

Faça o seu *check-in* e venha dar uma volta: um estudo de base etnográfica pelos avatares e suas identidades no Habbo Hotel¹

João Vitor Ribeiro LIMA²

Lara Lima SATLER³

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

O Habbo Hotel é um jogo que permite fazer amigos, criar histórias e materializá-las a partir das representações visuais e, por isso, uma das suas ferramentas mais curiosas é o avatar. O presente artigo busca compreender de que maneira os usuários deste mundo virtual se apropriam dos avatares em meio a sua jogabilidade. Para isso, aplica-se uma experiência de base etnográfica, pautada pela teoria das Mediações, narratividade e tecnicidade. Como resultados, fica evidente que os avatares cumprem um papel que vai além de ser uma cópia fidedigna, eles traduzem crenças, preferências e são uma forma de reafirmar e/ou negar as práticas sociais as quais os jogadores estão familiarizados. Deste modo, o trabalho interpreta evidências do caráter cultural por trás do avatar, dando vazão a ponderações referentes às suas implicações quanto a produção de sentido sobre a identidade dos sujeitos.

PALAVRAS-CHAVE: avatar; identidade; mediação; etnografia; Habbo Hotel.

INTRODUÇÃO

Enquanto “uma rede persistente e síncrona de pessoas, representadas como avatares, facilitada por computadores em rede” (Bell, 2008, p. 2, tradução nossa), o Habbo Hotel é um espaço em que adolescentes de até 13 anos, como indicado pelo *website*, constroem avatares para interagir uns com os outros dentro de uma plataforma síncrona que é representada visualmente pelo conceito de hotel em que as pessoas conseguem construir e explorar espacialmente um universo “pixelizado” a partir de suas próprias representações imagéticas.

¹ Trabalho apresentado no IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Bacharel do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da UFG, e-mail: ribeirolima@discente.ufg.br.

³ Bolsista Produtividade - CNPq. Professora do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e do PPGCom da Universidade Federal de Goiás, e-mail: lara_lima_satler@ufg.br.

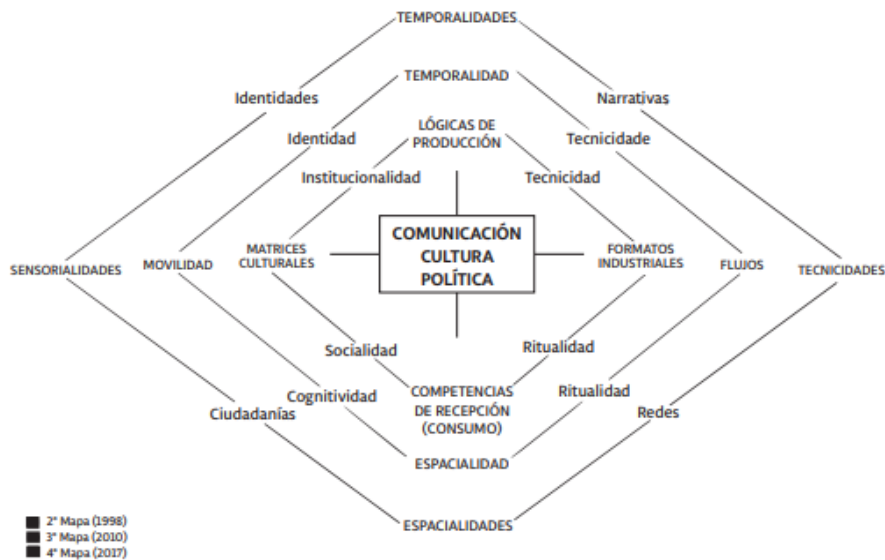
Então usando uma definição combinada, um videogame como Mario Kart não é um mundo virtual. No jogo, pode haver ações síncronas (modo multiplayer) em um ambiente, mas não há persistência. Os personagens de Mário são uma representação do agente, mas não há uma rede de pessoas conectadas persistentemente, conectada a um jogador em tempo real. Redes sociais, como o Facebook, por exemplo, também não são mundos virtuais. Um site de redes sociais tem persistência, mas não tem um senso de ambiente síncrono (e portanto, não tem sentido de espaço). Não existem avatares no Facebook, apenas descrições dos agentes. (Bell, 2008, p. 4, tradução nossa)

Para este trabalho, a conceituação mais apropriada caminhará próximo das definições relacionadas ao contexto de jogos. Como pontuado por Damer (1997, p. 19 *apud* Silva, 2010, p. 127), os avatares podem ser entendidos enquanto “personagens, jogadores, atores virtuais, ícones ou seres humanos virtuais em outras comunidades virtuais ou mundos de jogo”. É uma forma de entender quem é o jogador e onde ele está situado dentro da trama, especialmente considerando jogos que combinam noções de territorialidade, seja por meio de uma visualização bidimensional ou tridimensional, por exemplo. A partir desta definição, é possível considerar as *skins* de jogos como Minecraft e League of Legends enquanto avatares também, uma vez que elas cumprem todas as funções prescritas, no entanto, para que o artigo apresentado seja uniforme, o termo adotado nesta monografia será avatar.

É neste contexto que o termo “juventude” deixou de ser referido apenas como mero dado estatístico para ganhar sentidos que variam constantemente, em resposta às flutuações das circunstâncias políticas, econômicas e socioculturais (Novaes, 1997 [apud Soares, 2011, p. 23]). Ainda que numerosa, não existe, segundo os estudos mais recentes, uma juventude única ou homogênea, mas, sim, uma juventude no plural, com suas diversas representações sociais e suas várias identidades. (Soares, 2011, p. 23)

E para compreender a complexidade por trás das práticas sociais destas novas juventudes, o artigo em questão adotará a perspectiva dos Estudos Culturais, sobretudo, por meio da corrente latino-americana cabeceada pelos pesquisadores Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gómez. A teoria primordial que fundamenta esta investigação é a noção de mediações de Martín-Barbero (2009), que eventualmente foi atualizada por meio dos seus epílogos e, posteriormente, agrupada visualmente por Silva e Baseio (2023).

Figura 01 – Mapas Metodológicos das Mediações (1998, 2000 e 2017)



Fonte: Silva; Baseio, 2023.

Partindo do exposto, o presente artigo busca compreender de que maneira os jogadores de mundos virtuais como o Habbo Hotel, por exemplo, se apropriam dos avatares dentro de um contexto cercado por tecnicidade e narratividade. Para isso, ele estipula como objetivo geral a aplicação de uma experiência que toma a etnografia como base para observar o comportamento dos usuários referente a forma como buscam se representar dentro desses jogos.

METODOLOGIA

Como um recorte de uma pesquisa maior, este texto reflete um fragmento – a experiência etnográfica – de um processo multimetodológico que culmina posteriormente em um material maior, um trabalho de conclusão de curso que, por sua vez, parte de um plano de trabalho de uma iniciação tecnológica. Nestas páginas, considera-se superadas as primeiras etapas de pesquisa bibliográfica (Stumpf, 2005), a aplicação de entrevistas em profundidade (Duarte, 2005) e a execução de grupos de discussão (Santos, 2009) – isto é, ainda que as atividades não tenham sido completamente encerradas, seus objetivos em si foram alcançados de modo geral e, a partir deste ponto, busca-se compreender como os primeiros dados coletados se encaixam dentro do contexto do campo de observação.

Entendendo o perfil incorporado, corporificado e cotidiano da internet (Hine, 2020), sobretudo dado a própria natureza do objeto estudado – as dinâmicas e relações entre os usuários do Habbo Hotel e os seus respectivos avatares, compreende-se a etnografia na internet (ou ainda netnografia) como uma metodologia fundamental para identificar padrões comportamentais e aspectos que podem passar despercebidos a partir do contato indireto por meio das entrevistas e leituras (Hine, 2016).

A internet, nos dias atuais, oferece uma gama de oportunidades e desafios para o etnógrafo. A fim de compreender a paisagem midiática que abarca o on-line e o off-line, é muito importante que os etnógrafos de mídia se movam nesses espaços e explorem como estão conectados pelas práticas diárias comuns de seus usuários. A etnografia da mídia está experimentando algo como um renascimento, ocasionado pela proliferação do uso de espaços on-line pela audiência para fins de registrar suas respostas à mídia de massa, que antes eram consumidas em espaços privados da casa e, geralmente, inacessíveis (Hine, 2016, p. 23).

Definido a etnografia enquanto método, procura-se estabelecer diretrizes que orientem uma observação consistente sobre o estudo em questão, sem necessariamente prender-se a falácia de uma suposta “neutralidade”. Na verdade, devido a proximidade e o contato do autor com a plataforma previamente, entende-se a necessidade de caminhar a partir de alguns pressupostos que auxiliam na coleta e interpretação de dados. Para melhor visualização, estes pressupostos são apresentados em meio às diretrizes de observação: sites observados, espacialidade, periodicidade e os objetos.

Ao contrário de outros métodos de pesquisa, que aspiram desenvolver instrumentos despersonalizados e padronizados de coleta de dados, a etnografia celebra o envolvimento da pesquisadora em todo o processo de engajamento com o campo, juntando/coletando dados e interpretando resultados (Hine, 2020, p. 2).

Na plataforma oficial, as moedas virtuais são adquiridas a partir de transações monetárias e, de certa maneira, comprometem a jogabilidade e a experiência do usuário. Eventualmente, alguns dos jogadores criaram réplicas em que os usuários já ganham uma quantidade considerável de moedas e conseguem desfrutar melhor da plataforma. No Brasil, estas versões “pirateadas”⁴ ganharam popularidade e comunidades próprias, mas

⁴ O termo mais comum para se referir a este tipo de servidor é Habbo Hotel Pirata ou Habbo Pirata, no entanto, popularmente existe uma discussão entre os usuários se de fato o termo pirata condiz com a situação: existem retro sites que são cópias falsas e ilegais, executadas por meio de emuladores, programas que simulam ou imitam as funções de um outro *software* ou servidor, e; existem sites que são apenas cópias não autorizadas do Habbo Hotel e que estão hospedadas em servidores próprios, muitas vezes trazendo inclusive roupas e *mobis* exclusivos.

em determinado momento enfrentaram problemas com a Sulake ou na própria gestão da plataforma e nem todas sobreviveram. Tendo isso em consideração, e por meio dos resultados do Google a partir dos termos “Habbo Hotel” e “Habbo Hotel pirata”, a pesquisa passa a estudar quatro sites distintos, um deles sendo o portal oficial e os demais, cópias não autorizadas: Habbo Hotel, Habblet Hotel, Habbok e Habblive.

Figura 02 – Guarda-roupa no Habbo Hotel



Fonte: captura de tela

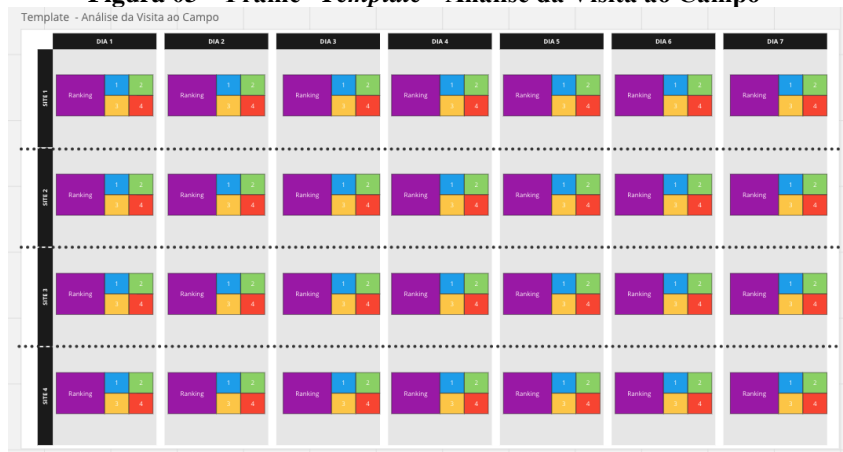
Dentro do Habbo (e das suas cópias), existe uma relação entre os usuários e o espaço virtual por meio de uma dinâmica de “quartos” que, por sua vez, podem ser ambientes da própria administração ou dos usuários e, neste segundo caso, sendo públicos ou particulares. Para este trabalho, os quartos particulares não serão considerados, respeitando a privacidade e a integridade dos usuários. Ademais, a apresentação dos quartos é feita a partir de um *pop-up* constantemente atualizado com um *ranking* decrescente em relação a quantidade de pessoas em cada um dos espaços. Além disso, existe um sistema de cor para mostrar o quão próximo o quarto está de sua capacidade máxima de lotação (estipulada pelo dono do quarto, dentro dos parâmetros determinados pela própria plataforma). Para melhor organização, uma vez dentro da plataforma, realiza-se uma captura de tela do *ranking* para que se tenha uma lista fixa dos quartos a serem visitados, uma vez que seguir o *pop-up* poderia se tornar confuso já que a lista passa por mudanças a todo momento.

Considerando que a pesquisa estava sendo aplicada no mês de novembro, sem a interferência de eventualidades e festividades, supõe-se que o usuário, dentro do horário comercial, possa estar com outras ocupações que interfiram a sua presença dentro da plataforma, seja por conta da escola, da faculdade, do estágio, de cursos e/ou atividades

extracurriculares. Por conta disso, esta experiência etnográfica toma corpo e aplicação ao longo do intervalo de tempo de uma semana completa, entre às 20h e às 21h. Dentro do estimado, o autor visita e faz capturas de tela de cada um dos quatro quartos mais populares, além de observar a presença de elementos e páginas no website que deem destaque para determinados usuários.

Por fim, é importante pontuar a vasta gama de objetos e fenômenos dentro do Habbo Hotel e suas derivações e que, cada qual de sua forma, carrega diferentes códigos que podem inclusive transformar a forma como se percebe o perfil de seus jogadores. Como, por exemplo, a ambientação de um quarto pode trazer indicativos de um determinado tipo de vestuário, o que acontece bastante dentro de RPGs e alguns *minigames*. Dentro da experiência de um jogador, o *nick* utilizado, a frase destacada no seu quadro de perfil, os grupos que faz parte, entre outros detalhes que compõem os rastros digitais da sua presença, da individualidade, mas também dos seus relacionamentos. Enquanto parte de um circuito metodológico maior, esse artigo se limita a observar apenas os avatares e suas representações visuais posicionadas dentro dos ambientes virtuais.

Figura 03 – Frame “Template - Análise da Visita ao Campo”



Fonte: elaborado pelo autor.

Uma vez que as capturas de tela sejam obtidas e que estejam devidamente armazenadas e organizadas, a jornada metodológica encaminha-se ao seu fim, por meio da análise de todas as imagens selecionadas. A pesquisa preocupa-se em estabelecer correlação entre o material visto e as teorias apontadas previamente, de modo a levantar suspeitas e tópicos que, de alguma forma, auxiliam a encontrar sentido para novas formas

de se agrupar e perceber a dinâmica social existente entre os usuários por meio das suas respectivas representações virtuais e imagéticas sob o suporte da ferramenta do avatar.

DISCUSSÃO

Em meio às disputas de sentido e os entrelaçamentos entre as mediações, a tecnicidade tem mostrado a sua relevância enquanto uma forma de reinterpretar como as novas tecnologias têm se inserido em todo e qualquer ambiente num contexto de contemporaneidade. Em um mundo em que se preza pela facilidade e pela conveniência, mitigar problemas é algo essencial e, neste contexto, as tecnologias são ovacionadas enquanto ferramentas capazes de simplificar tarefas, resolver problemas e otimizar recursos, como o tempo e o dinheiro, por exemplo. Assim, diante dos dilemas acerca da figura do avatar, a tecnicidade torna-se um caminho eficaz para formular ponderações quanto as suas possíveis implicações para a forma como as pessoas se relacionam.

A tecnicidade tem correlatos linguísticos e semânticos, como tecnologia e técnica. Esses conceitos requerem esclarecimento, apresentação e marcação de uso. A origem etimológica da palavra 'técnica' é reconhecida como grega, com *téchne*, e significa algum tipo de arte, alguma manufatura, ou uma estratégia ou forma de fazer algo; Também se refere a uma habilidade ou destreza. Observa-se que há dois aspectos básicos na origem dos usos da 'técnica': primeiro, a técnica é o conhecimento que é um meio para a produção de algo, não é o fim nem a produção em si. Não se reduz a simplesmente fazer, porque responde à pergunta: “como?” Este é o caráter específico da técnica como mediação. Em todo raciocínio que envolveria a resolução de determinado problema ou o alcance de determinado resultado, a técnica é apresentada como o conhecimento mediador entre o problema e o fim. Assim, toda técnica implica conhecimento e um fim a ser realizado. (Pieniz; Cenci; 2019, p. 140, tradução nossa).

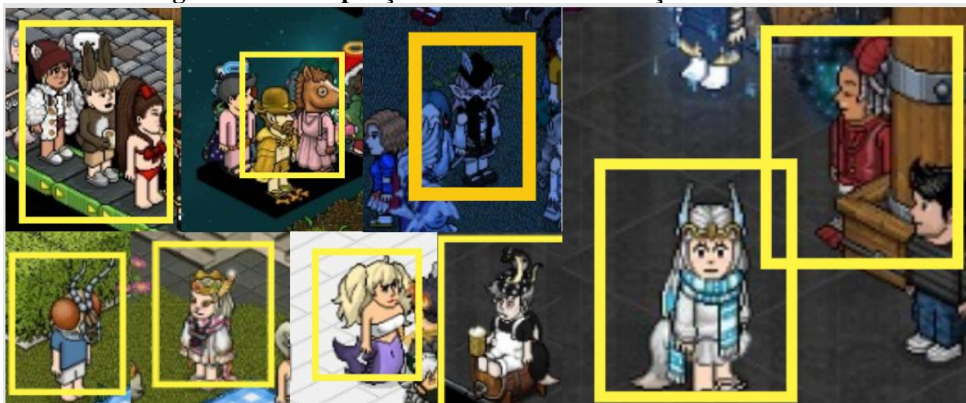
Acontece que, enquanto ferramentas produzidas por seres humanos para outros seres humanos, a tecnologia carrega consigo o grande peso de uma dimensão cultural e histórica que a impede de ser um elemento solto da realidade. De alguma forma, para conseguir que o usuário aproveite do seu potencial e para que ela tenha uma boa adesão popular, as tecnologias acabam refletindo muito sobre as práticas sociais de uma determinada comunidade e acabam carregando em seu cerne o resultado da absorção de valores coletivos que, por sua vez, estão associados aos mitos, aos ritos, às tradições e, obviamente, às narrativas. Na verdade, as ferramentas podem ainda conter a potencialidade de ir além de um mero “espelho cultural”, isto é, dependendo da sua

resolutividade e do seu impacto dentro do cotidiano, ela consegue modificar práticas sociais já estabelecidas, invertendo costumes e dando origem a novas histórias.

“Tecnicidade” se refere às inovações intrínsecas ao campo da produção e ao modo em que estas afetam as linguagens midiáticas, de modo que, ao transformar o material discursivo e o ambiente de onde provém, derivam novas práticas sociais, que se associam simbolicamente a valores coletivos, incorporados aos ritos, invertidos de certo significado simbólico até chegar às narrativas (Silva; Baseio; 2019, p. 171-172, tradução nossa).

Com as narrativas como plataforma impulsionadora, as tecnologias passam a ser o palco em que as fantasias ganham forma e, no caso dos avatares, corpos. Dentro deste cenário, o jogador não só é capaz de se recriar dentro deste ambiente virtual, como também é capaz de se reinventar completamente e assumir uma identidade totalmente alheia a si próprio, como é o caso daqueles que recorrem a bestialidade (ver figura 04). O que este trabalho traz são vestígios para introduzir essa conversa e pensar nestas apropriações, mas é compreensível que sem entrevistas com os usuários em específico não há como estabelecer com solidez quais são as motivações por trás desta caracterização. Ainda assim, é curioso notar as particularidades que compõem estas imagens: chifres, máscaras, orelhas e rabos são alguns dos elementos que auxiliam na bestialização do homem e da sua aproximação com animais e seres místicos.

Figura 04 – Compilação de avatares com traços animaiscos



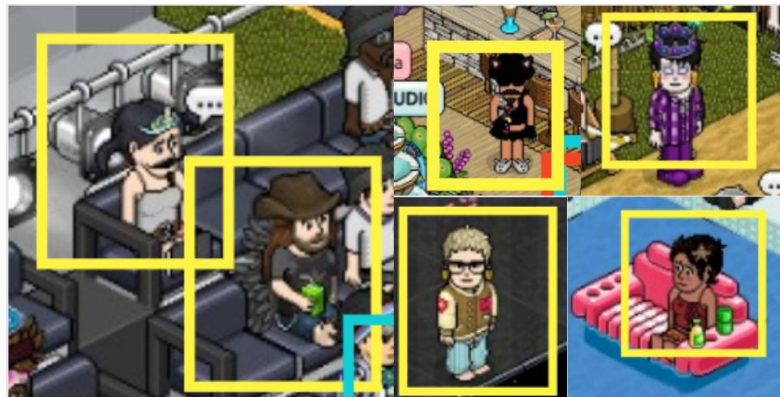
Fonte: captura de tela

Embora possa parecer um mero capricho ou apenas uma brincadeira, a verdade é que, dentro desta dinâmica, o avatar permite que o usuário possa evidenciar em seu avatar aquilo que lhe faz especial, pelo menos sobre sua própria perspectiva. De modo mais direto, o próprio processo de brincar com a ferramenta do guarda-roupa e ter que decidir

entre uma ou outra opção faz com que o usuário reflita sobre sua própria identidade e busque aquilo que, de alguma maneira, faz uma alusão ao seu corpo biológico. Daí a utilização de elementos que evidenciam sua corporeidade, como determinados aspectos físicos que lhe destacam perante uma multidão; ou ainda a adoção de elementos que ressaltam sua perspectiva em relação a composição do seu corpo, a partir de tatuagens e *piercings*, por exemplo.

Uma das expressões mais evidentes da mediação tecnologia-cultura é a possibilidade de construir e de projetar diferentes identidades, inclusive simultaneamente. Outra é a de mudar de identidade, mostrando acessórios acrescentados a imagens e fotografias próprias, reconfigurar imagens anteriores, misturando recortes diversos em tessituras, tempos e procedências, e “criando” produtos novos para o intercâmbio nas redes sociais, por exemplo. Nesse sentido e na medida em que exista a efervescência identitária nos intercâmbios, a identidade hoje goza de maior visibilidade, mas tem menos durabilidade (Gómez, 2014, p. 142).

Figura 05 – Compilação de avatares que exploram uma expressão de gênero além da heteronormatividade



Fonte: captura de tela

Ao longo das visitas pelos mundos virtuais também foi possível perceber uma série de transgressões que, de alguma maneira, acabam materializando visualmente questões complexas relacionadas à corporeidade de pessoas que fogem do padrão heteronormativo. Trata-se de indivíduos que usam da transgressão como um elemento constitutivo do seu próprio avatar e que podem estar o utilizando como uma forma de se entender, de explorar o seu corpo e a sua mente a se colocar em posições diferentes daquelas que lhe foram impostas pela sociedade previamente. Nesse sentido, o avatar inclusive abre portas para questionar quem o indivíduo quer vir a se tornar futuramente.

Conhecendo e usando os códigos de consumo de minha cultura, reproduzo e demonstro minha participação numa determinada ordem social. [...] Minha identidade, enquanto membro de uma cultura, é representada através da estrutura significativa de minhas ações sociais – o fato de que faço coisas deste jeito e não daquele. Não só minha identidade, mas as próprias relações sociais, são reproduzidas através do consumo culturalmente específico (e, ao mudar ou rejeitar os códigos de consumo da minha cultura, negocio tanto a identidade quanto aspectos da cultura) (Slater, 2002, p. 131).

Da afirmação até a negação, o mundo virtual dá espaço para que o usuário manifeste sua posição em relação às coletividades externas a si próprio, isto é, como ele se percebe em relação aos grupos que estão o rodeando. Nacionalidade e marginalização, o avatar abre margens para se identificar com a cultura nacional, por exemplo, mas também para se diferenciar das massas e evidenciar os grupos de resistência. Isso ganha uma proporção maior quando, em um quarto cheio de bonecos pálidos, surge um movimento que resgata avatares negros que se apropriam da cultura do *rap*, do *funk* e do *hip-hop*.

Figura 06 – Compilação de avatares onde existe semelhança entre os pares



Fonte: captura de tela

Ademais, um outro aspecto para além dessa coletividade social é a coletividade econômica representada pelos ideais das marcas e do entretenimento. Em meio a passagem pelo Habbo Hotel e pelas suas réplicas, foi possível perceber a presença de inúmeras marcas e fantasias que, de alguma maneira, externalizam as preferências e percepções daquela pessoa por trás do avatar. De certo modo, é uma maneira de consumir subjetivamente a ideia por trás de personagens, mascotes e símbolos, indo muito além do

financeiro e mostrando, de fato, o sentimento de identificação com a mensagem por trás daquilo.

Figura 08 – Compilação de avatares fazendo referência a cultura pop



Fonte: captura de tela

No fim das contas, o que é possível de assimilar retomando os tópicos apresentados é que um avatar não é apenas uma ferramenta estética. Toda imagem carrega diversos significados que estão associados à sua história e a sua interpretação ao longo dos anos, entre outros diversos fatores. Na verdade, é preciso levantar a bandeira de que a estética em si carrega o seu próprio peso político e cultural e que deve ser observado com atenção por aqueles que, de alguma maneira, se apropriam dos seus elementos visuais. Assim, a noção de corpo e roupas acaba sendo contaminada pela ideia de imagem pessoal e, por sua vez, ela dá forma e materialidade para sentimentos e expressões subjetivas, abstratas ou complexas demais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Enquanto uma prática social, por mais que os jogos aparentam um certo distanciamento da realidade, especialmente pelo seu caráter lúdico e imersivo, não podem deixar de lado todo o contexto sociocultural em que estão inseridos. Deste modo, o repertório cultural e as dinâmicas de sociabilidade são imediatamente transportadas para este novo universo, cabendo ao jogador, a partir do seu próprio julgamento e mediante as condições proporcionadas pela própria plataforma, aproximar-se daquilo que lhe convém. Neste caso, o indivíduo passa a reafirmar este movimento ao longo de suas interações, seja pelo sentimento de identificação, pela busca do sentimento de pertencimento ou ainda

enquanto uma maneira de posicionar-se antagonicamente a outros grupos e manifestações culturais.

Como um ambiente naturalmente propício às intervenções transmidiáticas, torna-se entendível que a sua estrutura tecnológica, apesar de suas limitações em decorrência da sua programação e hospedagem, permite a construção de uma lógica própria de informações pelos seus usuários. Em outras palavras, a partir das múltiplas ferramentas apresentadas, o jogador encontra uma linguagem própria que, dentro deste contexto, ganha um significado compartilhado por todos que se situam e interagem com o jogo, por meio de uma literacia que é construída cotidianamente através da gamificação que, por sua vez, apresenta e instiga o devido uso dos mecanismos inerentes da sua plataforma (ou daqueles que posteriormente são implementados).

No caso deste trabalho, o sistema do *guarda-roupa* dentro do Habbo Hotel é apresentado como um destes mecanismos e, diante do objetivo de entender os usos dos avatares pelos jogadores, ele foi observado indiretamente a partir de sua aplicação concreta na jogabilidade desta comunidade. Assim, tornou-se possível compreendê-lo para além de sua própria formulação e concepção, mas pelas apropriações que são construídas pelos usuários em sua vivência, pelos usos reais e que eventualmente podem ser marginalizados ou invisibilizados pela perspectiva de um uso “ideal” sobre a ferramenta. De certa maneira, tal investigação tornou-se um pontapé para se pensar as dinâmicas e relacionamentos que o indivíduo estabelece com o seu próprio avatar dentro dos mundos virtuais.

A princípio, quando o avatar é apontado enquanto uma representação virtual da pessoa por trás do computador, é possível que surjam dúvidas e até haja uma má interpretação de que ele é construído para ser uma réplica fidedigna do seu usuário. Dada as observações constatadas, compreendeu-se que o avatar opera a partir de uma complexa gama de variáveis que se intersectam com a forma como o indivíduo espera interagir com os outros e consigo mesmo, como descrito anteriormente. Até então, aqui foi possível perceber uma forma clara em que a tecnicidade e as identidades conversam, dando suporte para a construção de relacionamentos, mas isto se expande quando passamos a ver que esta representação visual pode ser pensada e desenhada com a intenção de recriar personagens e/ou personalidades que, de alguma maneira, agregam algum significado para aqueles que o rodeiam. Sob esta ótica, as narrativas atravessam diferentes mídias e dão uma nova roupagem para como as pessoas enxergam a tecnologia.

Diante de tudo que foi exposto, o distanciamento entre os mundos virtuais e a “realidade” se torna cada vez menor a medida em que um se sobrepõe ao outro, absorvendo suas vivências, reconfigurando os seus códigos e estimulando novas formas de perceber sua própria identidade, inclusive. Quando se observa estes fatos em perspectiva, é mais do que claro a necessidade de repensar a forma como as pessoas se referem aquilo que acontece para além das telas e da *internet*. Aliás, desde que os dispositivos móveis se popularizaram, a própria distinção entre *on-line* e *off-line* em alguns negócios acabou se dissolvendo a medida em que a comunicação entre estes diferentes canais foi sendo adaptada a novos formatos, mesclando-se e conectando-se. Enfim, problematizar esse “real” implica reconhecer a autenticidade por trás da dor e das experiências individuais que as pessoas acabam tendo contato dentro de espaços virtuais.

Refletindo sobre o percurso metodológico, em especial à experiência de cunho etnográfica que é o epicentro deste artigo, a maior ressalva a se apresentar é de que, no fim das contas, não se trata propriamente de uma etnografia como explicado anteriormente. Ao considerar o tempo disponível para a execução do projeto de pesquisa do trabalho de conclusão de curso, os autores decidiram por adotar uma proposta teórico-metodológica que dispõe da etnografia como um guia para investigar a plataforma do Habbo Hotel. Ademais, ao visitar o *website*, foi possível perceber a existência de uma vasta quantidade de possíveis elementos para se explorar posteriormente em uma pesquisa futura: *chat*, perfil do usuário, os *nicks* utilizados e os nomes dos quartos, por exemplo.

Se levar em consideração a forma como as narrativas transcendem os seus meios de origem e acabam envolvendo e modificando relações para além das telas, é possível assumir que, em dado grau, os jogos e os mundos virtuais podem, assim como o cinema e a televisão, abrir espaço para diálogos importantes quanto a determinadas causas sociais que podem passar percebidas ou marginalizadas enquanto algo insignificante (ou ainda com um tabu). De qualquer forma, ao trazer esta pauta à tona em meio acadêmico, o presente trabalho permite que outros pesquisadores possam se sensibilizar por estas problemáticas e possam conduzir novas pesquisas que, em dado grau, abram brechas para promover um espaço mais aberto à diversidade e a cidadania por meio de um uso estratégico das noções de tecnicidade, narratividade e identidade.

REFERÊNCIAS

BELL, Mark W. Toward a Definition of. **Journal For Virtual Worlds Research**, v. 1, n. 1, 2008. Disponível em: <<https://journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/view/283>>. Acesso em: 22 jul. 2022.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação: relações com o consumo. Importância para a constituição da cidadania. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 7, n. 19, p. 49-65, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, v. 1, p. 62-83, 2005.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, v. 1, 2011.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. Editora Paulinas, 2014.

Habbo Hotel. **Homepage**. Disponível em: <<https://habbo.com.br/hotel>>. Acesso em: 9 fev. 2024.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HINE, Christine. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. In: CAMPANELLA B, Barros C, organizadores. **Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro: E-papers, p. 11-27, 2016.

HINE, Christine. A internet 3E: uma internet incorporada, corporificada e cotidiana. **Organicom**, v. 29, n. 2, p. e181370-e181370, 2020.

LEITÃO, Débora Krischke; GOMES, Laura Graziela. Estar e não estar lá, eis a questão: pesquisa etnográfica no Second Life. **Revista Cronos**, v. 12, n. 2, 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/cronos/article/view/3159>>. Acesso em: 27 jun. 2022.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2009.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. A cena cosplay: vinculações e produção de subjetividade. **Revista Famecos**, v. 20, n. 2, p. 430-445, 2013.

PIENIZ, Mônica Bertholdo; CENCI, Márcio Paulo. Tecnicidades: de las mediaciones comunicativas de la cultura a las mutaciones culturales. *In*: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero**. CIESPAL, Ediciones CIESPAL, 2019, p. 161-188, 2019.

SANTOS, Maria Cecília Pereira dos. O estudo do universo escolar através da voz dos jovens: o grupo de discussão. **Revista Portuguesa de Educação**, v. 22, n. 1, p. 89-103, 2009.

SILVA, Lourdes Ana Pereira; BASEIO, Maria Auxiliadora Fontana. Narrativa (s): Como estrategia (s) de comunicabilidad. *In*: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero**. CIESPAL, Ediciones CIESPAL, 2019, p. 161-188, 2019.

SILVA, Renata Cristina da. Apropriações do termo avatar pela Cibercultura: do contexto religioso aos jogos eletrônicos. **Contemporânea**, v. 8, n. 2, p. 120-131, 2010.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação / contribuições para a reforma do Ensino Médio**. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOARES, Ismar de Oliveira. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. **Comunicação & Educação**, n. 23, p. 16-25, 2002. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37012>>. Acesso em: 27 jun. 2022.

STREHLAU, Suzane. **O luxo falsificado e suas formas de consumo**. Tese (Doutorado em Administração). São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2004.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas SA, p. 51-61, 2005.