

Entusiasmo, afetos e memória no consumo de *videogames* antigos

Enthusiasm, affection and memory in the consumption of old videogames

Vicente Martin Mastrocola^[*]
vincevader@gmail.com

Felipe Correa de Mello^[**]
felipeccmello79@hotmail.com

RESUMO

Este artigo aborda os processos memorialísticos e afetivos articulados com as práticas de consumo de *videogames* antigos – essencialmente consoles que foram lançados entre as décadas de 1970 até 1990. Os resultados aqui apresentados fazem parte de pesquisa mais abrangente voltada para a compreensão das relações entre memória, identidade e consumo de *videogames* no mercado brasileiro. Como aporte teórico nos embasamos nas contribuições do campo da história e da psicologia social (Bosi, 2003; Legoff, 2000; Nora, 1993; Huyssen, 2014), bem como nas reflexões que abordam as relações entre meios de comunicação, cultura e memória (Nunes e Bin, 2018; Berger, 2015; Mello e Mastrocola, 2019). Como objeto empírico trazemos o trabalho de campo realizado em um dos principais encontros de jogos clássicos e antigos da cidade de São Paulo, o *Dia do Videogame*, ocorrido no mês de fevereiro de 2020.

Palavras-chave: *videogames*; memória; comunicação e consumo.

ABSTRACT

This article approaches the memorialistic and emotional processes articulated with the consumption practices of old video games -- essentially, consoles that were launched between the decades of 1970 to 1990. The results hereby presented are part of a broader research focused on the understanding of the relationships between memories, identity and consumption of video games in the Brazilian market. As a theoretical contribution, we have based this article on the contributions given by history and social psychology fields (Bosi, 2003; Legoff, 2000; Nora, 1993; Huyssen, 2014), as well as on the reflections that approach relationships between media, culture and memories (Nunes e Bin, 2018; Berger, 2015; Mello e Mastrocola, 2019). As an empirical object, we present a fieldwork done in one of the main gatherings of classic and old videogames in São Paulo, the *Video Game Day*, which took place in February 2020.

Keywords: *videogames*; memory; communication and consumption.

[*] Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 - Vila Mariana, São Paulo/SP.

[**] AmaMundi Educacional. Rua General Brasílio Taborda, 139, Apt 43, Bl B - Jardim Bonfiglioli, São Paulo/SP.

Introdução

Neste artigo temos como objetivo identificar, descrever e analisar as possíveis conexões entre as dimensões afetivas e memorialísticas presentes no processo de consumo de bens relacionados ao universo dos *videogames* antigos. Para tanto, elegemos como recorte metodológico a observação de inspiração etnográfica de uma edição de um dos eventos mais representativos desse universo: a quarta edição do *Dia do Vídeo Game* - realizada na cidade de São Paulo em fevereiro de 2020.

A incursão no campo foi guiada por um roteiro aberto, permitindo percorrermos o evento ao sabor da dinâmica de nossos encontros com expositores, estandes, visitantes e atividades, sem ser necessário seguirmos um plano fixo e estruturado de visita. Nessa abordagem travamos conversas espontâneas e intencionalmente estimuladas, tendo como base um questionário aberto semiestruturado^[1], que permitiram a identificação de traços regulares e singulares concernentes aos relatos acerca do universo dos *videogames* antigos. Foram gravados 12 depoimentos, que não são exibidos neste texto de forma cronológica.

O enfoque qualitativo aplicado levou-nos a um processo indutivo de análise dos dados. Assim, sem termos hipóteses estabelecidas *a priori* a serem verificadas, tomamos como base inicial da observação categorias amplas como as relações entre consumo de *videogames* e identidade, memória afetiva e consumo, comunicação, memória e o universo de *videogames* – categorias, estas, derivadas de pesquisa bibliográfica e dos resultados obtidos em nossas pesquisas recentes (Mello e Mastrocola, 2019) acerca das interfaces entre comunicação, consumo e o universo dos jogos digitais.

Nesse contexto, vale expormos como entendemos a memória: os campos da História e da Psicologia nos mostram que a produção da memória é um processo essencialmente ativo no qual está implicado o indivíduo e que envolve uma série de rearranjos, seleções, vieses, esquecimentos, recortes e construções narrativas. Longe de ser a marca objetiva do passado, a memória se dá em função do contexto presente em que ela é produzida (Le Goff, 2000, p. 354; Bosi, 2003).

Face ao fantasma do esquecimento, a memória parte avidamente do presente em direção ao passado, num processo “de apropriação veemente do que nós sabemos que não nos pertence mais” (Nora, 1991, p. 32).

Ao garantir a sensação de continuidade, atualiza o passado no instante presente da rememoração e, assim, verte-se em prática fundamental na constituição da identidade individual e coletiva (Pinto, 1998; Bosi, 2003).

Conforme nos mostra Bosi (2003, p.36), a partir das reflexões do filósofo francês Henri Bergson, a memória tem um papel fundamental na existência humana, “já que ela permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no curso atual das representações”: enquanto força subjetiva, as lembranças incidem diretamente nas percepções e valorações atuais. Assim, a memória, fruto de uma trajetória de vida singular, é “o lado subjetivo de nosso conhecimento do mundo” (Bosi, 2003, p.36) — um dos principais substratos da consciência de si e da realidade.

Além do mais, refletimos acerca das práticas de consumo como práticas culturais e comunicativas que não se esgotam na simples troca mercantil de produtos e serviços, tampouco se reduzem ao mero “consumismo”. Longe de ser visto “como uma atividade simplesmente induzida ou provocada nos consumidores modernos pela indústria publicitária e pelos interesses comerciais sobre uma audiência passiva” (Baceega, 2012, p.252), o consumo – neste contexto – é um processo ativo “fortemente relacionado às subjetividades dos atores e ao grupo social ao qual pertencem” (Castro, 2014, p.60).

Nosso percurso expositivo envolve, em um primeiro momento, algumas considerações sobre o mercado de *videogames* antigos, para em seguida apresentar o evento denominado *Dia do Videogame*. Em segundo lugar, buscamos delinear alguns pontos acerca das relações entre afetos, memórias e o consumo desse tipo de produto. Em terceiro lugar, nos servimos da noção de jogo aplicada aos campos sociais, conforme trabalhada por Bourdieu (2006, 2007, 2011) com o intuito de observar as dinâmicas de envolvimento e trocas simbólicas e materiais entre os sujeitos que fazem parte do universo dos *videogames* antigos. Por fim, dissertamos sobre o papel de “guardiões” e “receptáculos do conhecimento” da história dos *videogames* assumida por alguns dos sujeitos desse universo.

Consumo, memória e videogames antigos

A indústria de *videogames*, na contemporaneidade, exhibe uma pujança em termos de produção e faturamento.

[1] O roteiro aberto semiestruturado que amparou as entrevistas teve as seguintes questões-chave: 1) o que você está achando do evento? 2) quando começou seu interesse por jogos antigos? 3) você coleciona jogos antigos? 4) o que os jogos antigos significam hoje para você? 5) quais suas lembranças de infância ou juventude com os *videogames*?

Um estudo do instituto holandês Newzoo, especializado em auditar este mercado, revelou que o faturamento do ano de 2020 foi estimado em um valor que orbita a casa dos 164 bilhões de dólares^[2]. Como uma lupa específica para observarmos as dimensões do mercado nacional, podemos recorrer ao conteúdo da Pesquisa Game Brasil 2020^[3] que revela que o mercado brasileiro possuiu – no ano em questão – um faturamento de 1,3 bilhão de dólares.

Este mercado é extremamente multifacetado e possui amplas audiências. Encontramos desde crianças munidas de consoles portáteis, passando por jogadores profissionais que fazem carreira jogando *videogames*, colecionadores aficionados por novidades, entusiastas de *videogames* antigos (os quais nos dedicamos a observar neste texto) e mais um sem-número de perfis. Categorizar todos os tipos de jogadores nesse ambiente tão amplo é uma tarefa complexa (para não dizer impossível).

De certa maneira, a pluralidade da indústria de games e as diferentes possibilidades de consumos possíveis nesse complexo ecossistema envolvem diferentes perfis de jogadores/consumidores que constroem identificações com seus pares, encontram laços comuns de interesse e formam comunidades/nichos para dividirem seus hábitos, gostos e paixões.

Em estudo sobre identidade, nostalgia e memória afetiva no consumo de *videogames* antigos, Mello e Mastrocola (2019) discutem como a indústria de games estrategicamente utiliza os jogos antigos como produtos visando dialogar com públicos consumidores saudosistas ou com públicos que não tiveram oportunidade de jogar tais games na época em que eles foram lançados. Indo além, alguns estúdios de *videogames* lançam jogos nas mais modernas plataformas, com mecânicas sofisticadas, mas que utilizam (muitas vezes no visual do jogo) uma estética *retro* (Mello e Mastrocola, 2019, p.165-166) buscando os jogadores que possuem afinidade com esse tipo de produto.

Mais do que comprar jogos antigos de maneira esparsa, este público busca eventos específicos nos quais pode encontrar seus pares para dividir tais memórias e recordar aspectos relevantes de experiências que tiveram

no passado. Na cidade de São Paulo, por exemplo, há diferentes encontros de aficionados por jogos antigos no decorrer do ano como o *Retro Cambuci* e o *Dia do Videogame*, este último objeto empírico do artigo.

O mercado de *videogames* antigos, cabe ressaltar, não vive apenas de indivíduos que colecionam as chamadas “antiguidades lúdicas”. Na direção desta tendência de consumo, empresas como a brasileira Tec Toy e a multinacional Nintendo aproveitam o potencial deste mercado para relançar seus consoles antigos; no caso da Tec Toy, em 2017 foi relançado o *videogame Mega Drive* (que originalmente foi lançado na década de 1990^[4] no Brasil e em na década de 1980 nos EUA e Japão com o nome de Sega Genesis). Nesse contexto, os jogadores saudosistas, novos jogadores, colecionadores e entusiastas dos *videogames* antigos tecem uma complexa trama de trocas simbólicas e culturais que extrapolam os *games* em si e também se desdobram em eventos, redes sociais e encontros que moldam este universo.

O evento Dia do Videogame

Em pelo menos um sábado de cada semestre, normalmente no começo e no final de cada ano, é realizado o *Dia do Videogame*, evento de *videogames* antigos e clássicos. Resultado da parceria entre as iniciativas *Retro Cambuci*, *Playtoy* e *WarpZone*, o evento é realizado desde 2017 no pátio central do colégio Saint Clair, no bairro do Pari, zona leste da cidade de São Paulo^[5].

É dia 15 de fevereiro de 2020. Sábado de carnaval. Pegamos um táxi no metrô Santana em direção ao colégio Saint Clair. O pátio do colégio está tomado por tendas nas quais se amontoam uma variedade de jogos, consoles de *videogame*, pôsteres, brinquedos e diversos outros itens relacionados ao passado dos jogos digitais. Todos esses produtos estão disponíveis para venda ou troca para aqueles que têm disposição e capital financeiro para adquiri-los; não obstante, independente das possíveis trocas mercantis, esses produtos servem à contemplação, ao toque curioso

[2] Conforme visto em *The Global Games Market Will Generate \$152.1 Billion in 2019 as the U.S. Overtakes China as the Biggest Market* disponível na URL <<https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-generate-152-1-billion-in-2019-as-the-u-s-overtakes-china-as-the-biggest-market/>>. Acesso em 05/2021.

[3] Conforme visto em “Pesquisa Game Brasil 2020” disponível na URL <<https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/>>. Acesso em 05/2021.

[4] Conforme visto em “TecToy relança Mega Drive, com direito a cartucho da Turma da Mônica”. Disponível na URL <<https://canaltech.com.br/consoles/nostalgia-tectoy-relanca-mega-drive-com-direito-a-cartucho-da-turma-da-monica-93264/>>. Acesso em 05/2021.

[5] Vale ressaltar que, por conta da pandemia de coronavírus, que se iniciou em 2020, tais eventos ganharam versões online.



Figura 1. Exemplos de *videogames* antigos.
Figure 1. Examples of classic and old video games.

Fonte: Google Images (imagem criada pelos autores)

Source: Google Images (image created by the authors)

que em determinado item reconhece um elemento do passado ou a descoberta de algo que se desconhecia a existência, ou para uma efetiva experimentação lúdica, nos estandes em que os consoles estão ligados aos pequenos televisores de tubo, prontos para serem jogados.

Além do mais, ao longo do evento são realizadas diversas atividades: campeonatos, palestras sobre colecionismo dos *videogames* antigos e exibição do documentário *1983: O Ano dos Videogames no Brasil*^[6], produzido pelo radialista Marcus Garret Chiado, 47 anos, um dos organizadores do *Dia do Videogame*.

O público presente é eminentemente masculino, na faixa dos 25 a 50 anos, em busca dos *videogames* que fizeram parte de sua juventude e infância. Poucos vêm com suas companheiras, alguns trazem crianças.

Bruno, 34 anos, engenheiro, nos conta que a despeito de sua esposa jogar jogos casuais no celular ela não gosta de jogos antigos, motivo pelo qual não comparece a esse tipo de evento. Para o engenheiro, “uma das coisas mais legais” do *Dia do Videogame* é, além de poder encontrar jogos antigos, poder “conversar com outros caras que vivem e respiram esse mundo dos jogos da nossa infância [...]”.

Já Renato, publicitário, 47, nos diz que, embora tenha um Xbox One, console da Microsoft lançado em 2013, tem como grande paixão os jogos do console Atari. Conforme rememora, quando criança no começo

da década de 1980 passava horas jogando com seus amigos do prédio vários jogos. Entretanto, Renato faz questão de nos frisar que a presença deste console em sua vida não se relega a seu passado. Muito pelo contrário. É parte importante de sua vida adulta: “jogo quase todo dia em uma tevê de tubo que comprei faz uns oito anos, e estou sempre procurando comprar novos jogos [...] para jogar mesmo ou só colecionar”.

Entusiasmo, memória e identidade

São variados os termos que os frequentadores do *Dia do Videogame* usam para se identificarem em relação ao universo dos *videogames* antigos: colecionadores, fãs, fanáticos, *gamers*, *retrogamers*. Entretanto, uma palavra largamente repetida por diversos deles nos chama a atenção: “entusiasta”. É assim que se apresenta Emerson, 38 anos, radialista: “sou colecionador de jogos antigos [...] mais do que isso, sou um entusiasta desse universo”.

Como nos ensina Duarte et. al (2006) a palavra de origem latina “entusiasta” deriva do grego *enthousiasmós* (ἐνθουσιασμός), vindo de ἐν (*én*, “em”) + θεός (*theós*, “deus”) + οὐσία (*ousía*, “essência”). Sinteticamente, entusiasta é aquele inspirado por deus:

Entusiasmo é o termo grego utilizado para designar todo estado paradoxal de perda de si em proveito de uma potência – e nesse sentido também de uma alteridade – divina. O “sujeito” tomado pelo entusiasmo – ou pelo transporte (metáfora) divino – não está mais “em si”, mas “fora de si” e “em deus” (én-theos). Este termo é fundamental para a compreensão do que se passa com o poeta na antiguidade, pois o poeta é considerado, antes de tudo, em função de sua relação com essa potência divina, ou seja, em função desta espécie de “íntima alteridade” que lhe advém enquanto entusiasmo (Pinheiro, 2008, p.43).

Ao desvelarmos a espessura semântica e histórica da palavra “entusiasta”, tomamos o cuidado em não cairmos em uma explicação de corte anacrônico, tampouco em fazermos uma ligação direta entre a etimologia da palavra e a fala dos nossos entrevistados. Amparados pela Análise de Discurso de Linha Francesa

[6] O documentário completo pode ser acessado no site YouTube na URL <<https://youtu.be/BpYfeR7p8yw>>. Acesso em 05/2021.

(Orlandi, 2012; Bakhtin, 2002) entendemos que “as palavras simples do nosso cotidiano já chegam até nós carregadas de sentidos que não sabemos como se constituíram e que, no entanto, significam em nós e para nós” (Orlandi, 2012, p.20). O que se busca aqui é iluminar as potencialidades de sentido que a palavra “entusiasta” carrega e que muitas vezes escapa da plena transparência de significado para os sujeitos que a proferem.

No cruzamento das tramas discursivas que passam o contexto de fala de nossos entrevistados, antevemos o significado cotidiano da palavra “entusiasta” e o conjunto de sentidos a que ela se vincula. Aqui, “entusiasmado” é aquele que conserva uma relação apaixonada, de admiração excessiva e de plena entrega a determinado objeto – no caso em questão, aos *videogames* antigos e considerados clássicos.

Por outro lado, identificamos o significado mediado pela história e pela memória discursiva, que se funda em sua etimologia (*én-theos*, em deus) e em certa medida dá base ao sentido cotidiano. Neste campo, o entusiasta é aquele que ao se entregar de forma apaixonada a algo se deixa arrebatar; é quem sai de si para se perder na potência divina, e com ela mantém uma relação de plena intimidade. Entretenimento se verte em religião.

Mediados pelos afetos e pelas memórias, os jogos, consoles e artefatos antigos ganham um estatuto sagrado que clama pela reverência quase religiosa: são objetos recuperados ao longo da passagem do tempo, em feiras de antiguidades, no comércio eletrônico, em meio a antigas coleções, no baú da casa materna etc. Vestígios da história, são objetos com aura especial; relíquias predispostas a reconectar os entusiastas ao encanto e magia do passado que se julga perdido.

Delineia-se aqui a memória de uma experiência de espanto e surpresa, percebida na época da infância como uma ruptura milagrosa que introduz na vida dos jogadores um novo universo, ao mesmo tempo mágico e tecnológico. Indagado sobre seu primeiro contato com os jogos digitais, Marcus Garret Chiado, organizador do evento, nos fala da sensação de arrebatamento quando aos seis anos de idade seu padrinho lhe presenteou com um *TV-Jogo 3*, variante do clássico *Telejogo Philco*, um dos primeiros consoles da história dos *videogames*. Conta-nos Chiado em entrevista para este artigo que “pela primeira vez na vida, a televisão passou a ser algo interativo. Eu mexia no controle e a televisão atendia minha vontade. Foi amor à primeira vista, uma absoluta novidade”.

Nas lembranças de nosso entrevistado a chegada do *videogame* em casa estabelece um tipo de relação com a te-

levisão nunca vista até então. No lugar da passividade anterior, a interatividade: por meio de dispositivos tecnológicos, a criança pode comandar o que se passa na televisão. É estabelecida, então, uma relação afetiva imediata (“amor à primeira vista”) que iria acompanhá-lo até o presente.

Cabe ressaltar que o desenvolvimento tecnológico desempenha papel fundamental na constituição do encantamento que reveste o contexto dos *videogames*. As imagens que aparecem na tela da televisão e a resposta dessas imagens por meio de um controle eletrônico são efeitos da tecnologia que introduzem na vida de Chiado uma nova relação com a realidade, largamente percebida e rememorada como mágica.

Encontramos ecos dessas percepções em diversos de nossos entrevistados do evento, como Samuel Rocha, administrador, 46 anos. Em entrevista para este trabalho, suas memórias se direcionam ao começo de sua adolescência quando entrou em contato pela primeira vez com o computador *Apple II* e seus jogos: “Eu vi aquilo... eu fiquei boquiaberto. Parecia coisa de outro planeta. Eu fiquei alucinado. O encantamento de ver a qualidade dos gráficos, como era diferente dos outros *videogames*”.

Os anos de infância e de juventude desses jogadores avançam na mesma medida em que os *videogames* avançam em sofisticação tecnológica. Dos encantamentos primeiros com *videogames* mais simples como *Pong* e *Odyssey*, passando por *Atari* e *Intellivision*, jogadores como Garret e Rocha testemunham a chegada de computadores que possibilitam uma relação de maior arrebatamento na medida em que lhes apresentam um universo de gráficos, cores, sons e interatividade mais rico e tecnologicamente mais complexo. “Era como a passagem da água para o vinho e eu testemunhei isso”, rememora Garret acerca de sua relação com os jogos do computador *Apple II* na metade da década de 1980. No mesmo ecossistema, encontramos outros entusiastas que nos relatam sua experiência com o impacto que os consoles de terceira geração - como *Master System* e NES - trouxeram em relação aos de segunda geração, como o *Atari*: “Eu não acreditava no que estava vendo. O encantamento de ver a qualidade dos gráficos, como era diferente dos outros *videogames*”, relembra Paulo, 38 anos.

Em contrapartida, é interessante notar que o entusiasmo em relação à tecnologia geralmente se restringe aos *videogames* das décadas de 1980 e 1990. A capacidade gráfica e audiovisual dos consoles mais avançados (como *PlayStation 4* e *PlayStation 5*) não é tanto objeto de fascínio para esses jogadores quanto os consoles e computadores do passado. Entendemos que isso é indicativo do poder

que a memória afetiva desempenha na relação dessas pessoas com os jogos digitais: trata-se de um fascínio pela tecnologia na medida em que ela se enquadra nas memórias alegres de infância e de juventude.

Compreendemos pelas falas dos entrevistados que a presença do *videogame* em suas infâncias/juventudes constituiu um laço afetivo para suas vidas. As memórias relacionadas aos *videogames* do passado constituem um aspecto marcante que deflagram um processo de pertencimento intenso em suas vidas.

Perda, nostalgia e reparação

Ao estar diretamente ligada com constituição da identidade e com percepção de quem somos, a memória individual é atravessada por afetos. Conforme nos ensina o filósofo holandês Espinosa, os humanos são seres fundamentalmente constituídos pelos afetos (pelas paixões). Isso significa, sem desconsiderar a importância de nossas faculdades racionais, que nossa relação com o universo físico e social é guiado pela nossa relação afetiva com o que nos cerca. De maneira resumida e parcial, para o filósofo a essência do humano é buscar o contato com coisas e seres que ele imagina aumentar sua felicidade e evitar o contato com as coisas e seres que imagina lhes causem tristeza. No primeiro caso, amamos essas coisas e intentaremos conservar o máximo possível a presença dessas coisas em nossa vida; no segundo caso, odiamos essas coisas e sempre que possível nos esforçaremos por afastá-las de nossa vida.

No caso da relação memória e afeto, demonstra Espinosa na definição 32 e na proposição 36 da parte III de sua *Ética* ([1677], 1973, p. 194-197):

[...] o desejo ou apetite de possuir alguma coisa cuja lembrança de outras coisas que excluem a existência desejada [...] Aquele que se recorda de uma coisa com que se deleitou deseja possuí-la nas mesmas circunstâncias em que na primeira vez com ela se deleitou [...] se aquele que ama descobrir que alguma coisa dessas circunstâncias em que pela primeira vez com ela se deleitou [...] se aquele que ama descobrir que alguma dessas circunstâncias falta, ficará triste, pois imagina

algo que exclui a existência da coisa amada. Ora, como deseja por amor essa coisa ou essa circunstância, imaginá-la faltando entristece. Essa tristeza, enquanto referida à ausência, do que amamos, chama-se saudade^[7].

Nas narrativas das histórias de vida dos entrevistados está presente a percepção de que algo se perdeu na passagem para a vida adulta. Diante do desenrolar de suas histórias, os jogadores experimentam em maior ou menor medida as convocações de uma vida que não permite a completa devoção ao mundo dos *videogames*, como acontecia na infância e na juventude.

Sérgio, 38, dono de uma loja de *videogames* antigos, entende que na vida de todo jogador de jogos antigos chega um momento durante a fase adulta em que ele mira o passado e quer recuperá-lo. Nos diz o empresário: “[...] a maioria perdeu o elo. A vida continua e vai acontecendo outras coisas. Mas depois de vinte, quinze anos, começa a dar saudade [...] o cara começa a procurar seu primeiro *videogame*”.

Chauí (2006, p.25) correlaciona a teoria do desejo de Freud com a geometria das paixões de Espinosa e nos ensina sobre as profundas conexões que existem entre nossos desejos e nossas memórias. O desejo, ao estar indissociavelmente ligado aos traços da memória, busca constantemente “realizar-se pela reprodução alucinatória das percepções antigas nas percepções presentes que se tornam, pela via de substituição, sinais precários de satisfação”. O objeto de desejo não é exatamente o objeto em si, determinado pelas suas características físicas e pela sua existência material (nos termos freudianos, o objeto real), “mas um sistema de signos que forma o fantasma [o objeto do desejo enquanto *fenômeno*]” (Chauí, 2006, p.25).

Ainda sobre o tema, a filósofa disserta que

A relação com a memória é relação com o tempo e o desejo se constitui como temporalidade, aptidão do sujeito para protelar indefinidamente a satisfação, desligando-se do dado presente, encontrando mediações que o remetem ao ausente e abrindo-se para o que conhecemos como imaginário e simbólico (Chauí, 2006, p.25).

Em certa medida, o desejo pelos jogos digitais

[7] Essa citação retirada de Espinosa (1973) foi cotejada com a tradução de Marilena Chauí (2006) a partir da edição *Gebhardt II* da *Ética* demonstrada à maneira dos geometras, na língua original em latim. No contexto dessa tradução, a autora coloca o termo *desiderium* como equivalente do termo *saudade*.

antigos nasce de uma percepção de perda irreparável dos jogos da infância/juventude e das circunstâncias em que eles foram desfrutados. Esse desejo se configura como a busca pela reparação desta perda por meio do consumo de objetos e elementos que, através de determinadas cargas afetivas e simbólicas, sejam capazes de presentificar no plano imaginário o passado.

Em muitos casos, notamos que essa reparação não se dá somente pela (re)compra de jogos e consoles que o entusiasta jogava quando criança e adolescente; mas também como um mecanismo de reparação retroativa, quando já na vida adulta é possível por meio de uma posição financeira mais robusta comprar aquilo que lhe foi impedido no passado por conta de escassez de recursos.

Assim, o gerente de T.I., Igor, 37 anos, nos conta que grande parte de sua coleção é composta de jogos e consoles que não tinha dinheiro para adquirir em sua infância. Ele rememora seu intenso desejo de na década de 1990 adquirir um *Neo Geo*, console de quarta geração (disponível no Brasil via importação por um alto preço) e nos conta de sua alegria quando teve oportunidade - aos 28 anos - de comprar um exemplar usado desse console com seu salário.

Ao tornar os *videogames* presentes a memória possibilita que a mente reviva as alegrias do passado (Teixeira, 2019, p.102). Indo além, podemos recorrer ao raciocínio de Bogost (2016, p.57) que disserta que, na contemporaneidade, há uma busca incessante por diversão por parte das mais variadas audiências e que tal diversão pode ser entendida como a consequência de manipular deliberadamente uma situação familiar de uma nova maneira.

Entretanto, esse esforço de rememoração é inibido por outras lembranças e percepções que excluem a existência desses artefatos do passado, fazendo com que a alegria seja acompanhada de tristeza. A saudade (ou a nostalgia) é um sentimento ambíguo, uma flutuação da alma (Espinosa [1677], 1973, Escólio da Proposição XVII da parte III, p.186): os *videogames* da época da infância e juventude são causas de alegria, vestígios materiais e simbólicos de um passado de alegria, ao mesmo tempo que são causas de tristeza, porque em sua corporeidade presente apontam para a evidência de que o passado se perdeu. É dizer, “a tristeza da saudade só existe porque outrora ela foi alegria” (Teixeira, 2019, p. 102).

O desejo individual pelo passado se relaciona a um contexto social mais amplo caracterizado por Huyssen (2014, p.20) como “cultura da memória”. Segundo o autor, desde meados da década de 1970 até hoje é possível identificar nas sociedades ocidentais o aumento progressivo de iniciativas memorialísticas coletivas, tanto no âmbito dos

debates públicos quanto no âmbito mercantil – esse último objetivado na produção e consumo de bens e serviços dentro de uma lógica de consumo de bens considerados antigos, bem como na espetacularização da história por parte da indústria cultural (Huyssen, 2014; Sarlo, 2007).

Esse fenômeno está ligado a múltiplos fatores de ordem política e social, como o colapso da União Soviética e o fim das ditaduras latino-americanas (Huyssen, 2011, p.331), mas pode ser explicado em linhas gerais pela busca individual e coletiva por ancoragens no passado em um contexto de efemeridade do tempo e de incerteza em relação ao futuro, atinente ao tempo acelerado no capitalismo contemporâneo (Huyssen, 2014; Harvey, 2001; Berger, 2005).

Mello e Mastrocola (2019) dissertam sobre as dimensões afetivas e comunicativas do processo memorialístico, iluminando o papel dos meios de comunicação na tessitura da cultura da memória no campo dos *videogames antigos*. Conforme nos ensinam, a produção das memórias sociais é um processo comunicacional. Nele, as vivências individuais e coletivas se constituem mutuamente num movimento contínuo de interações. Afetos, palavras, representações, imagens circulam pelo tecido cultural estabelecendo certos marcadores relativamente estáveis de memória que são identificados, produzidos e transmitidos pelos sujeitos, instituições e grupos (Nunes e Bin, 2018).

E ao reconhecermos que no cenário contemporâneo os meios de comunicação ocupam a centralidade na produção e reprodução dos sentidos sociais – isto é, na (re)produção da cultura –, reconhecemos o papel central que eles, os meios, desempenham no enquadramento das memórias sociais. Por meio dos produtos midiáticos, representações de um passado imaginário são replicadas, afetos são acionados e estimulados, memórias são recuperadas e criadas.

Ludicidade e seriedade

No cenário multifacetado dos *videogames* antigos, podemos entender o consumo como o “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (Canclini, 2005, p.77). Nessa perspectiva, esse mercado de *videogames* não deve ser visto como o mero lugar de trocas de mercadorias, mas como um “território de interações, no qual espaços de escolhas, de diálogo entre sujeitos e de satisfações de necessidades materiais e culturais escrevem a complexidade da sociedade contemporânea” (Baccega, 2012, p.250).

Compreendemos que as práticas de consumo desse tipo de *videogame* engendram uma comunidade afetiva e semiótica que reflete e refrata o mundo social de certa

maneira (Bakhtin, 2002, p.33). Trata-se da constituição de um espaço social com fronteiras simbólicas mais ou menos definidas pelos seus membros de forma consciente e inconsciente. É um campo social relativamente autônomo em relação ao conjunto da sociedade em que memórias e afetos são compartilhados, objetos de valor são definidos, objetos são comprados, vendidos ou trocados, jargões e termos próprios se esboçam, define-se quem são as estrelas e quem são os obscurecidos, regras e troféus são determinados (Mello e Mastrocola, 2016).

Neste âmbito, nos apropriamos em caráter exploratório de algumas reflexões de Bourdieu (2006, 2011, 2007) sobre a lógica das práticas e sobre a estrutura dos espaços sociais. Grosso modo, compreender o universo dos *videogames* antigos e clássicos como um jogo social significa considerar que estamos falando de um espaço social delimitado simbolicamente onde diversos jogadores agem conforme regras tácitas que definem quais são os objetos (troféus) que valem a pena ser almejados e conquistados; quem está em uma posição de destaque conforme a posse desses objetos e de títulos simbólicos; quem são os iniciantes no universo; quem são os famosos e os desconhecidos; quais são as histórias e tradições desse universo e quais são as expressões e termos compartilhados (Thomson, 2008, p.68-69) – nesse caso, o termo “jogo” significa de forma ampla o espaço social (universo ou comunidade) que se constitui por meio das interações e práticas entre os entusiastas dos *videogames* antigos. Estamos, enfim, falando da cultura dos *videogames* antigos.

Ao jogarem tais *videogames*, os indivíduos em questão experimentam algo lúdico que, de certa maneira, rompe a ordem habitual do cotidiano fazendo com que os mesmos fiquem imersos em um ambiente repleto de fantasia e entretenimento. Desta forma, é desenhado um campo semântico e afetivo no qual se destaca os termos “interesse” e “investimento”, ambos a partir das noções de jogo e de *illusio* (Bourdieu, 2011, p.139), e que se ligam também com a noção de “entusiasmo” definida antes neste trabalho: os jogadores que participam do universo dos *videogames* antigos se engajam e se prendem a esse universo porque admitem que se trata de algo interessante.

A noção de interesse “opõe-se à de desinteresse, mas também à de indiferença” (Bourdieu, 2011, p.140). O indiferente é aquela pessoa que não está engajada no universo dos *videogames* em questão. É alguém que não participa desse jogo social e por isso é incapaz de estabelecer diferenças: acha tudo igual, não encontra valor no ato. É a pessoa que por estar fora do contexto, tende a não entender a paixão com que entusiastas dos *videogames* antigos se dedicam

investindo grande parte de seus afetos e recursos.

Isso explica o desconforto ou desinteresse que alguém fora desse jogo social possa vir a sentir ao presenciar um evento como o *Dia do Video Game*. Para tal pessoa tudo pode soar fútil, sem valor, sem quaisquer pistas do porquê aqueles entusiastas falam com tanta empolgação e gastam tanto tempo, energia e recursos financeiros com jogos que foram lançados há cerca de 30 anos ou mais.

Podemos assim recorrer ao conceito de “investimento” “em seu duplo sentido, psicanalítico e econômico” (Bourdieu, 2011, p.140): fazer parte do universo dos *videogames* clássicos analisado aqui demanda um investimento emocional e financeiro: gasta-se tempo, energia, paixão; na mesma medida é uma participação que implica gastar dinheiro para comprar este ou aquele jogo, comprar uma camiseta com temas de jogos antigos, comprar uma revista especializada etc.

Os entusiastas desse universo, na condição de apaixonados pelos jogos antigos, os tratam com uma seriedade que não se vê em alguém que está de fora – por exemplo, alguém que compra ou joga esses jogos de maneira casual, descompromissada e leve. Há uma seriedade na ludicidade.

Essa seriedade se expressa, dentre outras formas, na oposição que a maioria dos entrevistados estabelecem entre os afetos e a lógica do mercado: em certo momento de nossa conversa indagamos a Marcus Chiado sobre suas considerações acerca do mercado dos *videogames* antigos. A resposta enfática foi a de que ele não podia opinar porque não entende nada desse mercado. Compreendemos que a fala do entrevistado indica a percepção de que o mercado é um lugar dominado por números, cálculos e trocas mercantis; portanto um local em que a afetividade calorosa das lembranças e dos laços pessoais está ausente.

Essa visão aparece também na fala de Jeferson, 42, dono de uma loja especializada em *videogames* antigos. Sua ideia com a loja, conforme nos disse, é a de oferecer aos clientes uma experiência de compra que reconstrua o sentimento das locadoras de *videogames* da década de 1990. Segundo Jeferson, o papel da loja é ser um ponto de encontro onde as pessoas podem trocar suas lembranças e histórias dos *videogames* do passado. É um espaço constituído “na contramão do mercado” em que “não importa a pessoa ter grana para comprar”, e sim “ficar o dia inteiro fazendo social como na infância”; afinal, “cliente bom é aquele que vira amigo”.

A percepção economicista do mercado se contrapõe em relação ao âmbito da comunidade afetiva na qual a paixão suplanta a necessidade de lucro financeiro. A partir das pesquisas de Bourdieu (2001) sobre os campos da arte

e da literatura, compreendemos que o universo desses jogos é atravessado pela lógica de uma espécie de “economia invertida”: ao contrário do campo da economia, em que é buscado a maximização dos lucros financeiros, os campos da arte e o universo dos *videogames* antigos funcionam “mediante um recalçamento constante e coletivo do interesse propriamente ‘econômico’” (Bourdieu, 2001, p.19).

A adesão apaixonada aos jogos do passado implica um esforço de preservação da presumida pureza desse universo tanto contra as ingerências do mercado quanto a entrada de pessoas que estão lá só “porque hoje em dia virou moda gostar de coisas antigas”, como diz um entrevistado. Com efeito, esse mesmo entrevistado qualifica Jeferson, o dono da loja especializada, como um “guerreiro”. A ideia de que se trata de uma luta confere a seriedade do ato lúdico, ainda que possa parecer “gratuito” para os que estão fora do universo, interessados em outras coisas.

Entretanto, a participação nessa comunidade afetiva demanda não só investimento emocional, mas também investimento financeiro. É preciso comprar jogos, itens, consoles que muitas vezes não são baratos. Há nas falas de Chiado e Jeferson uma contradição implícita que oculta o potencial de exclusão presente em tais práticas colecionistas: ao declararem a primazia dos interesses afetivos sobre os interesses econômicos, os entrevistados tendem a ocultar a dimensão econômica mobilizada para que se tenha as mínimas condições de se inserir no círculo de entusiastas dos *videogames* antigos.

A escrita da história e os afetos da memória

É por tanto amarem e por tanto levarem a sério as memórias afetivas dos *videogames* que muitos indivíduos se engajam na tarefa de preservação e comunicação dessas memórias: face a um tempo cotidiano experimentado sob o signo da aceleração e da efemeridade, diante da inelutável passagem da história, esforços são constituídos para “não deixar a memória e a infância morrerem”, como nos relata um dos entrevistados.

Com efeito, Nora (1993, p.14) nos ensina que na medida em que a memória vivida no cotidiano vai desaparecendo por conta do ritmo da história, tanto mais é colocada a questão da criação “de suportes exteriores e de referências

tangíveis de uma existência que só vive através delas”. Passa-se, assim, ao acúmulo de “vestígios, testemunhos, documentos sobre o passado, que se tornarão provas e registros daquilo que se foi” (Gomes e Oliveira, 2010, p.42).

Nesse cenário temos a figura de Marcus Garret Chiado, que além de contribuir na organização de eventos e exposições, exerce o papel de conservação do passado como editor da revista Clube MSX^[8], e no e-book “Zeta Games: memórias de uma locadora nos anos 90”^[9].

Chiado busca resgatar as experiências perdidas – as suas e a de outros – com profundo conhecimento e muita paixão, como escreve o jornalista e também entusiasta dos jogos digitais clássicos Júlio César Gomes (2019).

Seu conhecimento e dedicação no estudo da matéria é enorme, assim como seu coração, que pretende manter viva essa história, por ele contada de forma graciosa, sem pretensões financeiras, tanto assim que seus livros são sempre editados de forma absolutamente autoral e com apoio de amigos e entusiastas.

A paixão por colecionar se hibridiza com o processo de coletar, inventariar, organizar e comunicar objetos, fontes e artefatos. Realiza-se um processo museológico, embora não guiado pelas regras, métodos e procedimentos definidos pelos campos da museologia e da história. Assim, a coleção de jogos, consoles e artefatos vira patrimônio histórico e fonte documental. Não são só itens de entretenimentos, mas também são marcadores da memória coletiva desse universo.

Em suma: os jogos e consoles clássicos, preservados pelos membros desse universo, servem como objetos de entretenimento (na medida em que são jogados pelas pessoas); servem como objetos mercantis (na medida que são vendidos e comprados); servem como elementos simbólicos que expressam identidades, afetos, pertencimentos e exclusões; e, finalmente, servem como expressões que encarnam concretamente as memórias de quem viveu as décadas de 1980 e 1990 cercado desses jogos e que têm a possibilidade de trazer o passado para as gerações mais novas – “que não tiveram a oportunidade de conhecer essa época”, como nos diz um dos frequentadores da feira.

[8] Revista de periodicidade trimestral, voltada para colecionadores e entusiastas da clássica plataforma MSX de microcomputadores.

[9] Disponível na URL <<https://www.playtoy.com.br/brinquedos-novos-livros-novos-livro-zeta-games-memrias-locadora-anos-p-45535.html>>. Acesso em 05/2021.

Considerações finais

Os relatos sobre a história de vida e dos *videogames* não deixam de escapar de um sentido teleológico e finalista e recorrer no que Bourdieu (2011, p. 74-82) chama de “ilusão biográfica”. Quer dizer, essas narrativas se sustentam no pressuposto ilusório de que “a vida constitui um todo, um conjunto coerente e orientado, que pode e deve ser aprendido como expressão unitária de uma ‘intenção’ subjetiva e objetiva” (Bourdieu, 2011, p.74).

Esse pressuposto aparece de forma implícita em frases como “sempre gostei de *videogames*”, “desde pequeno gostei de jogos”, “naquela época já percebi o que queria fazer da minha vida”. Podemos supor que essas narrativas se inspiram, em parte, na preocupação de dar um sentido, “de descobrir uma lógica ao mesmo tempo retrospectiva e prospectiva, uma consistência e uma constância” (Bourdieu, 2011, p.75), de estabelecer relações de causa e efeito inteligíveis que evidenciam uma sequência de estados sucessivos que só poderiam acontecer do jeito como ocorreram.

Os *videogames*, consolidados como um dos pilares do entretenimento contemporâneo, reúnem diferentes audiências em suas fileiras e dá nítidos indícios de que esta indústria não vive somente dos lançamentos ou *blockbusters* mais recentes do mercado. Pelo contrário, a memória dos primórdios deste *hobby* se mantém viva e forte, como pudemos constatar pelas falas de nossos entrevistados. Aparentemente vivemos tempos nos quais o “entretenimento se eleva a um novo paradigma, a uma nova fórmula de mundo e de ser” (Han, 2019, p.206).

Além do mais, muitas dessas falas e relatos buscam extrair sua autoridade narrativa por serem feitos por sujeitos que clamam terem vivido os acontecimentos relatados. É uma forma de reivindicação de lugar de fala que busca dar legitimidade tanto da história narrada quanto de quem a narra. “Eu vi tudo isso acontecendo”, “Vi em primeira mão”, “É bom que a gente possa contar toda essa linda história para a garotada que não viu”, “Só quem viveu o começo dessa época é que sabe” são exemplos de frases presentes nas entrevistas que seguem a lógica do que Sarlo (2007), em outro contexto, qualifica como *guinada* subjetiva e testemunho da experiência.

Buscamos neste artigo evidenciar os aspectos comunitários que atravessam o universo examinado. Nesse sentido, usamos a teoria de campo de Bourdieu focando a constituição desse universo como espaço social relativamente autônomo. Não nos aprofundamos em uma das questões chave da teoria de campo que é a dimensão de luta entre dominantes e dominados que constituem

e são constituídas por práticas sociais específicas. O valor heurístico da teoria de campo permitiu o esboço do universo dos *videogames* antigos em uma leitura que privilegiou a compreensão do jogo (*ludens*) como uma dinâmica de laços afetivos, afinidades e práticas comuns em uma sociedade marcada pela cultura da memória (Huysen, 2014) – em nossas pesquisas vindouras buscaremos evidenciar as disputas constitutivas desse universo (tomando por hipótese a existência desse universo como um campo social, conforme descrito por Bourdieu).

Por fim, entendemos que a leitura desse universo como um campo de práticas relativamente autônomas ao conjunto da sociedade nos ajuda a evitar estabelecermos uma transposição mecânica entre as práticas de rememoração e de consumo dos entusiastas dos jogos digitais clássicos e a crescente valorização do passado e da memória nas sociedades capitalistas contemporâneas. Embora compreendamos que o desejo pelo passado dos *videogames* deve grande parte de seu substrato no desejo coletivo por diferentes formas do passado (fomentado sobretudo pelos meios de comunicação e por interesses empresariais); entendemos que existem múltiplas dimensões individuais e singulares que não se reduzem aonexo imediato entre a história de vida de cada um dos entrevistados e a cultura da memória em circulação em nossa sociedade.

Ou melhor, no âmbito individual existem inúmeras variáveis – psicológicas, de classe, gênero, raça etc. –, que se relacionam com o desejo pelo passado e não podem ser descartadas de estudos que visem a uma compreensão mais aprofundada desse universo; assim como esse universo ressignifica a cultura da memória de uma determinada maneira que provavelmente não é a mesma em outro universo de bens antigos – por exemplo, a cena *steampunk* (Nunes e Bin, 2018), o campo da decoração doméstica (Batezzatti, 2013) ou o mercado musical de discos em vinil (Gauziski, 2013). Entendemos o campo dos *videogames* clássicos e antigos como um ambiente extremamente fértil para pesquisas vindouras e que certamente iremos nos aprofundar mais em futuros artigos.

Referências

- BACCEGA, M.A. 2009. Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel do sujeito ativo. *Animus. Revista interamericana de comunicação midiática*, **8** (15): 107-122.
- BACCEGA, M.A. 2012. O consumo no campo comunicação/educação: importância para cidadania. In: R.M. ROCHA; V. CASAQUI (org.), *Estéticas midiáticas e narrativas do consumo*. Porto Alegre, Editora Sulina, p. 248-265.
- BAKHTIN, M. 2002. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo, Ed. Hucitec; Annablume, 193 p.
- BATEZZATI, L. C. 2013. *A personalização dos ambientes domésticos através do uso dos estilos vintage e retrô na decoração contemporânea*. Curitiba, PR. Monografia. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 181 p.
- BERGER, C. 2015. Cultura da memória e resistência cultural. Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia. *ALCAR*: 1-16.
- BOGOST, I. 2016. *Play anything: the pleasure of limits, the uses of boredom, & the secret of games*. New York, Basic Books, 288 p.
- BOSI, E. 2003. *O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social*. Cotia, Ateliê editorial, 2003, 224 p.
- BOURDIEU, P. 1994. *Raisons pratiques: sur la théorie de l'action*. Paris, Editions du Seuil, 227 p.
- BOURDIEU, P. 2006. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens*. Rio de Janeiro, Zouk, 220 p.
- BOURDIEU, P. 2007. *Meditações pascalianas*. Rio de Janeiro, Betrand Brasil, 2007, 320 p.
- BOURDIEU, P. 2011. *Razões práticas*. Campinas, Papyrus, 224 p.
- CANCLINI, N. G. 2005. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro, UFRJ, 228 p.
- CASTRO, G. 2014. Comunicação e consumo nas dinâmicas culturais do mundo globalizado. *pragMATIZES - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura*, **4** (6):58-71.
- CHAUÍ, M. 2006. Laços do desejo. In: A. NOVAES (org.), *O desejo*. São Paulo, Companhia das Letras, p. 19-66.
- DUARTE, A. S. et., al. 2006. *Dicionário grego-português* (5 volumes). Cotia, Ateliê Editorial.
- ESPINOSA, B. 1973. [1677] Ética demonstrada à maneira dos geômetras. In: M. CHAUÍ. *Os pensadores: Espinosa*. São Paulo, Abril Cultural, p. 69-299.
- GAUZISKI, D. 2013. O resgate do vinil: uma análise do mercado atual e dos colecionadores na cidade do Rio de Janeiro. *Ciberlegenda*, **28**: 83-94
- GOMES, A.O.; OLIVEIRA, A.A.R. 2010. A construção social da memória e o processo de ressignificação dos objetos no espaço museológico. *Museologia e patrimônio*, **3** (2): 43-55.
- GOMES, J. C. 2020. Contracapa: 1983 + 1984: Quando os videogames chegaram, de Marcus Vinicius Garret Chiado. Disponível em: <http://ucegamers.com.br/siteuceg/contracapa-1983-1984-quando-os-videogames-chegaram-de-marcus-vinicius-garrett-chiado/>. Acesso em: 05/2021.
- HAN, B. 2019. *Bom entretenimento*. Petrópolis, Vozes, 208 p.
- HARVEY, D. 2001. *Condição pós-moderna*. São Paulo, Loyola, 352 p.
- HUYSSSEN, A. 2011. Andreas Huyssen: mídia e discursos da memória (Entrevista concedida a Sonia Virginia Moreira e Carlos Alexandre de Carvalho Moreno). In: J. M. MELO; O. MORAIS, *Coleção Memórias. Vol 4-Vozes da democratização e cidadania: a polêmica global-local*. São Paulo, Intercom, p. 327-335.
- HUYSSSEN, A. 2014. *Políticas de memória no nosso tempo*. Lisboa, Universidade Católica Editora, 136 p.
- LECCARDI, C. 2005. Por um novo significado do futuro mudança social, jovens e tempo. *Revista de sociologia da USP*, **17** (2): 35-57.
- LE GOFF, J. 2000. *História e memória*. Campinas, Editora da Unicamp, 504 p.
- MELLO, F. C.; MASTROCOLA, V. M. 2016. *Game cultura: comunicação, entretenimento e educação*. São Paulo, Cengage Learning, 86 p.
- MELLO, F. C.; MASTROCOLA, V. M. 2019. Identidade, nostalgia e memória afetiva no consumo de videogames retrô. *Interin*, **24** (2): 154-172.
- NUNES, M.R.F.; BIN, M.A. 2018. Retrofuturismo, espaço e corpo-mídia: steampunk e a memória do futuro. *Revista Famecos. Mídia, cultura e tecnologia*, **25**, (2): 1-21.
- NORA, P. 1993. Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Proj. História*, **10**: 7-28.
- ORLANDI, E. 2012. *Análise de discurso. Princípios e procedimentos*. Campinas, Pontes, 100 p.
- PINHEIRO, P. 2008. Poesia e filosofia em Platão. A noção de entusiasmo poético. *Anais de filosofia clássica*, **2** (4): 40-58.
- PINTO, J.P. 1998. *Uma memória do mundo: ficção, memória e história em Jorge Luis Borges*. São Paulo, Estação Liberdade, 184 p.
- SARLO, B. 2007. *Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva*. São Paulo, Cia das Letras, 136 p.
- TEIXEIRA, R. O. 2009. *Felicidade e identidade: a ressignificação da memória em Espinosa*. São Paulo, SP. Tese de doutorado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 272 p.
- THOMSON, P. F. 2008. In: M. GRENFELL (ed.), *Pierre Bourdieu: Key concepts*. Sostocksfield, UNK, p.67-84.