo é a compra de itens e produtos da loja do LoL. São vários itens disponíveis e eles podem auxiliar ou capacitar melhor o campeão escolhido na partida, que são conhecidos como *skin*. O LoL é um jogo gratuito, mas à medida que o jogador avança, ele pode optar por pagar tanto por *skins* quanto para obter outros níveis na partida. Nada disso é obrigatório para o jogo, mas aponta para o envolvimento do jogador e a relação que estabelece com o jogo propriamente.

Obtivemos que a grande maioria, 91% dos respondentes, já comprou uma *skin* na loja do *League of Legends*, sendo que 75% pretendem continuar comprando e 16% não pretendem mais comprar. 6% nunca compraram, mas têm a intenção de fazê-lo. Apenas 4% nunca comprou e nem pretende. Estes números confirmam o envolvimento dos entrevistados com o jogo.

Atualmente, temos campeonatos do LoL, que envolvem milhares de pessoas e uma grande soma em dinheiro. São competições nacionais e internacionais, com a profissionalização de jogadores, que recebem patrocínios e prêmios. Dos nossos entrevistados, 40% já participaram de algum campeonato. Apesar de não ser a maioria dos respondentes, não deixa de ser um dado significativo.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das informações coletadas e do referencial de representatividade dos jogos para os processos de subjetivação dos jogadores, percebemos como os jogos se inserem significativamente na vida dessas pessoas. Os processos de subjetivação dos jogadores são atravessados pela escolha dos personagens e pelos objetivos que os levam a jogar, além de o jogo ser um espaço significativo de sociabilidade para essas pessoas. Desse modo, elas despendem muitas horas ao longo da semana jogando e investindo em seus personagens, como através da compra de *skins*.

Também foi possível perceber que a competitividade é uma constante entre os entrevistados. Embora muitos admitam jogar apenas pela diversão, revelam que tentam motivar os parceiros a não desistir ou simplesmente abandonam a partida quando estão perdendo. Esses aspectos revelaram como o jogo tem uma importância que vai além do seu caráter lúdico, que, apesar de não podermos desprezá-lo, não é

a única questão relevante para os jogadores.

O *League of Legends* representa uma interatividade característica do nosso atual contexto social, político e econômico, marcado pela comunicação, trabalho e lazer aliados à tecnologia e à competitividade capitalista. Este ponto apareceu na pesquisa através da participação de vários jogadores dos campeonatos realizados do jogo. Nossa sociedade é marcada por um contexto de empreendedorismo e inovação social que atravessa os sonhos de muitas pessoas se sustentarem financeiramente através de um *hobby*. A possibilidade de se destacar pessoal e profissionalmente, sem sair de casa, é uma promessa que as tecnologias trazem consigo como um modelo de vida ideal. Sendo assim, a escolha dos campeões pelos jogadores de LoL estão conectadas para além do jogo em si, mas também pela busca de um reconhecimento e crescimento pessoal que pode levá-los a campeonatos mundiais. Não podemos desconsiderar que também são aspectos significativos no processo de subjetivação dos jogadores.

7 | AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho só foi possível graças ao financiamento oferecido pelo programa PIBIC/CNPq/PUC Minas. Os agradecimentos se estendem à contribuição de Filipe Ferreira, egresso da faculdade de Psicologia; e ao jogador e ilustrador Armando Antonionni.

REFERÊNCIAS

ALBORNOZ, Suzana Guerra. Jogo e trabalho: do homo ludens, de Johann Huizinga, ao ócio criativo, de Domenico De Mais. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, 2009, vol. 12, n. 1, pp. 75-92. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/cpst/article/view/25767/27500>. Acesso em: 24 jun. 2012.

DELEUZE, Gilles; PARNET, Claire. **Diálogos**. Tradução: Eloisa Araújo Ribeiro. São Paulo: Escuta. 1998. 184p.

DORNELLES, Jonatas. Antropologia e Internet: quando o campo é a cidade e o computador é a rede. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, n 21, p. 241-271, jan./jun. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 24 jun. 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLDEBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

KOZINETS, R. **On Netnography: Inicial Reflections on Consumer Research Investigation of Cyberculture**. (1997) Disponível em WWW <URL <http://research.bus.wisc.edu/rkozinets/printouts/kozinets/OnNetnography.pdf>>, acessado em 07/03/2013.

LEITÃO, Carla Faria; NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Impactos da internet sobre pacientes: a visão de psicoterapeutas. **Psicol. estud.** [online]. 2005, vol.10, n.3, pp. 441-450. ISSN 1413-7372. doi:

10.1590/S1413-73722005000300012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-73722005000300012> . Acesso em: 18 set. 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo, SP: ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** Tradução: Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34, 1996.

MARCELO, Ana Sofia. **Internet e novas formas de sociabilidade**. 2001. 159f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal.

MYNAIO, Maria Cecília de Souza (Org.) **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 21. ed Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 1, p. 9-29.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Revoluções tecnológicas e transformações subjetivas. **Psicol.: Teor. e Pesq.**, Brasília, DF, Mai-Ago 2002, vol.18, n.2, pp. 193-202. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v18n2/a09v18n2.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2010.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. 1.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Erineusa Maria; CRUZ JÚNIOR, Gilson. A (ciber)cultura corporal no contexto da rede: uma leitura sobre os jogos eletrônicos do século XXI. **Rev. Bras. Ciênc. Esporte**, Florianópolis, v. 32, n. 2-4, p. 89-104, dez. 2010.

TURKLE, Shery. **A vida na era do ecrã**. A identidade na era da internet. Lisboa: Relógio D'água editores, 1997.

SOBRE A ORGANIZADORA

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen: Graduada em Comunicação Social/Jornalismo (UEPG); mestre em Crítica de Mídia (UEPG). Tem 10 anos de experiência em assessoria de imprensa.

Atualmente é proprietária de agência de publicidade que presta serviços na área de marketing e comunicação empresarial.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-344-6

