

Maria Joana Rodrigues Sobral

# *Portugalidade* Em Contextos Lúdicos

Repertórios da identidade  
nacional portuguesa  
aplicados a artefactos digitais  
interactivos *video-jogáveis*

Dissertação para obtenção do grau de Mestre  
em Design da Imagem

Orientador: Heitor Alvelos  
Co-Orientador: Luís Lucas Pereira  
Co-Orientador: Pedro Cardoso

Versão Provisória – Modalidade Dissertação

Faculdade de Belas Artes  
Universidade do Porto

Porto, 2011



## **AGRADECIMENTOS**

Orientador Heitor Alvelos,  
Co-orientador Luís Lucas Pereira,  
Co-orientador Pedro Cardoso,  
Ana Cardoso,  
Catarina Sobral,  
Alice Rodrigues,  
Mafalda Nobre,  
Ana Simões,

Obrigado.



## RESUMO

O trabalho de investigação apresentado nesta dissertação debruça-se sobre modos de representação de repertórios da identidade nacional portuguesa em artefactos digitais interactivos *video-jogáveis*. Este exercício surge na continuidade de trabalho prático preliminar: o videojogo *Fátima* (Pereira [et al.], 2010) – sobre as Aparições de Nossa Senhora de Fátima em Portugal –, um projecto desenvolvido por uma equipa que a investigadora integrou.

O presente estudo não se volta exclusivamente para os videojogos nem para os repertórios da identidade nacional portuguesa, mas para a convergência de aspectos particulares provenientes de cada um dos territórios. Mais concretamente, a dimensão simbólica e comunicativa de determinadas estruturas funcionais dos videojogos e os traços típicos – reais ou imaginados – do comportamento colectivo português.

Nesta dissertação pretende-se explorar o universo lúdico dos videojogos como meio para a realização de exercícios de auto-representação colectiva e demonstrar que a representação da *portugalidade* pode servir de mote para o desenvolvimento de objectos que testem as potencialidades plásticas e comunicativas dos videojogos, nomeadamente através da subversão de padrões muitas vezes tidos como inerentes ao meio.

## PALAVRAS-CHAVE

Auto-representação, Identidade colectiva, Identidade nacional portuguesa, Design, Videojogos.



## ABSTRACT

The research presented in this dissertation focuses on ways to represent repertoires of Portuguese national identity in interactive video playable artifact. This exercise emerges in continuity of preliminary work: the video-game *Fátima* (Pereira [et al.], 2010) – on the Apparitions of Our Lady of Fatima in Portugal –, a project developed by a team the researcher integrated.

This study is not devoted exclusively to video-games nor the Portuguese national identity repertoires, but to the convergence of particular aspects from each of the territories. It focuses, more precisely, on the symbolic and communicative dimension of certain functional structures from video-games and typical features – real or imaginary – of the Portuguese collective behavior.

This dissertation aims to explore the playful universe of video-games as a means to perform exercises of collective self-representation and demonstrate that the representation of *Portugality* can be used as a motto for the development of objects that test the visual and communicative potentialities of video-games, namely through the subversion of patterns often taken as inherent to the medium.

## KEYWORDS

Self-representation, Collective identity, Portuguese national identity, Design, Video-games.



## ÍNDICE

Agradecimentos	3
Resumo	5
Abstract	7
Introdução	13
Questão de investigação	13
Contextualização	14
Convergências preliminares	15
O problema do meio	16
Estrutura da dissertação	17
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>18</b>
<b>O meio comunica: Notas sobre a dimensão simbólica dos artefactos digitais interactivos <i>video-jogáveis</i></b>	
1.1. Videojogos tradicionais: Convenções das estruturas funcionais	19
1.1.1. Objectivo	20
1.1.2. Vitória	22
1.1.3. Valorização moral	23
1.1.4. Morte e derrota	25
1.1.5. Os outros	26
1.1.6. <i>E viveram felizes para sempre</i>	28
1.2. Videojogos experimentais: Subversão das estruturas funcionais	32
1.2.1. O problema da comunicação	33
1.2.2. Política, poética e subversão	35
<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>45</b>
<b>Identidade nacional portuguesa: Identificação de repertórios</b>	
2.1. Metodologias	45
2.2. Pensadores contemporâneos da identidade nacional portuguesa	47
2.2.1. Pequenez e grandiosidade	49
2.2.2. Inércia, resignação e leviandade	52

2.2.3.	<i>Chico-espertismo</i>	53
2.2.4.	Síntese	54
2.3.	Senso comum e intuição: <i>Numa palavra, como é o português típico?</i>	55
2.3.1.	Inquérito <i>online</i>	55
2.3.2.	Inquérito presencial	57
2.3.3.	Resultados	60
2.4.	Conclusões	61

### CAPÍTULO 3 64

#### Videojogos e repertórios da identidade nacional portuguesa

3.1.	Estudo de caso: <i>Fátima</i>	64
3.1.1.	Guião, metáfora e questionamento do meio	65
3.1.2.	Mecânicas, arte e som	68
3.2.	Identificação de possíveis relações	70
3.2.1.	O arquétipo do herói	70
3.2.2.	<i>Chico-espertismo</i> e moralidade dúbia	73
3.2.3.	Improvisação	74
3.2.4.	(Recusa do) conflito	76
3.2.5.	Recusa da dimensão trágica da morte	76
3.3.	Dos dados aos videojogos	77

### CAPÍTULO 4 80

#### Possibilidades práticas: Relatório

4.1.	Tema	80
4.2.	Procedimentos e guião	81
4.2.1.	Pequeno avatar	81
4.2.2.	Fuga às ondas	82
4.2.3.	Morte como <i>não-evento</i>	82
4.2.4.	Subversão do binómio vitória / derrota: <i>you-never-win</i> ou vitória vergonhosa e derrota gloriosa?	83
4.3.	Gráficos	83
4.4.	Prototipagem e testes preliminares	85

<b>Conclusões</b>	89
Recuperando a questão de investigação	91
Desenvolvimentos futuros	92
<b>Bibliografia</b>	97
<b>Ludografia</b>	105
<b>Anexos</b>	109
Anexo 1. Glossário	109
Anexo 2. <i>E-mail</i> a solicitar a participação no inquérito <i>online</i>	112
Anexo 3. Resultados dos inquéritos <i>online</i>	113
Anexo 4. Excertos das respostas obtidas nos inquéritos presenciais	131
Anexo 5. Entrevista dada ao jornal digital Jornalismo Porto Net	133
Anexo 6. Artigos sobre <i>Fátima</i> (Pereira [ <i>et al.</i> ], 2010)	136
Anexo 7. Design do videojogo: Conceito principal e regras	138



## INTRODUÇÃO

A presente investigação centra-se no cruzamento lúdico de dois territórios aparentemente apartados: artefactos digitais interactivos *video-jogáveis* e repertórios da identidade nacional portuguesa.

Quando dizemos **artefactos digitais interactivos *video-jogáveis*** falamos de videojogos tradicionais ou populares bem como de videojogos experimentais. Quando dizemos **repertórios da identidade nacional portuguesa** falamos de imagens mentais, daquelas ideias que fazemos de Portugal e dos portugueses que são do domínio do senso comum e que não estão isentas de “(...) *preconceitos passionais*” (LOURENÇO, 1988, p. 70). Estes repertórios são construções colectivas e, por isso, relativamente consensuais acerca das características do modo de ser português.

O estudo aqui apresentado não se centra na especificidade de cada um dos territórios, mas na sobreposição de dimensões particulares de ambos. A investigação pretende ser um exercício experimental que, pela convergência dos universos mencionados, procura encontrar terreno para uma exploração criativa de um meio regra geral menosprezado pelas altas esferas da cultura e também pelo design – e quiçá até sub-aproveitado.

O nosso contributo, enquanto investigadores na área do design da imagem, tem essencialmente que ver com o lado comunicativo e simbólico dos artefactos *video-jogáveis*, no contexto específico da representação de uma imagem de Portugal. E assim chegamos à questão de investigação.

### Questão de investigação

A questão à qual procuramos dar resposta no decorrer da investigação desdobra-se em duas. Por um lado: **Como pode a dimensão simbólica dos videojogos explorar e comunicar repertórios da identidade nacional portuguesa?**

Por outro, inversamente: **Em que é que a imagem da *portugalidade*, uma vez transposta para uma linguagem *video-jogável*, pode contribuir para re-interpretar ou re-perspectivar os videojogos?** Será isso realmente possível? Estarão de facto os artefactos digitais interactivos *video-jogáveis* a ser sub-aproveitados? Ou pouco se pode tirar deles em termos criativos? É difícil acreditarmos que seja esse o caso. Poderemos nós, enquanto investigadores no campo do design, olhar para os videojogos segundo perspectivas alternativas? Trata-se essencialmente de re-enquadrar o meio, observando-o segundo um ângulo particular que não parte dele, que nem sequer se centra nele, mas antes nas relações que pode estabelecer com os conteúdos que comunica, relações essas que em última instância poderão constituir o motor da sua transformação.

A relação entre videojogos tradicionais e videojogos experimentais é, portanto, vital para o presente estudo. Concretamente, a especulação sobre os usos experimentais do meio poderá sair a ganhar se primeiramente procurarmos compreender quais os seus usos tradicionais, isto é, o que é habitual fazer-se em videojogos. Assim, designamos por **videojogos tradicionais** ou **populares** aqueles criados essencialmente para consumo em massa e uso comercial, portanto, tendo essas preocupações na sua génese. Em oposição, os **videojogos experimentais** – mais raros – são regidos por preocupações académicas, artísticas, políticas, filosóficas e pessoais. A definição de Tocci (2008) de videojogos tradicionais ou populares é-nos útil aqui: “(...) *what games have traditionally been like, not what they could be like or even where some seem to be moving already.*” De facto, o meio é versátil, plástico e parece ser terreno promissor para a exploração criativa. Mas prometer e cumprir são coisas distintas. Jason Rohrer, autor de uma série de videojogos experimentais, afirma: “*We’re still learning how to express through gameplay, and we’re not quite there yet.*” (2008) Pode parecer inapropriado falar em tradição num meio tão recente. Fazemo-lo essencialmente com o intuito de sublinhar a ideia de que os videojogos são (ou podem ser) mais do que aquilo que têm sido. O meio parece ter potencialidades que ultrapassam largamente aquelas que aparecem reflectidas na maioria dos seus artefactos.

*“Video-games are new forms. Future video-games may take unexpected forms we know nothing about, and that have little to no relationship with traditional ways of thought about form.”* (CRAVEIRINHA; ROQUE, 2011)

No decorrer do discurso, aplicamos o termo genérico **videojogos** quando nos referimos a videojogos tradicionais ou populares bem como a outros artefactos digitais interactivos *video-jogáveis* ou a videojogos experimentais.

## Contextualização

O exercício que propomos poderia ser feito usando como matéria-prima outra realidade que não os repertórios da identidade nacional portuguesa. Não queremos argumentar que a identidade portuguesa possui aspectos exclusivos e perfeitamente apropriados à tarefa em questão. Queremos sim averiguar se por via dela é possível promover abordagens alternativas ao meio e, também, dar espaço a revisões da ideia estereotipada de videojogo.

Enquanto portugueses, é expectável que o tema da identidade nacional nos desperte interesse. Os videojogos, por outro lado, não fazem parte dos interesses naturais da investigadora, o que pode não constituir necessariamente um ponto fraco. Esta particularidade dá-nos um distanciamento relativamente a um dos objectos de análise, promovendo assim uma leitura mais fria e evitando o pensamento normativo.

“Readers, film buffs, art lovers, and passionate game players tend to confuse the experience of their beloved objects with a theory thereof, a lesson that some ludologists<sup>1</sup> apparently have not yet learned.” (SIMONS, 2007)

Crucial ainda para o rumo que a presente investigação veio a tomar foi uma experiência anterior da investigadora. Falamos de um videojogo sobre as aparições de Nossa Senhora em Fátima.<sup>2</sup> Esta primeira experiência de design de jogos contribuiu para que abandonássemos um conjunto de ideias pré-concebidas acerca do meio e para que reconhecêssemos as suas eventuais potencialidades comunicativas e expressivas. E é essencialmente nestes dois pontos que acreditamos que o presente estudo, como continuação do trabalho passado, pode ter pertinência.

### Convergências preliminares

Primeiro, é de sublinhar a forte presença do popular na presente investigação. O meio é popular – “*Computer games are much like candy, comic books, and cartoons*” (CRAWFORD, 1982) – e o conteúdo também, uma vez que falamos de repertórios consensuais da identidade portuguesa. Encontramos assim o primeiro ponto comum aos dois territórios, que contribui já para justificar a sua convergência nesta dissertação.

Outra relação que podemos identificar também imediatamente não é um ponto comum mas uma relação de opostos. Sabemos empiricamente que tendemos a associar **videojogos** a **divertimento**, e *amargura* ao *modo de ser português*. A intenção de subverter a nossa narrativa colectiva – que muitas vezes é tida como fatal e triste – pelo uso de um meio conotado com diversão, futilidade e ausência de conteúdo edificante<sup>3</sup> não foi, portanto, alheia à decisão inicial / mote da investigação. A exploração desta contradição pode, por exemplo, levar ao desenho de artefactos *video-jogáveis* que explorem a melancolia em vez de procurarem entreter. Assim, por esta via, temos que a representação da *portugalidade* pode ajudar à experimentação em videojogos.

“We must stop this condescending view on video-game players, this idea that if a

---

1 Sobre ludologia consultar 1.1.6.

2 *Fátima* (Pereira [et al.], 2010). Disponível em [playfatima.net](http://playfatima.net).

3 No decorrer da presente investigação damos exemplos de artefactos digitais interactivos *video-jogáveis* que não se encaixam neste padrão. Os videojogos entendidos como um meio fútil conotado apenas com divertimento é uma ideia que vem do senso comum.

*video-game is not fun, no one will play it. Life goes beyond immediate pleasure.*” (CRAVEIRINHA; ROQUE, 2011)

Além disto, a procura por dimensões do meio que ultrapassem a do divertimento isolado cria condições para o desenvolvimento de abordagens experimentais em videojogos não apenas de índole artística, mas também de índole política e crítica. Ora, a capacidade de veicular mensagens políticas ou de crítica social através dos videojogos pode apenas ser testada quando estes últimos se apropriam de temas socialmente pertinentes. É o caso da identidade portuguesa, principalmente tendo em conta o contexto social e político do país em 2011.<sup>4</sup> A crise apela a (mais) uma revisão da identidade e a consequentes manifestações da mesma.

## O problema do meio

O problema do meio é parte crucial da investigação. Somos levados a repetir, também aqui, a conhecida ideia de McLuhan: *“All media work us over completely. They are so pervasive in their personal, political, economic, aesthetic, psychological, moral, ethical, and social consequences that they leave no part of us untouched, unaffected, unaltered.”* (1967, p. 26)

Dizemos que o problema do meio é crucial porque parte significativa da investigação apresentada se volta para a confirmação desta tese no terreno dos videojogos: os videojogos são também *a mensagem*. Bogost diz-nos que apesar do seu sucesso comercial, os videojogos continuam a lutar por aceitação como formas culturais (2007, p. vii). Talvez se possa antes dizer que devido ao seu sucesso comercial, os videojogos continuam a lutar por aceitação como formas culturais. Temos consciência, naturalmente, que isto não pode ser visto de forma tão literal: *“Just because something works in the mass market does not mean that it must be junk.”* (CRAWFORD, 1982) Mas o facto é que os conteúdos comumente encontrados em videojogos populares contribuem para uma ideia generalizada do meio como qualquer coisa de inferior no seio do universo cultural. Mas não apenas os conteúdos. À frente, nesta dissertação, procuramos descortinar que aspectos da gramática do meio desempenham também aqui um papel importante.<sup>5</sup>

---

4 A crise financeira que se vinha arrastando, a queda do XVIII Governo Constitucional, a entrada de ajuda externa do Fundo Monetário Internacional, União Europeia e Banco Central Europeu, as medidas de austeridade, a queda das cotações da dívida soberana pelas agências de *rating*.

5 Consultar 1.1.

## Estrutura da dissertação

O corpo da dissertação divide-se em quatro capítulos principais. O primeiro é dedicado à análise de determinados aspectos do meio relevantes para dar resposta às questões de investigação. A saber: que estruturas são tipicamente encontradas em videojogos, com que objectivos, e que significados comunicam. Em seguida, ainda no primeiro capítulo, tentamos perceber como podem essas estruturas ser citadas e subvertidas em videojogos não tradicionais, isto é, em artefactos digitais interactivos *video-jogáveis* regidos por intenções de cariz não comercial mas artístico.

No capítulo seguinte centramo-nos na identificação de repertórios da *portugalidade*. Aqui, procuramos enunciar um conjunto de aspectos provenientes deste território que podemos fazer migrar para o outro e quais as razões que o sustentam.

Depois, no capítulo três, fazemos o cruzamento dos dois universos. Buscamos relações entre videojogos e *portugalidade*. Este exercício tem como objectivo perceber em que medida a última pode ou não servir para re-pensar os primeiros.

Por último, no quarto capítulo, ensaiamos possibilidades concretas para o design de artefactos digitais interactivos *video-jogáveis* que possam ir ao encontro dos pressupostos enunciados no corpo da investigação.

## CAPÍTULO I

### O MEIO COMUNICA: NOTAS SOBRE A DIMENSÃO SIMBÓLICA DOS ARTEFACTOS DIGITAIS INTERACTIVOS VIDEO-JOGÁVEIS

O conceito de **videojogo** é muito vasto e pode ser entendido sob as mais diversas perspectivas: filosófica, social, tecnológica, entre outras. Para os objectivos da presente investigação, no entanto, não interessará discuti-lo, pelo menos não de uma forma aprofundada. Melhor dizendo, o que pode ser útil no âmbito deste estudo não é tanto fazer uma revisão das várias definições de videojogo<sup>1</sup> como é reconhecer a plasticidade e multidimensionalidade do

---

1 Grande parte das definições de videojogo avançadas por estudiosos do tema são extraordinariamente complexas, detalhadas e técnicas. Podemos até argumentar que promovem uma visão tradicional do meio, isto é, que tendem a informar a produção de objectos repetitivos, que seguem a linha do que é comum fazer-se em videojogos. De notar que estas definições entendem os videojogos como versões digitais dos jogos. *“The very names we use to address the fields themselves – game design and video-game – are surely poor linguistic objects to begin with, as they firmly suggest that, well, video-games (a thing of the future) must be games (a thing of the past).”* (CRAVEIRINHA; ROQUE, 2011)

Para Caillois, o jogo é uma actividade livre, delimitada, incerta, improdutiva, regulamentada e fictícia (1990, p. 29-30). Juul (2003) reúne as definições de jogo dadas por sete autores e, tendo como base esse material, enuncia seis critérios aos quais um jogo deve obedecer para ser classificado com tal. São eles: 1) regras, 2) resultados variáveis e mensuráveis, 3) valor ou significado atribuído aos resultados possíveis, 4) esforço do jogador, 5) ligação do jogador ao resultado e 6) consequências negociáveis. Crawford (1982), por seu lado, enumera as seguintes propriedades fundamentais dos jogos: 1) representação (um jogo seria um sistema formal fechado capaz de representar subjectivamente uma porção da realidade), 2) interacção, 3) conflito e 4) segurança. Estas e outras definições tendem a caracterizar o jogo, como afirmam Björk e Holopainen (2003), como uma actividade que envolve interacção, participantes movidos por objectivos em conflito e modos formalizados para alcançar esses objectivos.

Uma definição mais geral e, arriscamos, mais justa, capaz de promover leituras menos restritas e restritivas dos videojogos é-nos proposta por Craveirinha e Roque (2011): *“(...) video-games are all creative artifacts that exist in an interactive digital medium (computers, consoles, cellular phones) that are non-functional (i.e. not geared towards realizing everyday tasks [SIC] such as word-processing, communication or image-editing). Everything else, be they structurally descendent from games, stories, art, simulations, or some other unforeseen concept, is a video-game.”*

Também Tavinor acredita nas vantagens de uma definição mais abrangente: *“Previous theoretical approaches to videogames do not hold much promise when formulated as definitions. Rather, to define videogames, we need to look into the formal possibilities of definition itself, and construct a definition that offers the possibility that there may be*

meio e talvez a pouca justiça que lhe fazem as visões mais normativas.

O presente capítulo divide-se, então, em duas partes: uma centrada precisamente na *norma*, isto é, na ideia de videogame vinda do senso comum; e a outra centrada na fuga à *norma*, isto é, nos videogames experimentais que procuram explorar o meio tomando vias menos convencionais.

Concretamente, na primeira parte procuramos identificar um conjunto de estruturas funcionais convencionadas e tipicamente encontradas em videogames. Chamamos-lhes estruturas funcionais porque são elementos estruturais presentes em muitos videogames e responsáveis pelo funcionamento dos mesmos, enquanto sistemas. Mas têm também uma dimensão simbólica que não pode ser ignorada. É necessário compreender que significados emergem destas estruturas funcionais e são comunicados ao jogador. Exemplificando, objectivo, morte, ressurreição, caminho, conflito são elementos estruturais que constroem o jogo, mas encerram significados que já não têm apenas que ver com a dimensão formal do meio.

A segunda tarefa do capítulo é uma breve revisão do que tem sido feito, no campo dos videogames mais experimentais, no sentido de citar, inverter ou rever estas estruturas funcionais padronizadas – e conseqüentemente os significados por elas comunicados – criando assim condições para uma experiência mais abrangente e para uma leitura mais livre do meio.

Em suma, tendo em conta os propósitos da investigação – por um lado, averiguar como pode a dimensão simbólica dos videogames comunicar os repertórios da *portugalidade* e, por outro, averiguar em que medida a representação destes repertórios por via dos videogames pode contribuir para subverter determinadas estruturas funcionais presentes nestes últimos, re-perspectivando assim o meio –, é necessário primeiramente identificar um conjunto destas estruturas e compreender como podem ser subvertidas.

## 1.1. Videogames tradicionais: Convenções das estruturas funcionais

*“Computer games (...) unanimously embrace a set of rigidified design and gaming conventions, assumed to be indispensable to entertainment.” (LEE, 2003)*

Um videogame tradicional ou popular<sup>2</sup> comunica um conjunto de significa-

---

*more than one way to be a videogame. Thus, X is a videogame if and only if it is an artifact in a visual digital medium, is intended as an object of entertainment, and is intended to provide such entertainment through the employment of either rule and objective gameplay or interactive fiction.” (2009, p. 32-33)*

2 Há que salvaguardar que não nos interessam tanto os Role-Playing Games (RPG) (Ver Anexo 1) nem os Massively Multiplayer Online Role-Playing Games (MMORPG) (Ver Anexo 1). Em-

dos que ultrapassam ou não dependem do conteúdo. São significados inerentes à própria estrutura do meio, ao seu funcionamento. Nas palavras de Flanagan (2009, p. 223), “*As a cultural medium games carry embedded beliefs within their systems of representation and their structures, whether game designers intend these ideologies or not.*” Iremos ocupar-nos de seguida da identificação de um conjunto destas estruturas funcionais. Trata-se aqui de resumir determinadas características gerais, frequentemente encontradas em videojogos, e não transversais ao meio. Acresce que os padrões identificados de seguida não são exclusivos dos videojogos populares, mas o estudo incide por ora neste território e portanto vamos deter-nos nele.<sup>3</sup>

### 1.1.1. Objectivo

*“Explicit or implicit, centralized or dispersed, directly provided or indirectly supported by games, goal is the ultimate fulfilling factor in what we know of computer games so far.” (LEE, 2003)*

Por norma, é apresentado ao jogador um ou mais objectivos<sup>4</sup> que deverão ser alcançados para ganhar o jogo.<sup>5</sup> O cumprimento da missão é recompensado com a vitória, o incumprimento é punido com a derrota. Portanto cumprir

---

bora também nos sirvamos deles pontualmente para exemplificar determinadas ideias, estes videojogos afastam-se do universo abrangido pelas questões de investigação, pelo que não os considerámos pertinentes. Apesar de serem jogos *paidia* (CAILLOIS, 1990) (Ver Anexo 1) – isto é, ambientes interactivos que promovem uma movimentação mais livre (mais próxima da brincadeira) por parte do jogador – os RPGs e MMORPGs são tidos unanimemente como videojogos e, portanto, pertencem ao universo daquilo a que chamámos **videojogos tradicionais**. Daí a necessidade de fazer esta ressalva: neste capítulo, expomos um conjunto de paradigmas típicos dos videojogos, mas nem sempre os encontramos nos RPGs nem nos MMORPGs, como também nem sempre os encontramos em outros videojogos populares.

3 Determinados padrões identificados neste capítulo estão presentes também, por exemplo, em narrativas lineares audio-visuais. Consultar 1.1.6.

4 Os objectivos de um jogo podem, como nos diz Juul (2003), ser comunicados das mais diversas formas: “*It can be a statement on the box (‘Defend the Earth’); it can be stated in the instructions of the game; it can be signaled by the fact that some actions give a higher score than others; by virtue of there only being one way of progressing and making something happen; or it can be implicit from the setup – being attacked by hostile monsters usually means that the player has to defend him / herself against them.*”

5 Sobre a vitória, consultar 1.1.2.

é melhor do que não cumprir. Logo, a relação entre objectivos, condição de vitória e representação de valores é estreita.<sup>6</sup>

Existem diferentes tipos de objectivos. Björk e Holopainen (2003) distinguem entre endógenos, aqueles exclusivos do jogo – “(...) *checkmate the opponent’s king, occupy the largest amount of the game area, be the first to reach a certain point, or have the highest score.*” – e exógenos, aqueles que acrescentam significado ao acto de jogar ou motivação ao jogador.

Nem todos os videojogos precisam de apresentar aos jogadores objectivos endógenos para serem entendidos como jogos. “*Open-ended simulation games such as The Sims change the classic game model by removing the goals, or more specifically, by not describing some possible outcomes as better than others.*” (JUUL, 2003) Se por um lado, em *The Sims* (Maxis, 2000), a ideia é cuidar das personagens – mantê-las alimentadas, limpas e felizes (FLANAGAN, 2009, p. 49) – por outro, agir no sentido inverso não resulta na punição do jogador com a conclusão precipitada do jogo. Assim, manter as personagens satisfeitas pode não ser entendido como um objectivo. Terá *The Sims* algum objectivo? Será *The Sims* de facto um jogo? Se o pensarmos como um artefacto digital de brincar às casinhas (FLANAGAN, 2009, p.50), então podemos argumentar que não, que é antes um brinquedo.<sup>7</sup> Mas não precisamos de ir tão longe. Se um jogo se furta à tarefa de atribuir valores aos diferentes resultados ou caminhos possíveis, isso não significa que os jogadores também o façam.

“*Even though games such as The Sims 3 do not have implicit goals, there is a need for players to define their own goals through interacting with the gameworld.*” (GAZZARD, 2011)

Assim, mesmo aqueles jogos que funcionam sem objectivos claros (por exemplo os que promovem essencialmente a exploração do mundo do jogo) criam condições que favorecem a enunciação de objectivos por parte dos próprios jogadores (GAZZARD, 2011). Nestes casos, os objectivos são individuais, muitas vezes relacionados com aquilo que Gazzard chama “recompensas pessoais”. Estes dois tipos de objectivos (os centrais e os pessoais) não só não são incompatíveis como convivem frequentemente.

---

6 À frente (1.1.3) trataremos da representação da moral em videojogos mais detalhadamente.

7 A propósito dos videojogos *paidia* (CAILLOIS, 1990) – para o significado de *paidia*, *ludus* e outros termos de Caillois (1990) ver Anexo 1 –, e neste contexto da definição de objectivos por parte dos jogadores, Frasca (1999) afirma: “*Paidea videogames have no pre-designated goal. So, there is no ‘winning plot’ (...). The player has more freedom to determine her goals. (...) [A]s soon as the paidia player determines a goal with winning and losing rules, the activity may become a ludus.*”

*“Although each game can have a centrally defined core goal that the player strives towards, each player will overcome ‘short-term’ goals either implicit in the game design or through their own devising. Each ‘short-term’ goal may then allow for what I define as a personal reward. Personal rewards are created through the completion of player defined short-term goals.” (GAZZARD, 2011)*

Ora, independentemente da sua natureza – endógenos ou exógenos, do jogo ou do jogador – os objectivos da maioria dos videojogos tradicionais parecem, segundo Walther (2003), convergir para um mesmo e único objectivo: *“One already knows in a game that the mission is to keep on gaming (...)”*.

Porque é tão importante permanecer no jogo? A resposta *porque só permanecendo no jogo é possível ganhar* levanta novos problemas. Primeiro problema: há jogos em que o jogador perde sempre – como o *Tetris* (Pajitnov; Gerasimov, 1984) – e nem por isso deseja menos continuar no jogo. Segundo problema: porque é tão importante ganhar? A resposta à pergunta inicial deverá então ser outra. É importante permanecer no jogo porque o jogo é interessante. Dito de outro modo, jogar é gerir acções num universo com significados. No terreno de jogo, os nossos esforços não são aleatórios, entendemos as consequências dos nossos actos e as nossas expectativas são respeitadas.<sup>8</sup>

*“Moving an avatar<sup>9</sup> is much more meaningful in a game environment than in an empty space; throwing a ball has more interesting implications on the playing field than off the playing field (...)” (JUUL, 2003)*

### 1.1.2. Vitória

*“In much of game scholarship, it has been argued that games are by their definition competitive in that they always have an end point – a winning or losing state.” (FLANAGAN, 2009, p. 6-7)*

Na melhor das hipóteses, joga-se para adiar ao máximo uma derrota inevitável – *Tetris* (Pajitnov; Gerasimov, 1984). Nestes casos, superarmo-nos ou aos outros chega para nos sentirmos vitoriosos. Isto é, fazer melhor do que antes é já ganhar.

Ganhar<sup>10</sup> é importante. Voltamos à pergunta feita anteriormente e que

---

8 Adiante (1.1.6.), a propósito da narrativa, desenvolvemos esta ideia.

9 Avatar: Elemento que representa o jogador no mundo do jogo.

10 Jane McGonigal (2010) defende que a sensação de vitória iminente – principalmente de

deixámos sem resposta: porquê? Uma resposta possível é-nos dada por Juul (2003): *“As a player you agree to be happy if you win the game, unhappy if you loose the game. This is part of what we may term the game contract and curiously happens even in a game of pure chance.”* (JUUL, 2003) Além disso: *“Losing to another person always entails some loss of dignity.”* (CRAWFORD, 1982) Mas talvez a resposta mais apropriada seja a dada por Frasca (2007, p. 119). Para Frasca é importante ganhar porque: *“(…) the system is built under the assumption that the player wants to win.”*

Isto é, não se trata aqui apenas de uma questão simbólica. Tem que ver com a dinâmica de funcionamento. Dito de outro modo, jogar é, em certa medida, jogar para ganhar. Jogar para perder não faria sentido, até porque poderia comprometer o desenrolar do jogo. Estas convenções são arbitrárias mas vitais para que o jogo possa acontecer. O mesmo se passa com as regras. Discutir o conteúdo das regras equivale a recusar o próprio jogo e portanto impossibilita o acto de jogar. Nas palavras de Huizinga (2000): *“(…) não há dúvida de que a desobediência às regras implica a derrocada do mundo do jogo.”*

### 1.1.3. Valorização moral

O binómio vitória / derrota relaciona-se intimamente com o binómio bem / mal: se somos capazes somos recompensados, caso contrário somos castigados. Ganhar é bom e perder é mau.

*“In Super Mario Bros. (1985) any action that goes against rescuing Princess Peach is bad; rescuing Princess Peach is considered to be good. This logic is so pervasive in games that it can easily become invisible to players. In other words, games are designed so the action moves towards a happy ending. Surely, it is possible to include a tragic cutscene at the end of a game in order to provide a sad ending but this does not change the fact that the actions leading towards achieving the main goal as generally seen as acceptable.”* (FRASCA, 2007, p. 129)

---

uma vitória épica, inspiradora, plena de significado – é tão poderosa que, uma vez transportada dos jogos para a realidade, pode operar milagres. O argumento de McGonigal é o de que, porque tendemos a ser melhores nos jogos *online* do que na vida real (melhores não no sentido de sermos moralmente mais correctos, mas no sentido de sermos mais bem sucedidos), acabamos por preferir passar o tempo a jogar do que a fazer outra coisa qualquer que pertença ao mundo *real*. Segundo McGonigal, à força de tanto jogar estamos a aprender a ser um espécie mais colaborativa e entusiasta e, eventualmente, essas mudanças irão fazer-se notar noutros domínios. Bowen (2005) concorda com esta dimensão épica da vitória e aponta-a como componente-base da gramática dos jogos: *“The feeling of heroism, the obsession of most 14-year-old boys, is the basis of most games.”*

Tendo em conta que, por um lado, os nossos actos no jogo não têm repercussões a não ser no próprio jogo<sup>11</sup> e que, por outro, esses mesmos actos vão no sentido de assegurar a vitória, podemos deduzir que, no terreno de jogo, agir correctamente equivale a fazer o necessário para ganhar.

*“When we tell a player that he must perform certain actions to win the game, we are defining those actions as good or desirable. Likewise, when we say that the player must avoid certain actions, we are defining them as bad or undesirable.”* (ROLLINGS, 2003, p. 77)

O binómio bem / mal faz parte da gramática dos videojogos tradicionais, o que não significa que estes representem o bem e o mal de forma tradicional.

*“The ethical space of most game worlds is rather disjoint [SIC] from ethics in the real world. Games allow, even require, you to do things that you can’t do in the real world.”* (ROLLINGS, 2003, p. 77)

Exemplificando, se for preciso matar para ganhar, então matar é a atitude correcta. E não são poucos os videojogos que convidam a matar. No entanto, e independentemente do grau de subversão com que o moralmente correcto é representado nos videojogos tradicionais, uma lição de moral clássica é comunicada ou está subentendida nesta lógica binária ganhar / perder, bem / mal que temos vindo a analisar. Os videojogos parecem dizer-nos ser bem sucedido é difícil, é preciso lutar.<sup>12</sup> A dificuldade não pode, assim, ser retirada da equação: é mais difícil ganhar que perder. Este é mais um dado responsável por tornar a vitória desejável.

*“There is a tendency that the positive outcomes are harder to reach than the negative outcomes – this is what makes a game challenging; a game where it was easier to reach the goal than not to reach it would likely not be played very much.”* (JUUL, 2003)

---

11 Esta ideia é corroborada, entre outros, por Callois para quem o jogo é “(...) uma ocupação separada, cuidadosamente isolada do resto da existência, e realizada, em geral dentro de limites precisos de tempo e de lugar” (1990, p. 26) e por Huizinga (2000) que nos diz que o jogo é “(...) exterior à vida habitual (...)”.

Estas afirmações estão, todavia, longe de reunir consenso. Como explica Frasca (2007, p. 74-75): “(...) games are not part of an alternative reality that shield them from the so-called ‘real life’. Their consequences are very real. However, games are a cultural form that allow players minimize these consequences to the ones that they are willing to cope with.” Daí, talvez, a força da ideia de “círculo mágico” (HUIZINGA, 2000).

12 Acerca do uso das narrativas em videojogos consultar 2.1.6.

#### 1.1.4. Morte e derrota

“(...) [D]eath is synonymous with failure in videogames. Killing the avatar is a convention that sprung up in the medium’s infancy, and the industry has yet to outgrow it.” (NEWMAN, 2008)

Sabemo-lo empiricamente, a derrota equivale muitíssimas vezes à morte do jogador. Evitar ser morto é um objectivo comum à maioria dos videojogos (BEVAN, 2007). Não é difícil verificar, portanto, que vida e morte em videojogos nada têm que ver com vida e morte na realidade, nem com vida e morte nas narrativas. No cinema, por exemplo, a morte é geralmente o clímax e um evento catártico (BEVAN, 2007).

Em videojogos populares, morrer é fracassar, parar, e, frequentemente, voltar atrás e ser obrigado a repetir os mesmos passos, é um impedimento ao progresso (TOCCI, 2008). Daí o desejo de fugir à morte: o insucesso é punido com o aborrecimento de voltar a fazer tudo outra vez.

Mesmo em videojogos abstractos, sem avatar do jogador e sem personagens minimamente antropomórficas, é frequente a derrota fazer-se acompanhar de um *morri*. A morte é, assim, parte integrante da gramática tradicional dos videojogos: alimenta o sistema, contribui para o seu funcionamento. Nas palavras de Newman (2008), “*Most videogames (...) use death to impede the narrative in service of the gameplay.*” Tocci (2008) reitera: “*The way that videogames have dealt with failure, primarily through protagonist death and trial-and-error, has generally been more concerned with games as rule sets than with games as narratives.*”

É a mecânica da tentativa-e-erro que permite que joguemos mais do que uma vez o mesmo jogo. Erramos, morremos, aprendemos e voltamos a tentar. Esta lógica depende intimamente da interrupção momentânea que é a representação da morte do jogador, por muito pouco literal que esta possa ser em determinados casos (como em videojogos abstractos que nunca recorrem ao termo *morte* mas antes ao também clássico *Game Over*<sup>13</sup>).

O que importa não é tanto como a morte é representada, mas o facto de ela ser aparentemente necessária. “*To lose is a common result in agônai*

---

13 A forma como a morte é representada varia então desde um objectivo e abstracto *Game Over* (Ver Anexo 1), isento de qualquer intenção de provocar no jogador uma reacção emocional que ultrapasse a simples frustração de ter de voltar a tentar, até tentativas de criar momentos dramáticos e emocionalmente muito mais absorventes. Num dos pólos: “*The more traditional videogame approach to the loss of a life portrays death as braid and uneventful, a quick hurdle before the protagonist returns to the fray (...)*” (TOCCI, 2008). No outro: “*Games with greater narrative ambitions (...) often dramatize or even fetishize the moment of death, treating it as a scene in itself [Ex. Resident Evil 4 (Capcom, 2005)].*” (TOCCI, 2008)

[CAILLOIS, 1990]<sup>14</sup> *games, especially in the early stage of a given game-play. ‘I lose, therefore I think, so as to figure out a strategy toward the win state’: This is a ‘player response’ overtly desired by game design mandated by the trial-and-error notion.*” (LEE, 2003)

Bevan (2007) questiona-se sobre se será a morte de facto necessária, se não haverá outras formas de permitir que o jogo funcione e, ainda, porque não pode ser a morte em videojogos mais próxima da morte real.<sup>15</sup> No capítulo seguinte averiguamos em que medida é possível re-representar a morte em videojogos, o que muitas vezes implica a redefinição da própria ideia de videojogo ou daquilo que se espera que um videojogo faça.

*“Despite what some may charge, however, this is not an inherent bias of the medium. The die-and-retry approach is a shortcut in game design, a holdover from an era when games were more limited in their ability to tell stories.”* (TOCCI, 2008)

### 1.1.5. Os outros

*“Experience is inseparable from structured action, which is seldom carried out by an isolated ego. In most situations, the player confronts either another player or some impersonal obstacle. There is always a dynamic interplay of move and counter-move. A squash player must wait to see how the ball bounces back from the wall. This ‘waiting to see’ indicates an essential feature about the activity of playing: that there is always something other, and so play is seldom radically subjective. The experience of the player is partly constituted by this moment of otherness.”* (RODRIGUEZ, 2006)

A interacção pressupõe sempre troca e, no caso dos videojogos, esta troca equivale, regra geral, a conflito (CRAWFORD, 1982): *“Conflict arises naturally from the interaction in a game. The player is actively pursuing some goal. Obstacles prevent him from easily achieving this goal. (...) If that intelligent agent actively blocks the player’s attempts to reach his goals, conflict between the player and the agent is inevitable.”*

Assim, os outros são, não um qualquer traço narrativo, mas uma necessidade estrutural. Se pensarmos na dimensão narrativa, podem ser representados como personagens hostis clássicas ou de qualquer outra forma. O

---

14 Ver este e outros termos de Caillois (1990) em Anexo 1.

15 Bevan (2007) adianta que em certos casos a resposta é evidente: *“In MMORPGs (...) it’s economics. (...) the vibrant in-game economy depends to a certain extent on death and regeneration: when your avatar comes back to life, your weapons are damaged and need repairing – for which you pay a fee.”*



Figura 1. *Space Invaders* (Taito Corporation, 1978). Não será por acaso que os inimigos são frequentemente alienígenas. Os ETs são o símbolo por excelência da alteridade hostil. Nas palavras de Bogost (2007, p. 107): “*There is perhaps no more effective metaphor for theft than alien invasion.*”

essencial é que existam, para que lhes possamos reagir.

De facto, nem sempre o outro é hostil. O conflito, entendido como confronto ou luta, não é a única forma de nos relacionarmos com o outro. Existem videogames – principalmente *paidia* (CAILLOIS, 1990)<sup>16</sup> – que não nos convidam a enfrentar o outro mas antes a cuidar dele – como por exemplo *The Sims* (Maxis, 2000) ou o brinquedo *Tamagotchi*.<sup>17</sup> No entanto, isto não significa que, no decorrer na tarefa de cuidar do outro, não emergjam conflitos vários a ultrapassar. Dificuldades, problemas, o inesperado: metáforas para crescimento pessoal. Esta ideia leva-nos de imediato ao ponto seguinte, que tem que ver com narrativa em videogames.

16 Ver este e outros termos de Caillois (1990) em Anexo 1.

17 Brinquedo criado em 1996 que permite cuidar de uma criatura de estimação virtual.

### 1.1.6. *E viveram felizes para sempre*

*“Humans need stories and will find stories in everything.”* (HARVEY; SAMYN, 2006)

O debate narrativa *versus* jogos é longo. Resumidamente, há quem defenda que são duas coisas distintas, por exemplo Frasca (1999), e quem defenda o contrário, por exemplo Simons (2007). Uns são denominados de **ludologistas** e outros de **narratologistas** (TOCCI, 2008).

*“[T]he narratological approach, where videogames are characterized as new forms of narratives or texts; the ludological approach, where they are seen as being principally games though in a new digital medium (...)”* (TAVINOR, 2009, p. 15)

Vamos aqui referir sumariamente um conjunto de argumentos de ambos os lados. Simons (2007) defende a versão de que jogos e histórias estão mais próximos que afastados. O autor nota que os jogos tornam-se histórias porque os factos que se desenrolam num jogo podem ser contados. Simons defende igualmente que as histórias podem desempenhar um papel importante no processo de tomada de decisões durante as jogadas. Para o autor, *“The plot versus rules distinction is simply a non-starter, as has already been amply demonstrated in practice by games like The Sims series (...) which are designed to let stories emerge and to have players empathize with characters (...)”*.

Frasca (1999), no entanto, acredita que isso por si só não chega para fazer dos jogos histórias. *“(...) [W]e cannot claim that ludus and narrative are equivalent, because the first is a set of possibilities, while the second is a set of chained actions. (...) [S]ome kinds of ludus (...), can produce narrative sequences and, therefore, narrative. However, producing narrative and being narrative are different things.”* (FRASCA, 1999) Juul (2001) corrobora. Para o autor, os videojogos não são narrativas embora partilhem com elas um conjunto de características, por exemplo a existência de protagonistas e de histórias prévias à acção propriamente dita.<sup>18</sup>

Sendo ou não narrativas, o facto é que muitos videojogos contam histórias. Mas, geralmente, são histórias simples<sup>19</sup> – por exemplo *o herói matou os*

---

18 Frequentemente, estas histórias prévias não precisam sequer de ser contadas porque estão subentendidas. Nestes casos, os prólogos são histórias simples, previsíveis e arquetípicas, por isso imediatamente compreendidas. Acerca do prólogo de *Space Invaders* (Taito Corporation, 1978): *“It is clear from the science fiction we know that these aliens are evil and should be chased away.”* (JUUL, 2001)

19 Rollings (2003) admite a fraca qualidade narrativa da esmagadora maioria dos videojogos mas acredita que o meio tem potencialidades narrativas e até sugere um modo de as explorar: *“To affect a player’s emotions, you have to make him care about something or*

*monstros e salvou a princesa* – que não despertariam grande interesse se fossem apenas contadas, no lugar de serem jogadas, ou vividas. À história *o herói matou os monstros e salvou a princesa* faltam as vicissitudes, os detalhes e os contornos do enredo responsáveis por criar expectativas, por envolver emocionalmente e por dar significado. Os obstáculos de um videogame são, regra geral, repetitivos, previsíveis e moralmente pouco desafiadores, não equivalendo por isso às vicissitudes de uma verdadeira história.

*“If players just wanted a story, they could watch a movie or read a book. When players are playing a game, they do not want to be force-fed a story that limits the gameplay.”* (ROLLINGS, 2003, p. 93)

O facto é que a interactividade parece limitar grandemente a construção de enredos e, por isso, reduzir o envolvimento afectivo do jogador com o artefacto (ZAGALO, 2009, p. 18). *“When rules and fiction conflict with one another, rather than complementing one another, it is usually the fiction that suffers, becoming incoherent.”* (TOCCI, 2008)

O “paradoxo narrativo” é simples de explicar: *“(...) quanto menos controlo o autor tem sobre a narrativa, menos esta parece tornar-se interessante para o receptor. Por outro lado, a manutenção de um controlo por parte do autor parece limitar a suposta liberdade que um mundo virtual pressupõe oferecer.”* (ZAGALO, 2009, p. 17)

Porque são difíceis de conciliar interactividade e narrativa? Se, enquanto jogadores, não nos limitamos a testemunhar acontecimentos mas somos os actores principais, então porque não é a experiência de jogar um jogo mais envolvente emocionalmente (envolvimento emocional é diferente de imersividade) do que a experiência, por exemplo, de ver um filme? Zagalo (2009, p. 18) sugere uma resposta: num jogo são muitos os caminhos possíveis e, naturalmente, nem todos são capazes de desencadear respostas emotivas.

*“(...) [W]hen you read from a cybertext, you are constantly reminded of inaccessible strategies and paths not taken, voices not heard. Each decision will make some parts of the text more, and others less, accessible, and you may never know the exact results of your choices; that is, exactly what you missed.”* (AARSETH, 1997)

O tempo em que a acção se passa é aqui determinante. Numa comparação entre videogames e cinema, Juul (2001) explica porque são os videogames pobres quando se trata de estabelecer uma relação afectiva com os jogado-

---

*someone, and then threaten that person or thing in a way that holds the player’s interest. This is the essence of dramatic tension (...)*” (p. 75). Tocci (2008) parece concordar: *“(...) killing off a character the player has grown to like – a character who never gets in the way, who may have even helped the player – can be a devastating blow.”*

res. Segundo o autor, as narrativas audiovisuais (como o cinema) são-nos contadas, sabemos que aconteceram no passado; os videojogos acontecem no presente. Nos últimos, o tempo do ver sobrepõe-se ao tempo do acontecer: “(...) *what comes next is not yet determined.*” Juul prossegue: “*You can’t have narration and interactivity at the same time; there is no such thing as a continuously interactive story.*”

Ora, Simons (2007) discorda veementemente desta posição: “*Reader-response researchers and film theorists have argued time and again that readers and film spectators experience events narrated in novels and films as if they occur in the present, and anyone who has ever seen a Hitchcock movie knows that film spectators are very much concerned about ‘what is going to happen’. (...) A ludologist would argue that a reader or film spectator nevertheless always knows that the story will come to an already determined end. But this too is a merely psychological and phenomenological matter. A reader or a film spectator who is engaged with and cares about the characters does not experience stories very differently from games.*”

A discussão é extensa, o que apenas comprova a relação estreita entre os dois universos (videojogos e narrativa). Para os nossos propósitos, no entanto, há outra questão que se coloca. Tem que ver, como é natural, com a comunicação de significados pelo meio.

Para Crawford (1982) os videojogos, tal como os filmes e os livros, funcionam como um mecanismo de fuga da realidade, de escape ou de inversão da ordem social: “*A very important motivation to play games is fantasy fulfillment. Like a movie, a book, or music, a game can transport the player away from the tawdry world that oppresses him and create a fantasy world in which he can forget his problems. (...) This need to escape, to fantasize is certainly an important motivation.*” Mas não é este o único – nem talvez o principal – propósito das narrativas e das narrativas aplicadas a videojogos.

*“Stories ground people in culture,  
(and remove the alienation that causes aggression)  
stimulate their imagination,  
(and therefore improve the capability to change)  
teach them about themselves  
and connect them with each other.  
Stories are a vital element of society.”  
(HARVEY; SAMYN, 2006)*

Se anteriormente argumentámos que subjacente à lógica binária vitória / derrota, bem / mal está uma lição de moral clássica das histórias (a mesma de *A Formiga e a Cigarra* ou *Os Três Porquinhos*), aqui argumentamos que outro clássico parece sobreviver quando migramos dos livros ou do cinema para os videojogos: falamos do *E viveram felizes para sempre*.

Apesar das discutidas e discutíveis dificuldades do meio em acolher narrativas, muitas das histórias que os videojogos insistem em contar parecem

querer comunicar a mesma mensagem que grande parte das narrativas audiovisuais não interactivas comunica. Concretamente, os videojogos são sistemas que respondem às nossas acções, mas não só: eles correspondem às nossas expectativas. Fazem-no do mesmo modo que um filme – falamos de cinema tradicional, nomeadamente do mono-mito de Campbell (1997) aplicado em Hollywood – o faz.<sup>20</sup>

Ao vermos um filme, não é raro sabermos de antemão que é impossível que uma determinada personagem (geralmente o protagonista) morra, mesmo quando ela corre perigo de vida. Porque, se isso porventura acontecesse, tudo aquilo deixaria instantaneamente de fazer sentido e, poderíamos até, em última instância, perder o interesse no filme e parar de o ver. Não queremos dizer com isto que no cinema não há surpresas ou que as nossas imediatas expectativas nunca são frustradas. Ao contrário, isso está *sempre* a acontecer. Estamos antes a dizer que as nossas mais elevadas expectativas acabam por ser realizadas, por muitas voltas que a história dê. As narrativas audiovisuais são universos coerentes por que a falta de coerência compromete a *suspensão da descrença*.<sup>21</sup>

“O verosímil, que muitas vezes consideramos como uma conformidade entre um discurso (ou uma narrativa) e a realidade, corresponde, de facto, a uma conformidade entre um discurso (ou uma narrativa) e a expectativa, ou discurso segundo e colectivo, da opinião pública.” (JOLY, 1994, p. 79)

Os videojogos são coerentes neste sentido: apresentam-nos um sistema, informam-nos acerca do seu funcionamento e todos os elementos desse sistema passam a obedecer às suas regras. Não nos sentimos defraudados, sabemos que as coisas funcionam, sabemos que *no final*, independentemente do quanto tenhamos de lutar para isso, *vai tudo correr bem*.<sup>22</sup> E

---

20 Aliás, a repetição dos padrões de Hollywood em videojogos é, muitas vezes, consciente e deliberada. Para Harvey e Samyn (2006): “(...) *the refusal to author results in a mimicing [SIC] of generally accepted notions, of television and other mass media.*

*Banality.*” Rohrer (2008) partilha da mesma opinião: “*We need to stop aping films and start tapping into the unique expressive powers of our medium.*”

21 *Suspensão da descrença (suspension of disbelief)* refere-se ao fenómeno da aceitação temporária de eventos ficcionais como credíveis, por parte do leitor / espectador. O leitor / espectador sabe que os eventos que testemunha não são verdadeiros mas aceita temporariamente suspender a sua descrença por forma a *viver* a história.

22 Para entender melhor o poder libertador mas também reconfortante e pacificador das narrativas, citamos José Gabriel Pereira Bastos (1999, p. 7): “(...) *[I]dealmente, todos nós sonhámos com relações intrinsecamente positivas, compreensivas, pacíficas, inteligentes, felizes e todos nós nos confrontámos com o facto de que não só os outros mas também nós, não*

podemos tentar as vezes que quisermos: são-nos dadas infinitas segundas oportunidades.

*“(...) [G]ame players (...) know that whatever happens to their avatars in the gameworld, nothing nasty will happen to them.” (SIMONS, 2007)*

Assim, não só os símbolos usados em videojogos tradicionais parecem coincidir com os usados em narrativas típicas (princesas, chaves, portas, labirintos, monstros, grutas, entre outros<sup>23</sup>), como a mensagem implícita veiculada por ambos coincide igualmente. Melhor, os videojogos procuram formas de comunicar essa mensagem, contornando dificuldades importantes e inerentes ao próprio meio que se prendem essencialmente com a necessidade da interacção.

## 1.2. Videojogos experimentais: Subversão das estruturas funcionais

*“This manifesto is a call-to-arms for creative people (including, but not limited to, video game designers and fine artists) to embrace this new medium and start realizing its enormous potential. (...)*

*Step one: drop the requirement of making a game.*

*The game structure of rules and competition stands in the way of expressiveness.*

*Interactivity wants to be free.*

*Gaming stands in the way of playing.*

---

só desconhecidos mas também e sobretudo os que nos são mais próximos, nós e eles, sempre com vontade de o esconder e de o negar, fomos, em algum momento, agressivos, intolerantes, injustos, oportunistas, ávidos, invejosos, perversos, ciumentos, traiçoeiros, mentirosos, violentos, arrogantes, manipuladores e exploradores e, por vezes, brutais, cruéis e tirânicos.

*Felizmente que nos contos infantis, nos mitos, nos episódios das narrativas religiosas, míticas ou histórico-políticas, nos romances e telenovelas tudo isso lá está, o que nos deixa bem menos sozinhos com as partes ‘monstruosas’ da nossa maneira de ser e de sentir. E, felizmente, está lá também a consolação e a esperança de corrigir tudo isso – deuses, grupos sociais, pais, ou lobos abandonados ou devoradores bem como heróis e caçadores que nos vêm salvar; patrões, políticos e madrastas egocêntricas, exploradoras e humilhantes e igrejas, partidos, fadas-madrinhas e noivos que nos vêm salvar da opressão e devolver a dignidade perdida (...)*”.

23 Observados segundo uma perspectiva freudiana, estes símbolos terão pouco de inocentes (FREUD, 1942, p. 253-292). *“Freud’s ‘lost object’ may never be discovered through games in a literal sense, but it is sensible to note the ways so many games focus on finding, searching, and recognizing. Often, the simples wish to return carries users from one session of play to the next.” (FLANAGAN, 2009, p. 57)*

*There are so many other ways of interacting in virtual environments.  
We have only just begun to discover the possibilities.  
Games are games.  
They are ancient forms of play that have their place in our societies.  
But they are by far not the only things one can do with realtime technologies.  
Stop making games.”*  
(HARVEY; SAMYN, 2006)

Este é um excerto do Manifesto do colectivo Tale of Tales, “*Realtime Art Manifesto*”, disponível no site do colectivo. O texto é claro: os videojogos – como os conhecemos – são demasiado constrangedores. Há que olhar para o meio por outro ângulo. Facilmente se compreende, no entanto, porque é complicado desenhar videojogos que abandonem por completo as convenções que resumimos anteriormente neste capítulo: elas estão de tal forma integradas no conceito popular de videojogo que se confundem com ele.

*“For much of their history, games have been seen only as light entertainment, a way to while away a few hours in a fantasy world. But just because that’s all they have been doesn’t mean that’s all they can be.”* (ROLLINGS, 2003, p. 75)

Dois cenários se colocam. No primeiro, o conceito (consensual) de videojogo é revisto. Segundo Flanagan (2009, p. 7): “*Games can be thought of more productively as situations with guidelines and procedures.*” No entanto, a revisão do conceito pode não ser fácil na medida em que implicaria o abandono generalizado de um conjunto de pressupostos que orbitam em torno dele.

No segundo cenário, aceitamos o facto de que não falamos já de videojogos mas de *outra coisa*. Este segundo cenário apresenta, também ele, problemas, por dois motivos principais. O primeiro é que, empiricamente, conhecemos artefactos digitais interactivos *video-jogáveis* que, não cumprindo um conjunto de pressupostos que um jogo à partida cumpriria (como a existência de um objectivo, por exemplo), são considerados videojogos, como o popular *The Sims* (Maxis, 2000). Além disto, não é possível separar as duas coisas – videojogos tradicionais e outros artefactos digitais interactivos *video-jogáveis* – tão drasticamente porque, muitas vezes, os últimos derivam directamente dos primeiros, questionando ou pedindo emprestadas determinadas características.

### 1.2.1. O problema da comunicação

Em que medida a natureza participativa da imagem lúdica lhe acrescenta eficácia ou pertinência na transmissão de mensagens? Noutras palavras, será que um videojogo comunica *bem* porque solicita acção e imersão num dado universo?

Muitos acreditam que sim, que a interactividade reúne condições únicas para levar a cabo a tarefa de veicular mensagens, e mais, que ela é a característica exclusiva do meio cuja exploração levará este último aos patamares mais nobres da escala das artes (SOUSA; CRAVEIRINHA; ROQUE, 2005) (FRASCA, 2007) (BOGOST, 2007) (ROHRER, 2008). Para ilustrar, citamos Sousa, Craveirinha e Roque: *“Through the delivering of powerful, meaningful ideas using the resource that no other medium possesses – interactivity –, games can finally make the leap into establishing themselves as an art form”*, e Rohrer: *“To make games that are works of art, we should (...) figure out what we want to express with our games and then devise game mechanics that best communicates that message. The heart of our games, the gameplay, should be our primary vehicle for expression.”*

Mas a interactividade pode trazer mais problemas que soluções. Frasca (2007) questiona-se: *“(...) how can messages be shaped if the player seems to be free to do as she pleases?”* Frasca prossegue e responde: *“(...) play may connote freedom but it is always constrained and, therefore, authored – either by a designer but also by the environment and cultural conventions. Play (...) is always a constrained and constructed activity.”* (p. 89) Além disso, para o autor: *“(...) doing also means understanding.”* (p. 136)

*“(...) I can interpret a sign not just through the senses – such as its color, shape, temperature, etc – but also through the way that I can perform with it.”* (FRASCA, 2007, p. 145)

Bogost (2007), Sousa, Craveirinha e Roque (2005) partilham da opinião de Frasca (2007). Bogost introduz o conceito de *“retórica processual”*: *“(...) the art of persuasion through rule-based representations and interactions rather than the spoken word, writing, images, or moving pictures.”* (BOGOST, 2007, p. ix) Para o autor: *“Procedural media like videogames get to the heart of things by mounting arguments about the processes inherent in them.”* (p. 339). Sousa, Craveirinha e Roque reiteram: *“Because games only unique asset when face [SIC] with other mediums [SIC] is interactivity, (...) designers encode their message essentially in the interactive dimension of their game, with the aesthetic elements being used to further increase the emotional impact of that message.”*

Assim, apesar das dificuldades em contar histórias<sup>24</sup> e em dar o salto para

---

24 Se bem que, segundo Simons (2007), os argumentos daqueles que insistem em separar jogo e narrativa são frágeis na medida em que tendem a olhar para o jogo através da lente das teorias que explicam a narrativa.

Harvey e Samyn (2006), apesar de concordarem com a ideia de que enredo e tempo real são incompatíveis, sugerem que o facto de o meio não permitir incorporar narrativas lineares tradicionais não significa que o mesmo não permita a incorporação de narrativas de outra ordem: *“The realtime medium allows for telling stories that cannot be told in any other language.”*

uma dimensão mais poética, poderão estes artefactos desempenhar um papel crítico sólido? A interrogação não é nova. Já Huizinga (2000), no seu ensaio filosófico “*Homo Ludens*”, expressava dúvidas acerca da estrita separação entre aquilo que é da ordem do lúdico e aquilo que é da ordem do sério. O binómio divertimento / seriedade continua a ocupar as mentes dos teóricos do assunto, demonstrando o quão cimentada está a noção tradicional de jogo e o quão difícil é abandoná-la: “*If games are supposed to be a source of entertainment, should they also attempt to enhance critical thinking as well as address social and political issues?*” (FLANAGAN, 2009, p. 247) Flanagan acaba por sentir necessidade de justificar a pertinência social do meio. Segundo a autora, agora, mais do que nunca, os videojogos são significativos porque, *online*, eles têm desempenhado o papel de verdadeiros espaços públicos (p. 253). Frasca (2007), por seu turno, coloca a questão da dimensão política dos videojogos de forma mais simples: “*It may be tempting to see rules as abstract entities, i.e. ‘In order to complete the level, the player must kill X’. However, ‘X’ is not a trivial aspect of the rule. There may not be a lobby defending orcs33 but the moment games incorporate non-fantasy characters with specific ethnicities, beliefs, cultural backgrounds, things change. Suddenly, politics walks into the scene.*” (p. 115-116)

### 1.2.2. Política, poética e subversão

*“Let’s face it: Games, in general, suck. Most are repetitive and shallow. Most eat up precious moments of our lives without giving us anything more than idle entertainment in return. The really good games (...) are few and far between – maybe one game per console generation, if that. This is hardly what we would recognize as an ‘art-full’ medium.”* (ROHRER, 2008)

Por muito antiga que seja a discussão e a vontade de fazer dos jogos objectos sociais, críticos, artísticos e políticos o facto é que até hoje pouco parece ter mudado. Apesar das tentativas pontuais, e de um conjunto de autores afirmar com veemência a natureza artística destes artefactos, como Santiago (2009), muitos videojogos continuam a não atingir estes propósitos. Como Ebert (2010) acaba por demonstrar – ainda que de forma algo ríspida e emotiva –, os argumentos de Santiago (2009) a favor da tese de que os videojogos são já arte revelam-se frágeis.

No entanto, o texto “*Video games can never be art*” de Ebert (2010), leva-nos a concluir que a opinião do autor não difere tanto assim da opinião da-

---

*But realtime is not suitable for linear stories:*

*Embrace non-linearity!*

*Reject plot!”*

queles que defendem precisamente o contrário. Senão vejamos, para Ebert: “*One obvious difference between art and games is that you can win a game. It has rules, points, objectives, and an outcome.*” Ebert continua explicando que um jogo sem pontos nem regras deixa de ser um jogo: “*(...) becomes a representation of a story, a novel, a play, dance, a film. Those are things you cannot win; you can only experience them.*” Desta forma, Ebert aceita a ideia de que os artefactos digitais interactivos (e não os videojogos tradicionais) reúnem as condições para poderem vir a ser objectos artísticos. Voltamos ao problema enunciado anteriormente. É uma questão que se prende com a definição do conceito de videojogo. Mas, independentemente da definição, a questão-chave permanece: o facto de se aceitar que estes artefactos podem ser arte não significa que o sejam.

*“It’s easy to say that games are art. But that statement is meaningless when you see how most video games are not created as art. Is it fair for games to demand to be called art while most of the people who make them do not work in an artistic way at all?”* (HARVEY; SAMYN, 2011)

A vocação comercial do meio é, evidentemente, um entrave: “*(...) commercial, masculine computer artifacts have taken pride of place in contemporary culture, whereas noncommercial technology tools, including artistic games, are relatively rare.*” (FLANAGAN, 2009, p. 224) Harvey e Samyn (2011) explicam porque, de uma forma geral, os videojogos são desinteressantes e, logo, tendem a ser discriminados. Segundo os autores, “*Both the subject matter and the interactive structure of games are off-putting for all but the most devoted.*” O projecto de Harvey e Samyn, *Tale of Tales*, partiu precisamente de um desejo de fazer videojogos para não jogadores (HARVEY; SAMYN, 2011). No seguimento, Rohrer (2008) argumenta que para criar jogos que possam ser considerados unanimemente como *alta arte*, é antes de mais necessário descobrir como criar jogos passíveis de serem jogados, do início ao fim, por toda a gente.

Um exemplo do trabalho do colectivo *Tale of Tales* é o artefacto interactivo *The Graveyard* (*Tale of Tales*, 2008). Em *The Graveyard*, controlamos uma velhinha num cemitério: percorremos um caminho e sentamo-nos. O ambiente é tranquilo e a imagem a preto e branco. A velhinha anda muito lentamente e não há nada que possamos fazer para que ande mais depressa. Esta característica pode ser ligeiramente enervante ao início mas cedo nos apercebemos que faz sentido – afinal somos a velhinha. O videojogo é gratuito mas existe igualmente uma versão paga com um extra: a velhinha pode morrer. A experiência de jogar *The Graveyard* nada tem a ver com a de jogar um videojogo tradicional. Não sentimos que as nossas capacidades estejam, de forma alguma, a ser testadas. Não há tensão nem alívio nem excitação nem sensação de conquista ou frustração ou superação nem competitividade nem ameaça de perigo. Paralelamente, os gráficos são similares a muitos dos encontrados em videojogos 3D tradicionais: embora se perceba um esforço



Figura 2. *The Graveyard* (Tale of Tales, 2008).

para controlar a representação 3D o mais possível, visualmente o artefacto continua a parecer um tanto pobre. Assim, a experiência tem essencialmente que ver com a dimensão simbólica do artefacto, que fala de velhice e de morte, temas claramente afastados do universo dos videojogos. A representação da morte, no caso de *The Graveyard*, aproxima-se muito mais da morte real do que da morte / fracasso a que estamos habituados.

*“(...)[O]ld conventions of protagonist death disrupt a sense of coherent narrative; (...) [V]ideogames can handle (and have handled) character death in meaningful ways, demonstrating that the rules and fiction of a game can work together even with emotionally challenging subject matter.” (TOCCI, 2008)*

Além disso: *“Historically, the very convention of a finite number of ‘lives’ has its origins in earlier gaming traditions and in business concerns, not in formal demands of the digital medium.” (TOCCI, 2008)*

Outro exemplo que subverte a representação típica da morte em videojogos é *Passage* (Rohrer, 2007). Visualmente, *Passage* é bidimensional e os elementos são desenhados com pixels gigantes algo frenéticos. Metaforicamente, o artefacto parece representar a vida como um percurso.

*“Though the game play metaphor is spatial, it is closely coupled with an implicit logic of choice between different types of behaviors, which can lead to different*

*interpretations of what one profits with and within a game experience, and also in life.*” (SOUSA; CRAVEIRINHA; ROQUE, 2005)

Numa janela marcadamente horizontal, o jogador caminha para a frente, ficando progressivamente mais velho. Pode ir colecionando tesouros mas a pontuação acumulada é um símbolo vazio. O jogador pode optar por percorrer o espaço (isto é, a vida) acompanhado ou sozinho: *“Joining up with a partner along the way makes treasure more valuable, but she also makes it harder to traverse the maze.”* (NEWMAN, 2008) Caso opte por ter companhia, a morte da companheira, a dada altura da sessão do jogo, é responsável por uma mudança abrupta na postura do avatar do jogador que fica cabisbaixo e passa a andar mais lentamente. Por fim, o jogador morre naturalmente, independentemente do percurso que tenha feito.

Mais uma vez, e à semelhança de *The Graveyard*, estão ausentes a avaliação da performance do jogador, o objectivo, o paradigma da vitória e derrota, entre outras estruturas. Ambos os artefactos fazem um comentário à morte mas também ao meio e, principalmente, à ideia de morte perpetuada pela maioria dos videojogos. Para Newman (2008), *“(...) the old standby of avatar capital punishment has gone on long enough. There’s plenty of unexplored territory in the medium of videogames, and this convention is getting in the way. Fortunately, there are a few games out there in the creative utopia of independent game development that specifically challenge the idea that failure is synonymous with death. More importantly, they present death in a way that’s more meaningful than a cheap ticket to a respawn point.”*

De facto, os ensaios acerca das potencialidades do meio têm encontrado terreno sobretudo quando os usos tradicionais discutidos anteriormente neste capítulo são subvertidos de algum modo. Estes artefactos digitais interactivos *video-jogáveis* têm essencialmente propósitos políticos, sociais, filosóficos e artísticos. Mas não só, como vimos a propósito de *The Graveyard e Passage*: querem igualmente falar do meio. São videojogos sobre videojogos. Alguns deles, precisamente porque os subvertem, chamam a atenção para a existência destes padrões que assumimos como integrantes dos videojogos, mas que não têm necessariamente de o ser. Como Flanagan (2009, p. 291) nota: *“The very existence of social impact games functions as a critique of the prevailing tendencies of the gaming industry itself.”* A ideia de que os videojogos serão tanto mais arte quanto menos obedecerem às lógicas que tipicamente os definem como jogos é repetida por vários autores:

Harvey e Samyn (2011):

*“Life is very complicated. And the medium of video games allows us to investigate it in all its complexity (at least when you leave the beaten path and let go of the idea that a game should be built around a rigid system of strict rules).”*

Rodriguez (2006):

*“How can a game remain a game when its boundaries are no longer clearly*



Figuras 3 e 4. *Passage* (Rohrer, 2007).

*defined? (...) Perhaps the next step for experimental designers working with digital technologies is to suspend their absolute commitment to some distinct sphere called 'play', or to some self-evidently distinct art form called 'game design', and begin designing frameworks for actions that may or may not*

be considered playful. This project demands a struggle against deep-rooted assumptions about what constitutes a proper game genre and game design method, and to cultivate an attitude of open-minded receptivity to the ambiguities, contingencies and potential risks of human play.”

Lee (2003):

“Socially or politically critical games involve a careful examination of certain aspects of society, often self-reflexively criticizing the dominant tendencies of the game industry itself. They appropriate and twist the established gaming models and schemas of popular games. These re-calibrations challenge the supposition that games equal fun. They appeal to new audiences, offering alternative goals such as meditative play or off-gaming engagement, very often by way of pain, rather than pleasure.”

Flanagan (2009, p. 1):

“As the game industry involves an increasing number of educators, designers, and scientists, there is considerable need for games that take on, and challenge, the accepted norms embedded in the gaming industry.”

Sousa, Craveirinha e Roque (2005):

“Designing games as art requires a different thinking and game design process, but (...) there is room for further exploration of this conceptual approach. Our own experience tells us that this is difficult to achieve while continuing to subscribe to a ‘ludic’ paradigm – it consumes vast resources that could be expended more wisely in translating messages and emotions.”

Craveirinha e Roque (2011):

“We can only gain from viewing the medium from a lens which avoids some of the logical silogisms [SIC] which permeated the past. It is time creators, scholars and audiences start looking at video-games differently, accepting them more for what they are and can be, and let their visions become challenged by new practices and new idealizations.”

Outro paradigma muito questionado por estes jogos experimentais, e intimamente ligado às questões do objectivo e da representação da morte, é o da vitória e derrota. Como nota Bogost (2007, p. 87): “Videogames that deploy rhetorics of failure make a subtly different statement that those that are simply unwinnable, or actively enforce player loss.” Assim, o *Tetris* (Pajitnov; Gerasimov, 1984) nada tem que ver com o *New York Defender* (Stef & Phil, 2002) ou com o *Kabul Kaboom* (Frasca, 2001), para dar apenas dois exemplos.

Sumariamente, em *New York Defender* é-nos dada a possibilidade de bombardear aviões que se dirigem para as Torres Gémeas do World Trade Center mas, à medida que o tempo passa, o número de aviões aumenta e torna-se impossível evitar o colapso dos edifícios.

Já em *Kabul Kaboom* podemos controlar os movimentos de uma vítima

da guerra do Afeganistão. A vítima é a apropriação de uma personagem de “*Guernica*” (1937) de Picasso. O objectivo é recolher a comida que cai dos aviões da ajuda internacional (ironicamente a comida são hambúrgueres) e, ao mesmo tempo, evitar ser alvo das bombas que também vão caindo do céu. Ao fim de pouco tempo, e inevitavelmente, somos atingidos e mortos. O aviso que aparece inicialmente no ecrã não deixa margem para dúvidas: “*Remember kids, you can’t win this game, just lose.*”

Ambos os exemplos são comentários interactivos. Jogá-los – e perdê-los – significa interpretá-los. Basta fazê-lo uma vez. Até porque, como diz Thompson (2002): “*They’re low-tech, 2-D, cartoonish, and the game-play (...) is (...) painfully simple (...). Yet this is, weirdly, part of the point. These games aren’t trying to get you hooked or make your thumbs sore. They’re trying to make you think* [o sublinhado é nosso].” Assim, jogar repetidamente não só se revela desnecessário como nem sequer tem muito cabimento. *New York Defender* e *Kabul Kaboom* subvertem também, desta forma, o típico paradigma da tentativa-e-erro. “[P]layer’s effort to stave off death in these game spaces through retrial is futile, only signifying a possible misunderstanding of the games.” (LEE, 2003) Em oposição, e muito embora saibamos que vamos perder quando jogamos *Tetris*, jogar *Tetris* repetidamente faz sentido: o registo da pontuação é um incentivo a que o jogador repita a experiência a fim de se superar a si mesmo.

Se, no caso destes dois exemplos, o objectivo é perder – porque só perdendo se opera a transformação do jogador de um “*in-gaming loser*” num “*off-gaming thinker*” (LEE, 2003) – então não há nada que o jogador possa fazer para ganhar, logo nenhum acto é apropriado, correcto ou bom. Ambos os artefactos, nas palavras de Lee (2003), “*(...) break out of the confinement of the good versus bad pattern, along with the hollow heroism embedded therein.*”

Resumidamente, *New York Defender* e *Kabul Kaboom* são capazes de subverter as seguintes meta-narrativas: vitória / derrota; bem / mal; tentativa-e-erro; objectivo e morte. De notar que é precisamente através desta subversão, aliada à utilização de outros símbolos, que estes videojogos conseguem fazer passar argumentos políticos. Desta forma, confirmam a tese de Bogost (2007) de que falámos anteriormente.

“*Playing such games can have a political impact because they allow players to embody political positions and engage in political actions that many will never have previously experienced, and because they make it possible for players to deepen their understanding of the multiple causal forces that affect any given, always unique, set of historical circumstances.*” (BOGOST, 2007, p. 135)

O recurso à impossibilidade de ganhar como forma de veicular uma dada mensagem é, aliás, como Frasca nota, relativamente frequente neste género de artefactos interactivos: “*A game’s difficulty level can be used as a rhetorical device. A common technique involves creating games that are extremely difficult – or even impossible – to beat in order to state an opinion about*

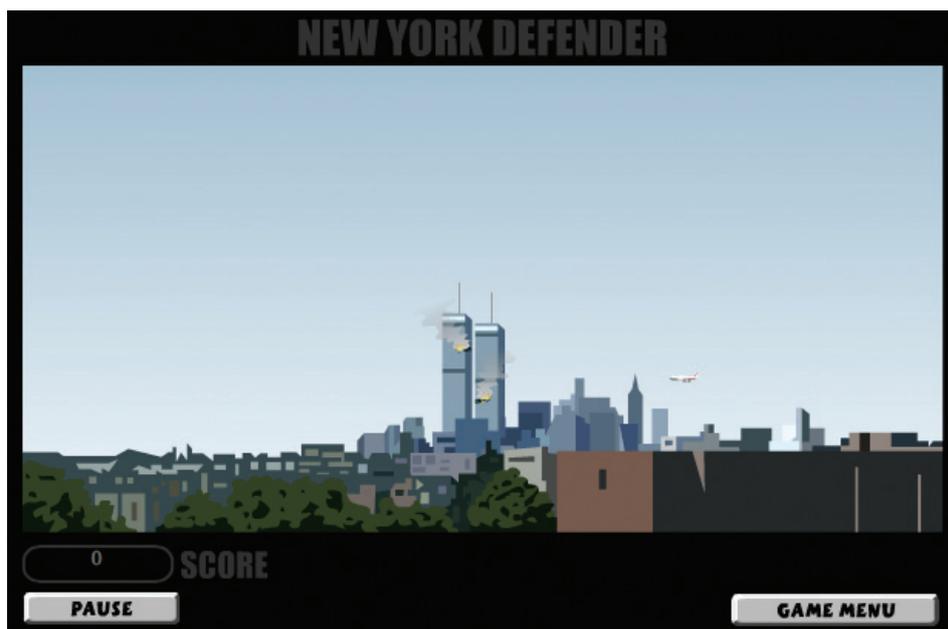


Figura 5. *New York Defender* (Stef & Phil, 2002).



Figura 6. *Kabul Kaboom!* (Frasca, 2001).

*the activity that they are simulating.*" (2007, p. 132) Outro exemplo é a simulação interactiva, desenhada também por Frasca, *September 12* (Powerful Robot Games, 2003). O título indica-nos imediatamente o contexto pós 11 de Setembro. À nossa frente, uma cidade do médio oriente. Personagens civis cruzam-se com personagens que nos parecem ser terroristas. O jogador pode apontar a mira aos terroristas e disparar mísseis. Aparentemente é essa a ideia, não vão de repente os terroristas fazer-se explodir ou atacar-nos de



Figura 7. *September 12* (Powerful Robot Games, 2003).

alguma forma. Mas o intervalo de tempo que separa o nosso comando do real bombardeamento é suficiente para mudar completamente o cenário que estava à nossa frente na altura em que disparámos o míssil. Isto é, se apontámos a mira ao terrorista, é natural que atinjamos antes civis. E quanto mais civis são mortos mais potenciais terroristas aparecem no cenário porque, depois de um breve período de luto, os familiares dos mortos mudam de aparência e passam a terroristas. Sobre *September 12*, Frasca escreve: “*This very basic rule – based on the biblical rule that violence begets more violence – leads to a steep growth in the number of terrorists. The player soon realizes that the game cannot be won, at least not with the provided tools (missiles). The game sabotages itself by implying a goal rule (getting rid of the terrorists), offering tools that allow to kill them but denying a winning condition by multiplying the number of terrorists that emerge after each attack. It is an extreme example of enhancing the game’s difficulty to the point that it becomes impossible to win. It does not provide a solution to the problem of terrorism but it aims to show that following the only allowed strategy (shooting missiles) is doomed for failure.*” (2007, p. 133) Mais uma vez, a única forma de não perder – e perder é metafórico – é não jogar.

Assim, *September 12* também confirma o argumento de Bogost (2007) de que os videojogos (ainda que de formas bastante simplificadas) podem simular os processos implicados em determinadas realidades e, logo, emitir opiniões e persuadir públicos. O mesmo acontece em *Oil God* (Persuasive



Figura 8. Oil God (Persuasive Games, 2006).

Games, 2006): ao criar condições que permitem ao jogador fazer tudo ao seu alcance para lucrar com a exploração de petróleo, o jogo revela de forma irónica os contornos do funcionamento dos sistemas económicos (FLANAGAN, 2009, p. 248-249).

*“We must recognize the persuasive and expressive power of procedurality. Processes influence us. They seed changes in our attitudes, which in turn, and over time, change our culture. As players of videogames and other computational artifacts, we should recognize procedural rhetoric as a new way to interrogate our world, to comment on it, to disrupt and challenge it. As creators and players of videogames, we must be conscious of the procedural claims we make, why we make them (...) And the logics that drive our games make claims about who we are, how our world functions, and what we want it to become.”* (BOGOST, 2007, p. 240)

Estes videojogos são experimentais, simples e visualmente pobres. Mas, como nota Flanagan (2009, p. 247), eles desafiam a noção de que os jogos devem tão somente entreter e divertir, e oferecem objectivos alternativos como a consciencialização ou estimulação do pensamento crítico do jogador. O acto de jogar pode pois, idealmente, desencadear mobilizações reais, que extravasem o terreno do jogo.

## CAPÍTULO 2

### IDENTIDADE NACIONAL PORTUGUESA: IDENTIFICAÇÃO DE REPERTÓRIOS

Os repertórios da identidade nacional portuguesa são um tema vastíssimo. A sua análise no âmbito da presente investigação obriga, portanto, à selecção de critérios responsáveis por afunilar o universo de possibilidades. Que critérios são esses? Lembremo-nos que estamos preocupados com o cruzamento de dois territórios: **repertórios da identidade nacional portuguesa e artefactos digitais interactivos video-jogáveis**. No capítulo anterior chamámos a atenção para o facto de um conjunto de estudiosos dos videojogos – Frasca (2007); Bogost (2007); Sousa, Craveirinha e Roque (2005) – acreditar que é na interactividade – e portanto nas acções e procedimentos – que reside a particular apetência do meio para veicular mensagens, nomeadamente de cariz político e social. Segundo estes autores devemos, portanto, traduzir os processos implicados nas situações que queremos representar em procedimentos jogáveis.

Com isto em mente, e logo numa fase inicial, acabámos por renunciar à recolha de um repertório visual simbólico típico. A recolha de repertórios da identidade portuguesa poderia ser entendida como o estudo de referências visuais que marcaram ou marcam a ideia que fazemos do país. Do galo de Barcelos a Bordalo Pinheiro, de Sebastião Rodrigues a António Ferro (para dar apenas quatro exemplos de entre um conjunto imenso de possíveis referências), muito poderia ter sido feito neste campo. Mas, de facto, e uma vez que é objectivo da presente investigação estudar formas de representar os repertórios da identidade portuguesa no meio específico dos videojogos, pareceu-nos mais relevante voltar os nossos esforços para a identificação de procedimentos ou acções representativos do *modo de ser português*. Isto é, o que faz um preguiçoso? Ou um *chico-esperto*? Que acções conseguem representar a inveja? Em suma, o objectivo foi procurar, listar e filtrar um conjunto de traços da *personalidade portuguesa típica* (reais ou imaginados) para depois os traduzir em procedimentos e linguagem de videojogo.

#### 2.1. Metodologias

Por forma a cumprir este objectivo, foram seguidas duas vias distintas: a do **senso comum** e – complementar a esta – a da **autoridade científica (e / ou filosófica)**. Considerou-se importante a confrontação de ambos os territórios por forma a assegurar uma cobertura relativamente abrangente do tema.

No fundo, sem a intenção de proceder a uma análise densa do problema, interessava-nos saber se a imagem que fazemos de Portugal (senso comum)

corresponde ou não àquela que é defendida por pensadores contemporâneos da identidade.

*“As práticas sociais têm sempre uma dimensão simbólica. À força de repetição e inculcação, os mitos sobre a sociedade portuguesa são parte da nossa realidade social (...)”* (SOUSA SANTOS, 1999, p. 50)

Não deixa de ser curioso verificar, por exemplo, – e em defesa da metodologia adoptada – que as obras de José Gil sobre Portugal (nomeadamente o livro *“Portugal, Hoje: O medo de existir”* de 2004) são *best sellers*, logo são lidas por uma faixa significativa da população (precisamente a do senso comum). Os universos não são assim tão apartados. O modo como a *alma portuguesa* é caracterizada *“(...) é quase consensual entre as nossas elites culturais e, à força de ser repetido, constitui um autêntico senso comum sobre os portugueses, o ‘arquétipo do homem português’ (...)* Trata-se de um senso comum fabricado pelas elites culturais, que como qualquer outro senso comum, é evidente e por isso dispensa qualquer verificação. (...) Tal senso comum pode apenas ser ilustrado por infinitas instâncias de confirmação, sejam elas o manuelino, os géneros literários mais cultivados, o sebastianismo, o tipo de colonialismo, a estrutura da língua.” (SOUSA SANTOS, 1999, p. 55)

Na prática, estas decisões traduziram-se em duas frentes de trabalho: a elaboração de um inquérito e a revisão de literatura. Foram cobertas quase simultaneamente (a segunda demorou mais, naturalmente). Aqui, por questões de organização de discurso, optámos por resumir primeiro a revisão da literatura e só depois apresentar as informações recolhidas no inquérito.

Assim, no ponto 2.2. faremos uma breve revisão daquilo que, para um conjunto restrito de pensadores contemporâneos da identidade nacional, é o modo de ser português. A identidade nacional – ou a sua representação – é uma questão sobremaneira complexa. Um número alargado de pensadores contemporâneos tem vindo a abordar o problema, sob as mais diversas perspectivas e / ou quadros de pensamento, como aliás nota Miguel Real (2011) no livro *“O pensamento português contemporâneo – 1890-2010: O labirinto da razão e a fome de Deus”*. As ambições da presente investigação são – como não poderiam deixar de ser – dramaticamente mais modestas. Centrámos-nos em três autores-chave e, particularmente em cinco textos dos mesmos: o livro de Eduardo Lourenço *“Labirinto da saudade: Psicanálise mítica do destino português”*, o texto *“Onze teses por ocasião de mais uma descoberta de Portugal”* de Boaventura de Sousa Santos, o recente livro *“Portugal: Ensaio contra a autoflagelação”* do mesmo autor, e os livros *“Portugal, hoje: O medo de existir”* e *“Em busca da identidade: O desnorte”* de José Gil. A escolha destes nomes deveu-se essencialmente a uma convergência entre os discursos destes pensadores e aquilo que definimos anteriormente como matéria-prima do estudo. A intenção nesta fase foi construir uma síntese funcional destes conteúdos, logo passível de ser aplicada aos objectivos da investigação.

No ponto 2.3. descreveremos os resultados do inquérito. Uma vez que nos propusemos ensaiar a tradução de comportamentos típicos em linguagem de videojogo, a única pergunta do inquérito foi: *Numa palavra, como é o português típico?*<sup>1</sup> Não tínhamos restrições, com excepção da nacionalidade,<sup>2</sup> relativamente ao público-alvo. Ainda assim optámos por trabalhar em duas frentes e colocar a mesma pergunta em contextos diferentes (e em certa medida complementares): a *web* e a rua. Pareceu-nos provável que a maioria das pessoas inquiridas na rua não fosse responder ao inquérito na *web*. O objectivo foi verificar se um conjunto de respostas se destacava e, se sim, quais. A pergunta formulada desta forma visava assim a produção de uma lista organizada de características-tipo, passíveis de serem comparadas com os dados vindos da recolha bibliográfica.

Todo o processo implicava três fases:

- a) Identificação das respostas obtidas em maior número nos inquéritos;
- b) Cruzamento das mesmas com as características mais recorrentes presentes nos discursos dos pensadores;
- c) Interpretação das conclusões desta análise por forma a encontrar um conjunto de características passíveis de serem representadas em artefactos práticos.

## 2.2. Pensadores contemporâneos da identidade nacional portuguesa

*“Se a História (...) é o horizonte próprio onde melhor se apercebe o que é ou não é a realidade nacional, a mais sumária autópsia da nossa historiografia revela o irrealismo prodigioso da imagem que os Portugueses se fazem de si mesmos.”*  
(LOURENÇO, 1988, p. 15)

---

1 O problema mais imediato que esta pergunta levanta é o do género. Perguntámos pelo *português* e não pelos *portugueses* ou pelo *povo português*. É possível que as respostas reflectam, de alguma forma, este dado. Se isso aconteceu, não acreditamos que tenha afectado grandemente os resultados que pretendíamos obter. Como podemos ver nas conclusões deste capítulo, os resultados da recolha de repertórios do senso comum coincidem significativamente com os da revisão da literatura. Assim sendo, é provável que a maioria dos inquiridos tenha entendido o *português* como os *portugueses* e as *portuguesas* ou, ainda, que as diferenças entre géneros não sejam, para o caso, tão relevantes.

2 Os repertórios da identidade nacional portuguesa que procurávamos são auto-referenciais. Trata-se de um exercício de auto-representação colectiva, daí termos recolhido dados provenientes dos próprios portugueses.

Da leitura das referências seleccionadas, destacamos um consenso à volta da ideia de que os contextos histórico, social e político são determinantes para a definição da imagem da identidade nacional portuguesa. Os pensadores citados não deixam de repetir as marcas profundas que acontecimentos como a expansão marítima, a Ditadura Salazarista<sup>3</sup>, o 25 de Abril e a descolonização ou a entrada para a União Europeia deixaram e deixam na imagem que fazemos de nós mesmos.

Mas, como confirma Eduardo Lourenço, esta última é de um “*irrealismo prodigioso*”, isto é, segundo o autor tendemos a auto-interpretarmo-nos hiperbolicamente. Lourenço chega mesmo a referir-se a uma síndrome de excesso de identidade, a uma “*hipertrofia da nossa autoconsciência*” (1988, p. 73). Isto é, estamos muito preocupados com a nossa imagem,<sup>4</sup> vemo-nos deformados porque nos vemos muito. A mesma ideia é reiterada por José Gil para quem “*O nosso mal é a identidade*” (2009, p. 20). O filósofo insiste em sublinhar o “*(...) poder extraordinário que entre nós possui a imagem de si*” (2004, p. 70) e alerta para as consequências nefastas que essa “*obsessão*” tem no tecido social. De notar que a palavra *imagem* integra, ela própria, uma sugestão de não-realidade. Todavia, “*(...) todos os portugueses falam constantemente dos ‘portugueses’ que ‘são assim’ ou ‘assado’.*” E, portanto, “*Mesmo como ficção, ou ilusão da opinião, essa entidade existe e merece que se pense nela.*” (GIL, 2004, p. 15) José Gil (2004) salvaguarda, porém, que “*(...) As ‘mentalidades’, os comportamentos sedimentados, equivalem a regras sociais e institucionais e devem ser tratados como tais, e não como características da ‘psicologia dos povos’.*” (p. 127)

Ora, a este nosso [dos portugueses] problema de auto-representação não serão alheios os “*mitos-fundadores*” (SOUSA SANTOS, 2011, p. 50) da identidade, francamente referidos pelos pensadores que lemos. Entre eles temos o mito da expansão, do Quinto Império e da colonização amigável (DIAS, 1995, p. 25), o mito de Sebastião, o mito de Pedro e Inês, o mito do nascimento traumático da nação de “*(...) perfil tão freudiano com sacrilégios maternos e palavra quebrada (...)*” (LOURENÇO, 1988, p. 16) e o mito da Europa.

As características-tipo do *ser português* resumidas adiante estão ligadas entre si. Começamos por fazer referência à **pequenez** e à **oscilação entre um “complexo de inferioridade e superioridade”** (LOURENÇO, 1988, p. 17).

---

3 “*(...) [M]uito se herdou e se mantém das antigas inércias e mentalidades da época da ditadura: desde o medo, que sobrevive com outras formas, à ‘irresponsabilidade’ que predomina ainda nos comportamentos dos portugueses.*” (GIL, 2004, p. 16)

4 E muito particularmente com a nossa imagem no estrangeiro. Os discursos de um conjunto de políticos a propósito da intervenção externa do Fundo Monetário Internacional, União Europeia e Banco Central Europeu no nosso país não deixam de provar isso mesmo, que a sociedade portuguesa é uma “*(...) sociedade em perpétua desfasagem entre o que é e o que quer parecer (...)*” (LOURENÇO, 1988, p. 131).

Depois falamos de **inércia**, **resignação** e **leviandade** e, por último, de **chico-espertismo**. O facto de ser possível estabelecer relações estreitas entre todos estes traços torna complicada a tarefa de separar para organizar o pensamento, pelo que a separação que é aqui feita não deixa de ser algo artificial. A **saudade**, curiosamente, não aparece nesta selecção. De facto, nas obras citadas é dada menos importância à saudade do que às outras características. Ela é referida sim mas como sintoma da pequenez, por exemplo.<sup>5</sup> Chamamos a atenção para a necessária dimensão filosófica, e em certa medida até poética, de um conjunto de ideias destes pensadores, principalmente de José Gil e Eduardo Lourenço.

### 2.2.1. Pequenez e grandiosidade

*“O que os portugueses são ou não são é cada vez mais o produto de uma negociação de sentido de âmbito transnacional.”* (SOUSA SANTOS, 1999, p. 54)

A imagem do *país-pequeno* é conhecida. A ideia de que temos, enquanto povo, lutado contra essa imagem insistentemente é igualmente conhecida. Um exemplo disso são *“(…) os célebres mapas que rebatiam Angola e Moçambique no espaço europeu (...)”* (LOURENÇO, 1988, p. 39) na época do Estado Novo. A ideia de que somos pequenos – enquanto Portugal e enquanto portugueses – em muito está dependente das comparações que estabelecemos com os outros. A Europa, e nomeadamente o nosso atraso em relação ao resto da Europa, desempenha aqui um papel crucial. Mas há outra dimensão da nossa pequenez. Não só não estamos à altura da Europa como nem sequer estamos à nossa altura (ou à altura do nosso passado).

Eduardo Lourenço acredita que o paradoxalmente tranquilo processo da descolonização foi responsável por nos deixar um país *“(…) de súbito reduzido à estreita faixa atlântica que nunca nos bastou (...)”* (1988, p. 43). E o autor demonstra algum espanto com o facto de *“Um acontecimento tão espectacular como a derrocada de um ‘império’ de quinhentos anos, cuja ‘posse’ parecia co-essencial à nossa realidade histórica e mais ainda fazer parte da nossa imagem corporal, ética e metafísica de portugueses (...)”* ter acabado *“sem drama.”* (LOURENÇO, 1988, p. 41)

Perante este cenário era pois essencial que nos reajustássemos *“(…) à nossa dimensão e à nossa carência económica que aos poucos se tornou a única verdade que os Portugueses sentem, embora como de costume a ela não se adaptem (...)”* (LOURENÇO, 1988, p. 45) Acontece que esse reajuste à nossa real dimensão acabou por nunca se realizar efectivamente. Isto é, mal África desaparece, aparece a Europa (concretamente a União Europeia) para nos

---

5 Consultar 3.4.

salvar da pequenez, ou melhor, para nos provar que somos grandes ou que continuamos a ser grandes. Boaventura de Sousa Santos chama a este processo “movimento de transmitificação.” “Ao mito da expansão segue-se o mito da Europa (...) O mito da expansão funcionou (...) como um imaginário que permitia a Portugal ‘dispensar’ a Europa porque tinha colónias. O mito da Europa funciona (...) como um imaginário que permite a Portugal ‘dispensar’ as relações com as ex-colónias porque é Europa.” (2011, p. 50)

Mas ser Europa produz representações ambíguas da nossa identidade. Se por um lado, “(...) a integração na UE tende a criar a ilusão credível de que Portugal, por se integrar no centro, passa a ser central (...)” (SOUSA SANTOS, 1999, p. 58), por outro “O discurso e a prática da nossa integração na Europa comunitária e a reprodução de imagens de centro que suscitam correm o risco de produzir novas desproporções na avaliação da nossa contemporaneidade. E será tanto mais assim quanto o Europacentrismo for a outra face do lusomerdismo.” (SOUSA SANTOS, 1999, p. 65) Isto foi escrito há mais de dez anos. Hoje, talvez não seja demasiado arriscado afirmar que se está a desmoronar a ilusão de que somos Europa e que, se sempre nos vimos pequenos dentro da Europa, agora constatamos que não estávamos enganados.

“Com tantas imagens de nós todos os dias a indicar-nos uma medida, não atinamos com o tamanho certo.” (GIL, 2004, p. 52)

A realidade da nossa pequenez é, todavia, contrabalançada pela insistente ilusão da nossa grandiosidade.<sup>6</sup> Boaventura de Sousa Santos explica porquê: “O facto de Portugal ter sido, durante muitos séculos, simultaneamente o centro de um grande império colonial e a periferia da Europa é o elemento estruturante básico da nossa existência colectiva.” (1999, p. 59) E diz mais: “Se os mistérios do ‘carácter nacional’ fossem susceptíveis de desvendamento, seria de procurar nesta duplicidade de imagens e de representações a chave para a alegada plasticidade, ambiguidade e indefinição que os discursos mítico e psicanalítico atribuem ao carácter do ‘homem português.’” (1999, p. 60) José Gil sugere ainda outra explicação para esta “(...) conjugação de um complexo de inferioridade e superioridade” (LOURENÇO, 1988, p. 17) na alma portuguesa, que acaba por ser a inversa da dada por Boaventura de Sousa Santos. Para o filósofo, a transição de uma necessidade quase doentia de poupança a que o salazarismo e o seu culto da pobreza obrigavam para o cavaquismo acompanhado de uma injeção repentina de dinheiro europeu (2004, p. 61) contribuiu em muito para este permanente alternar entre ima-

---

6 Apenas para dar um exemplo recente, Nascimento Rodrigues e Devezas (2009) escrevem: “(...) Portugal foi o pioneiro do processo hoje conhecido como globalização que, como já foi afirmado por diversos cientistas económicos, políticos e sociais, não é um fenómeno contemporâneo – iniciou-se em meados do século XV.” (p. 32)

gens grandiosas e medíocres de nós mesmos. “À lógica da poupança seguiu-se, sem mediações, a lógica do consumismo e do desperdício. À pequenez tradicional sucedeu uma escala variável que vai do grande ao descomunal.” (GIL, 2004, p. 61)

José Gil apresenta-nos ainda outra dimensão do problema: a migração desta bi-polaridade da imagem do país para as imagens que os portugueses fazem de si mesmos, nos seus quotidianos. Isto é, não é só Portugal que é visto ora como grande ora como pequeno, os portugueses tendem também a auto-representar-se segundo esse padrão. “(...) [A] ancestral sobrevalorização do estrangeiro, do ‘lá fora’ (...) remete para um ‘cá dentro’ depreciado. O que supõe um fechamento dominante, e uma imagem de si sempre oscilante entre o ‘não sou nada’ e o ‘sou um génio’ (...), ambos desrealizantes e imaginários.” (2004, p. 89)

Um dos sintomas disto mesmo é a “(...) subavaliação que o indivíduo faz de si mesmo, julgando-se sempre abaixo do nível exigido, nunca à altura do que se lhe pede.

O esmagamento a que os portugueses foram sujeitos durante o salazarismo manifesta aqui um dos seus efeitos. Ninguém se julga capaz, toda a gente se sente inferior à norma ideal de competência.” (GIL, 2004, p. 69)

E do sentimento de mediocridade ao culto da mediania vai um passo: “O português revê-se no pequeno, vive no pequeno, abriga-se a reconforta-se no pequeno: pequenos prazeres, pequenos amores, pequenas viagens, pequenas ideias. (...) A pequenez é a negação do excesso, e a nossa maneira de ‘estar certo’ ou ‘ser certinho’ – o nosso ‘justo meio’.” (GIL, 2004, p. 46)

Outro sintoma é-nos lembrado por Eduardo Lourenço. Trata-se da necessidade de disfarçar a nossa condição de pequenos, fingindo grandeza – o que é diferente de ter arroubos narcisistas de grandeza. “Os Portugueses vivem em permanente representação, tão obsessivo é neles o sentimento de fragilidade íntima inconsciente e a correspondente vontade de a compensar com o desejo de fazer boa figura (...) A reserva e a modéstia que parecem constituir a nossa segunda natureza escondem na maioria de nós uma vontade de exibição que toca as raias da paranóia (...)” (LOURENÇO, 1988, p. 74) Daí talvez a preocupação constante em parecer bem aos olhos dos estrangeiros, “A imensa sofreguidão com que esperamos hoje ainda que o estrangeiro (...) nos reenvie a nossa imagem valorizada (...)” (GIL, 2004, p. 134).

Sabemos, até porque o ouvimos com regularidade na rua e nos meios de comunicação social, que os portugueses se queixam do país quase como se o país lhes fosse completamente exterior (GIL, 2009, p. 15) mas sabemos também que, paradoxalmente, e diante de um inimigo esse sim exterior, de repente o sentimento patriótico brota com uma força tal que chega a assumir contornos de ingenuidade. O vídeo (What the Finns need to know about Portugal, 2011) que mostrava aos finlandeses com quem se estavam a meter, a propósito da possível recusa da Finlândia em contribuir para o empréstimo da União Europeia a Portugal, é disso um exemplo.

Das leituras que fizemos, não restam dúvidas que esta característica do modo de ser português – “(...) coexistência (...) do complexo de inferioridade perante os estrangeiros ao lado de uma hipertrofia mítica gerando megalomanias e quimeras.” (SOUSA SANTOS, 1999, p. 60) – é a mais insistentemente apontada.

“Segundo as contingências da situação internacional ou mundial, aparece ao de cima um ou outro complexo [inferioridade e superioridade], mas com mais constância os dois ao mesmo tempo, imagem inversa um do outro.

É por demais claro que ambos cumprem uma única função: a de esconder de nós mesmos a nossa autêntica situação de ser histórico em estado de intrínseca fragilidade. Não fomos, nós somos uma pequena nação que desde a hora do nascimento se recusou a sê-lo sem jamais se poder convencer de que se transformara em grande nação.” (LOURENÇO, 1988, p. 17)

### 2.2.2. Inércia, resignação e leviandade

“De onde vem a nossa anestesia, a nossa complacência, enquanto povo, perante actos que fazem perigar a democracia?” (GIL, 2004, p. 121)

Dissemos que a pequenez cria condições para uma aceitação geral da mediania, isto é, o facto de nos vermos como inferiores justifica a “(...) falta de audácia, conformismo, lamentável ausência de originalidade e de violência” (LOURENÇO, 1988, p. 50) que nos parecem caracterizar. A ideia geral é a de que se não somos bons, nem sequer vale a pena esforçarmo-nos para sê-lo. José Gil atribui ao salazarismo a causa desta satisfação geral com a mediania mas introduz um conceito mais complexo, o da “norma única invisível do bom senso”, para justificar a manutenção deste ânimo geral da sociedade portuguesa mesmo muito depois do fim da ditadura (2004, p. 113).

Tudo isto se relaciona directamente com outras três ideias do autor: a “recusa da tragédia”<sup>7</sup>, a “não-inscrição” e o “medo” (GIL, 2004). Para Gil, nenhum acontecimento é realmente trágico em Portugal em certa medida porque nenhum acontecimento é realmente real. Estas são ideias complexas: de uma forma sintetizada, podemos dizer que isto significa que não somos capazes (ou não queremos ser capazes) de tomar consciência dos acontecimentos, de os incorporar, de os inscrever porque isso traria consequências às quais não poderíamos escapar.

Citando: “A leviandade suscitada pela não-inscrição permite que a lei não se cumpra ou que dela se escape, que os programas não se realizem, que não se pense nunca a longo prazo, que as fiscalizações não se façam,

---

7 Voltaremos a esta ideia mais à frente, no próximo capítulo (3.2.5.)

*que a administração não se transforme realmente, que os projectos de reforma não se executem, que os governos não governem. Nada tem realmente existência. A não-inscrição induz um tempo social particular, só o presente pontual existe; à sua frente está o futuro que se fará sentir apenas com o surgimento-repetição do presente.”* (GIL, 2004, p. 39)

E portanto, diante de um problema ou de um potencial acontecimento, *“Os portugueses (...) aproximam-se indirectamente, percorrem espirais, caminhos indívidos e barrocos até abordar claramente a questão.*

*Tanta precaução indica uma recusa do enfrentamento. (...) Debaixo da precaução, da cautela, da desconfiança, habita o medo”* (GIL, 2004, p. 66) *“(...) de agir, de tomar decisões diferentes da norma vigente (...)”* (GIL, 2004, p. 69).

### 2.2.3. Chico-espertismo

*“O português adquiriu, dentro de certos limites, reflexos de não obediência à lei. (...) É o que o povo chamou a prática do ‘desenrasque’ que, em esferas mais elevadas, conduz à beira (quando não ao âmag) da corrupção.”* (GIL, 2004, p. 74)

Este aspecto do modo de ser português é consequência dos anteriores. Em que medida? Na medida em que a resignação perante aquilo que está mal e perante a nossa própria condição de medíocres não apenas impede que se formem grandes movimentos de mudança, como também permite que se tomem **pequenas** liberdades que, de uma forma ou de outra, desafiem ou contornem o sistema vigente.

*“O que faz então o português esperto? Nada. ‘Anda por aí.’ Reserva-se o direito (...) de não obedecer à lei. É a sua tendência à não-inscrição que opera.”* (GIL, 2004, p. 74)

Além da resignação, também a prática do queixume contribui para *“(...) justificar todo o pragmatismo da sobrevivência (...)”* (GIL, 2009, p. 16) e, portanto, para legitimar os comportamentos de *chico-espertismo*.

Para José Gil, se um *chico-esperto* português contorna a lei, isso acontece com a aprovação velada do resto dos portugueses, logo o *chico-espertismo* é transversal a todas as esferas da sociedade (2009, p. 31): *“(...) o chico-esperto goza do consenso conivente da maior parte da população, mesmo quando esta, publicamente, o condena. (...) Daqui decorre a inacreditável brandura das leis que punem certos crimes de corrupção.”* (GIL, 2009, p. 33) Mais uma vez, o *chico-espertismo* vive de uma sensação geral de que em Portugal se respira impunidade, ou melhor, de que em Portugal os acontecimentos são vazios de importância. Eduardo Lourenço (1988) parece concordar com esta posição quando diz que *“(...) o hábito da irresponsabilidade e o culto*

*espontâneo do narcisismo (...) não encontram no juízo público a sanção que seria normal, mas o aplauso vertiginoso.*"<sup>8</sup> (p. 132)

#### 2.2.4. Síntese

Daqui retemos a importância da comparação com o resto da União Europeia na formação de uma imagem de Portugal como um país pequeno, frágil, inferior(izado). De reter igualmente que este é um dos extremos (possivelmente aquele que vem ao de cima com mais frequência) de um *estado de espírito colectivo nacional*. No outro extremo temos uma imagem sobre-valorizada da nossa identidade que vai beber principalmente à História, mesmo depois do Estado Novo ter utilizado os Descobrimentos como material de propaganda. A esta pequenez entranhada seguem-se consequências mais ou menos previsíveis: a inércia, a preguiça, a procrastinação, a irresponsabilidade, a resignação com tudo o que acontece, como se tudo fosse adquirido e impossível de alterar. Parece lógico que quem se tem como irremediavelmente menor do que outros não se esforce para inverter a situação. Paralelamente, a certeza de que os factos nos ultrapassam não só favorece todo o tipo de desistências como também uma certa esperteza na acção. Dito de outro modo, se é impossível mudar o sistema, há que contorná-lo pontualmente e em proveito próprio.

O *chico-espertismo* e o *desenrasque* não são vistos como coisas distintas para os autores que lemos. Se intuitivamente reconhecemos a afinidade entre os dois conceitos, também tendemos a atribuir ao *desenrasque* um carácter mais positivo do que aquele que atribuímos ao *chico-espertismo*. Esta diferença não é, todavia, referida na bibliografia citada. Para os autores lidos, os dois conceitos partilham o significado. O *chico-espertismo* / *desenrasque* é definido como um mecanismo de auto-protecção moralmente condenável mas *compreensível* e, por isso, discretamente consentido pelo todo da sociedade.

Quisemos aqui resumir as características-chave encontradas nos discursos dos pensadores contemporâneos da identidade nacional bem como chamar a atenção para a estreita relação que estas características estabelecem entre elas.

De seguida, descrevemos os procedimentos adoptados na elaboração do inquérito bem como os resultados obtidos. Recordamos que, para os objectivos da presente investigação, interessou-nos fazer a articulação entre os discursos dos pensadores e os discursos provenientes do senso-comum. Esta convergência vem no sentido de assegurar uma cobertura relativamente abrangente do assunto por forma a chegar a um conjunto de dados que possam servir de material para o estudo proposto.

---

8 O narcisismo de que nos fala Lourenço remete-nos directamente para a natureza hiperbólica da "*imagem de si*" (GIL, 2004, p. 70) de que falámos no início deste capítulo.

### 2.3. Senso comum e intuição: *Numa palavra, como é o português típico?*

Relatamos agora o trabalho desenvolvido no processo de recolha de dados do senso-comum. A intenção foi a de averiguar quais as características típicas do *modo de ser português* apontadas por um conjunto alargado de portugueses. Estávamos essencialmente à procura de adjectivos que descrevessem traços psicológicos. Assim, o corpo do inquérito era composto por uma única pergunta: *Numa palavra: como é o português típico?*

#### 2.3.1. Inquérito online

Na *web*, o inquérito foi feito através do Facebook e de uma plataforma própria para o efeito (o *website* Survs).<sup>9</sup> Para as respostas deixámos livre uma caixa de texto, isto é, não foram dadas quaisquer hipóteses prévias para escolha. Pretendíamos que os inquiridos respondessem livremente. Por outro lado, esta opção acarretou um cuidadoso trabalho de tratamento dos dados, uma vez que um número significativo de respostas repetia as mesmas ideias mas por palavras diferentes. De qualquer forma, elaborar uma lista prévia de respostas seria viciar os resultados à partida. O objectivo, com o inquérito, foi precisamente desprendermo-nos da nossa visão pessoal do *português típico* e procurar uma visão mais colectiva.

Solicitámos directamente – via *e-mail*<sup>10</sup> – a um conjunto de pessoas que respondessem ao inquérito. Paralelamente enviámos um *e-mail* potencialmente a toda a comunidade da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (FBA.UP.) a pedir a colaboração. Recolhemos as respostas entre 11 de Novembro de 2010 e 4 de Março de 2011 (Facebook: de 11 de Novembro de 2010 a 16 de Novembro de 2010; Survs: de 15 de Novembro de 2010 a 4 de Março de 2011).

Obtivemos 54 respostas no Facebook e 331 através do outro *website*. De notar que a plataforma Survs impunha um limite máximo de duzentas respostas por inquérito. Assim que o primeiro inquérito atingiu o limite foi produzido outro exactamente igual por forma a colher mais resultados. O *website* Survs – poderíamos ter optado por qualquer outra plataforma que oferecesse os mesmos serviços, nomeadamente os formulários Google Docs que não têm a mesma limitação do número máximo de respostas permitidas<sup>11</sup> – revelou-

---

9 Consultar Anexo 3 com a transcrição das respostas obtidas.

10 Consultar Anexo 2.

11 Chegámos a essa conclusão tarde demais.

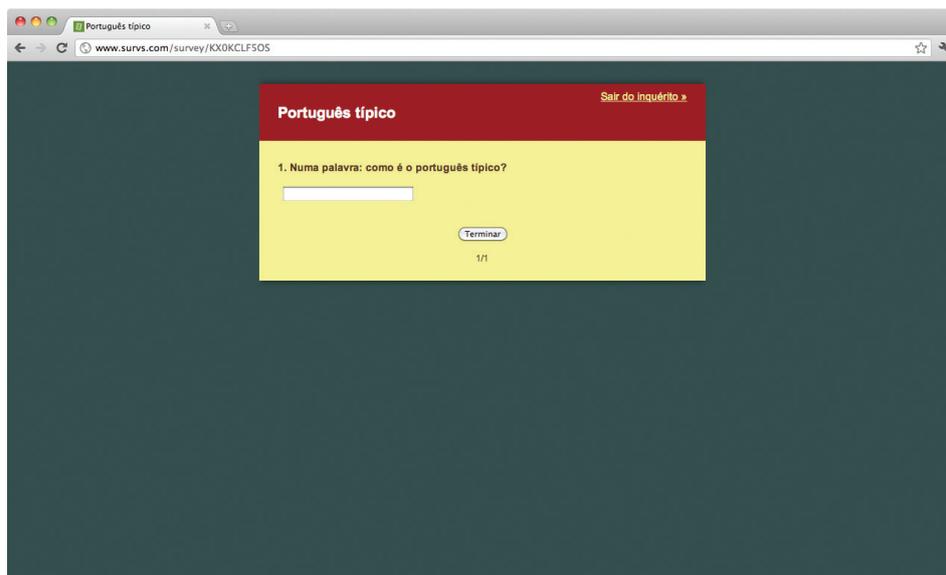


Figura 9. Inquérito online (Survs).

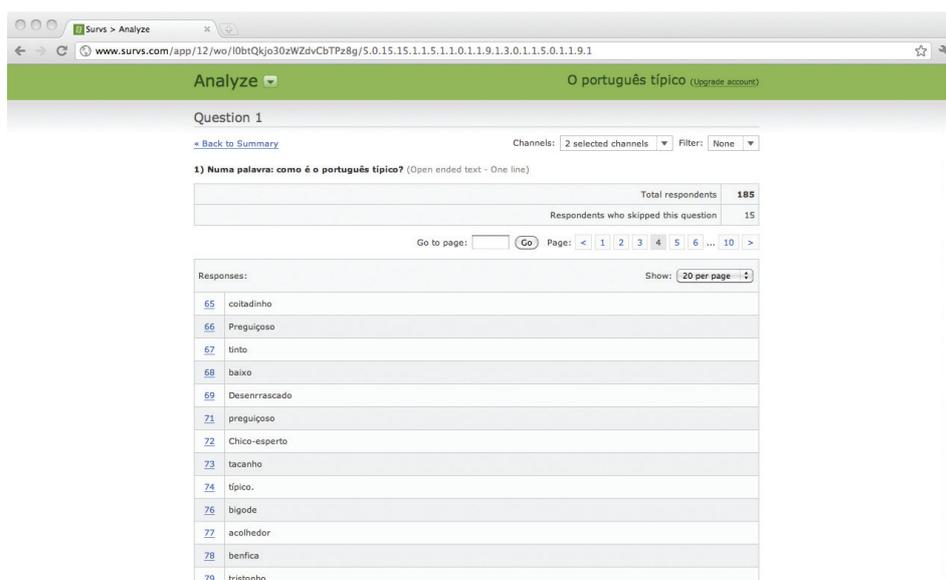


Figura 10. Inquérito online (Survs). Excerto dos resultados obtidos.

–se muito mais adequado aos nossos objectivos do que o Facebook. Para além de favorecer uma correspondência mais precisa entre enunciado e respostas (isto é, as respostas dadas neste contexto aproximavam-se mais daquilo que era pretendido), não permitia a visualização pelos inquiridos das respostas já dadas. Ao contrário, pareceu-nos que no Facebook as pessoas se sentiam desencorajadas a responder o mesmo que os outros. Ora, isto em nada se revelava produtivo para o trabalho, uma vez que procurávamos precisamente

respostas repetidas. Lembramos que o objectivo era isolar as respostas mais frequentes, tendencialmente consensuais e, logo, mais aptas a serem representadas em artefactos práticos.

A grande maioria das respostas obtidas veio do inquérito na *web*. O inquérito presencial revelou-se pertinente não tanto pela quantidade de respostas mas essencialmente pela forma como foram dadas, pelos comentários e estados de espíritos – que se percebem em conversas presenciais e não se percebem em inquéritos *online*. Para os objectivos da presente investigação, no entanto, não se justificava analisar os resultados provenientes de cada uma das estratégias de recolha de dados em separado, e sim a totalidade das respostas. Adiante fazemos esta análise. Por agora, descrevemos como se desenvolveu o inquérito presencial.

### 2.3.2. Inquérito presencial

O inquérito presencial foi feito no dia 30 de Novembro de 2010, entre as dezasseis e as dezoito horas, nas ruas do Porto nas áreas da Trindade e Bolhão e, principalmente, no Mercado do Bolhão. Partimos para a rua com uma câmara de filmar e a mesma pergunta do inquérito *online* mas, desta feita, sem a condicionante *numa palavra*. Era nossa intenção deixar as pessoas falar.<sup>12</sup>

A grande maioria dos inquiridos eram vendedores (de café, farmácia, talho, quiosque, castanhas, mercado do Bolhão). Optámos por entrevistar principalmente vendedores porque, à partida, estão mais abertos a abordagens de estranhos (potenciais clientes) do que os transeuntes. Além disso, os vendedores lidam diariamente com um grande número de pessoas (portugueses) e, portanto, pareceu-nos possível que tivessem uma opinião formada acerca do assunto.

Cedo percebemos – pelas reacções dos primeiros inquiridos – que a pergunta *como é o português típico?* não funcionava na rua como funcionava na *web*. A palavra *típico* era interpretada de forma diferente da pretendida. Entendia-se *português típico* como alguém de profissão tradicional, histórica até, como uma peixeira. A pergunta foi, então, imediatamente reformulada. Passámos a perguntar: *como é o português? homem ou mulher?, como é o povo português?, que características são próprias dos portugueses?, o que é que nos identifica ou nos distingue?*

Apresentávamo-nos como estudantes de mestrado a realizar um estudo sobre os portugueses, pedíamos autorização para registar em vídeo o depoimento e fazíamos a pergunta. Das dezanove pessoas abordadas, sete não se deixaram filmar e uma não quis responder porque estava “*com muito serviço*.” Reformulámos a pergunta as vezes necessárias para que fosse entendida.

---

12 Consultar Anexo 4.



Figuras 11 e 12. Inquérito presencial. Stills do registo vídeo das respostas de dois inquiridos.

Ainda assim, um conjunto não tão pouco significativo dos entrevistados não percebeu a pergunta ou afirmou não saber responder (seis). Um deles achou a pergunta “*muito vaga*.” Houve quem pensasse que as únicas respostas possíveis seriam “*os portugueses são bons*” ou “*os portugueses são maus*”



Figuras 13 e 14. Inquérito presencial. Stills do registo vídeo das respostas de dois inquiridos.

e que, portanto ambos correspondiam à verdade, isto é, “*Há de tudo.*” Além daqueles que tendiam a resistir à generalização, outros insistiam em exemplificar as suas ideias com episódios pessoais.

Um número significativo dos inquiridos imediatamente se desviava da

pergunta e se apressava em distinguir os portugueses de hoje dos de antigamente. Os de hoje saíam sempre a perder, ou porque “*hoje não há dinheiro e anda tudo triste*” ou porque “*antigamente é que se trabalhava*” ou ainda porque “*dantes havia mais respeito.*” Um número reduzido dos inquiridos preferiu distinguir os portugueses não no tempo mas no espaço. Uma senhora chegou a dizer: “*os de Lisboa também são portugueses.*” As dificuldades financeiras, as queixas do governo e a crise apareciam nas conversas com alguma facilidade.

Importa ainda referir que os inquiridos foram úteis não só pelo conteúdo das respostas mas também porque foi possível identificar características nos próprios inquiridos. Muitos deixavam transparecer os atributos que procurávamos enquanto falavam. Para dar um exemplo, um senhor que fugiu sistematicamente à pergunta, desviando o assunto para problemas financeiros, acabou por concluir o seu raciocínio da seguinte forma: “*Temos que nos aguentar.*” Apenas quando estas características transpareceram de forma muito evidente é que as incluímos nos resultados.

### 2.3.3. Resultados

No total obtivemos 403 respostas. Nenhuma sobressaiu significativamente de entre o conjunto. Para o tratamento dos dados não considerámos as respostas que aparecem apenas uma vez nem as respostas *típico e português*, o que significa uma percentagem de 69% de respostas válidas. Apesar da franca variedade e da relativa falta de expressão dos resultados obtidos, identificámos uma linha divisória entre as respostas mais frequentes e as menos frequentes (ver figura 15). Aquelas que aparecem oito ou mais vezes pertencem portanto ao grupo das mais dadas. Desta forma, temos que os inquiridos nos indicam as seguintes características do *modo de ser português*: **preguiçoso, saudosista, nostálgico, desenrascado, chico-esperto** e também **resignado, comodista, pequeno, inerte, pessimista e com bigode**.

Verifica-se que muitas das respostas se contradizem mutuamente, isto é, os inquiridos apontam com alguma frequência pares de antónimos (exemplos: trabalhador / preguiçoso; lutador / resignado; triste / alegre; pessimista / optimista; respeitador / mal-educado. Isto acaba por confirmar o “(...) *topos do senso comum elitista sobre os portugueses (...) que no carácter português se misturam elementos contraditórios (...)*” (SOUSA SANTOS, 1999, p. 56). Outra evidência é a clara preferência por adjetivos negativos. Das respostas consideradas válidas para os nossos objectivos, apenas 13% podem ser consideradas como positivas, 59% são negativas e as restantes indeterminadas.

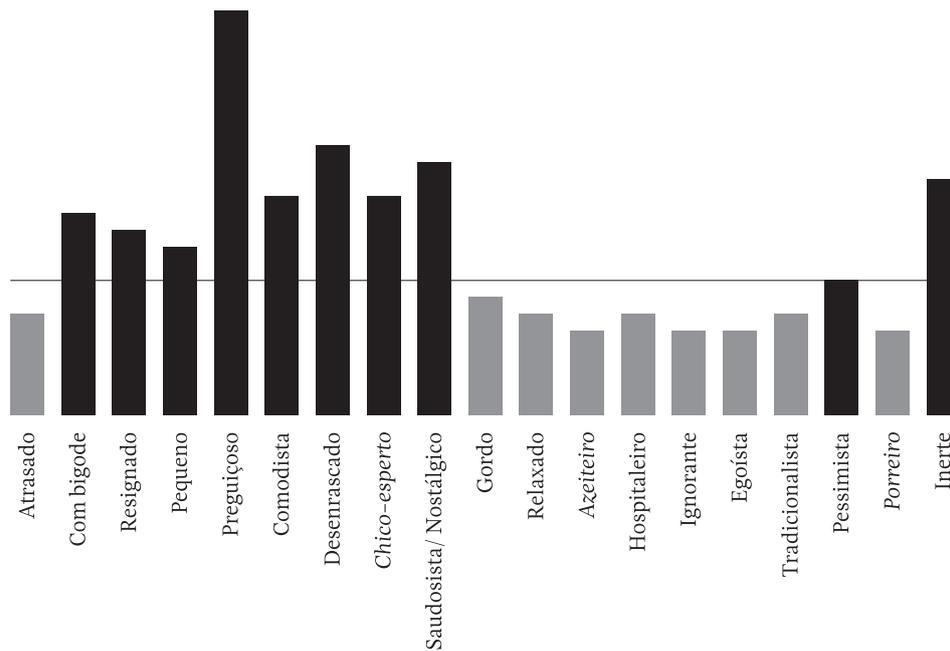


Figura 15. Respostas mais dadas nos inquéritos.

## 2.4. Conclusões

As características que reconhecemos anteriormente como recorrentes no discurso dos pensadores citados surgem-nos repetidas pelos inquiridos, melhor, os resultados dos inquéritos são confirmados por via dos autores, concretamente a **pequenez**, a **resignação**, a **inércia** e o **chico-espertismo**. A **preguiça**, a **saudade** e o **pessimismo**, embora importantes nos inquéritos, não aparecem referidos com tanta insistência na revisão de literatura. No entanto, estes *modos de ser* não são completamente ignorados pelos autores. Senão vejamos, relativamente à preguiça, Eduardo Lourenço dedica-lhe até um sub-capítulo em “*Labirinto da Saudade*”, intitulado “*O trabalho para o preto*” (1988, p. 128–129).

A preguiça dos portugueses é justificada pela História: “*Não trabalhar foi sempre, em Portugal, sinal de nobreza (...). Colectiva e individualmente, os Portugueses habituaram-se a um estatuto de privilégio sem relação alguma com a capacidade de trabalho e inovação que o possa justificar (...).*” (LOURENÇO, 1988, p. 128–129)

Quanto à saudade remetemos para o discurso de José Gil (2004) e para a relação que o filósofo estabelece entre saudade e pequenez: “*Aquela tia que ficava a dizer adeus, adeus, adeus, abanando sem fim o lenço à janela para a sobrinha que ia todas as manhãs para o trabalho ali ao lado, pelo pas-*

	FB <sup>1</sup>	Survs	Rua	Total	JD <sup>2</sup>	JG <sup>3</sup>	EL <sup>4</sup>	JM <sup>5</sup>	BSS <sup>6</sup>
Comodismo	1	10	2	13					
Inércia	1	11	2	14					
Resignação	0	9	2	11					
Preguiça	1	21	2	24					
Pequenez	3	7	0	10					
Desenrasque	4	12	0	16					
Chico- -espertismo	3	10	0	13					
Saudade / Nostalgia	0	11	4	15					
Pessimismo	1	7	0	8					
Oscilação CS / CI <sup>7</sup>	0	0	0	0					
Leviandade	0	0	1	1					
Bigode	2	10	0	12					

**Figura 16.** Quadro de cruzamento dos dados provenientes da recolha bibliográfica com os dados provenientes do senso comum. Foram seleccionadas as características mais apontadas pelos pensadores lidos e as respostas mais dadas nos inquéritos, com o intuito de compreender quais são comuns a ambos. Estas últimas aparecem destacadas no quadro.

**Legenda:** 1. Facebook; 2. Jorge Dias (1995); 3. José Gil (2004, 2009); 4. Eduardo Lourenço (1988); 5. José Mattoso (1998); 6. Boaventura de Sousa Santos (1999, 2011); 7. Complexo de superioridade / Complexo de inferioridade.

*seio, até ao virar da esquina... Pequenos mundos: daí a visão curta, a repulsa instintiva pelos projectos a médio e longo prazo (...) (Outro exemplo: os milhões de telemóveis usados pelos portugueses.)*” (p. 46) Finalmente, dois exemplos clássicos do pessimismo nacional: “O tradicional grito de pouca sorte” de que nos fala Eduardo Lourenço (1988, p. 130), e as frequentíssimas queixas do país (GIL, 2009, p. 15).

Por forma a melhor visualizar a informação recolhida e num esforço por encontrar um repertório de *traços lusitanos* que funcionassem como ponto de partida sólido para especular sobre o design de artefactos, optámos por fazer o cruzamento dos dados vindos do inquérito com os dados vindos da

recolha bibliográfica recorrendo a um quadro (ver figura 16). Neste quadro abrimos ligeiramente o leque dos autores lidos e incluímos igualmente Jorge Dias (1995) e José Mattoso (1998)<sup>13</sup>. Da análise do quadro retirámos os seguintes traços típicos principais: **inércia**, **pequenez**, **chico-espertismo** (e / ou **desenrasque**) e **saudade** (ou **nostalgia**).

Até aqui temos vindo a analisar isoladamente os dois territórios-chave da investigação. Se anteriormente<sup>14</sup> avançámos possíveis pontos comuns entre eles – pontos esses que nos levaram em primeira instância a considerar a sobreposição de ambos os universos como mote para o estudo – importa aprofundar as relações entre videojogos e *portugalidade*. Que argumentos justificam de facto esta convergência? Será que ao falar de repertórios da identidade nacional portuguesa é possível falar simultaneamente de videojogos? Em que medida a representação *video-jogável* da *portugalidade* pode citar um conjunto de lógicas tradicionais dos videojogos? É o assunto do próximo capítulo.

---

13 Verifica-se que José Mattoso (1998) confirma precisamente duas das respostas mais dadas nos inquéritos: “(...) a *saudade* associada ao lirismo e a reduzida capacidade de planeamento aliada à tendência para a improvisação.” (p. 105)

14 Na introdução desta dissertação.

## CAPÍTULO 3

### VIDEOJOGOS E REPERTÓRIOS DA IDENTIDADE NACIONAL PORTUGUESA

Neste capítulo cruzamos os dois territórios-chave da investigação. Até que ponto é a representação de repertórios da identidade nacional capaz de citar imagens mais ou menos consensuais dos videojogos? Até que ponto é capaz de as inverter? Ou estarão os dois universos apartados? Em que medida esta convergência permitirá pensar ou re-pensar o meio?

Inicialmente fazemos referência a um projecto anteriormente desenvolvido por uma equipa que a investigadora integrou. Muito embora a abordagem ao tema tenha sido, no caso deste projecto anterior, bastante mais intuitiva do que aquilo a que nos propomos nesta dissertação, esta foi já uma experiência realizada no terreno da sobreposição dos dois universos, pelo que o seu estudo se releva de grande utilidade. Em seguida realizamos o exercício de procura de pontos convergentes dos dois territórios. Finalmente, fazemos uma síntese deste material, com o intuito de o adaptar ao design de artefactos interactivos *video-jogáveis*.

#### 3.1. Estudo de caso: *Fátima*

Neste ponto analisamos sumariamente o videojogo *Fátima* (Pereira [et al.], 2010), por estar próximo daquilo que temos vindo a sugerir no âmbito da investigação, isto é, o estudo prático das potencialidades (comunicativas) do meio (artefactos digitais interactivos *video-jogáveis*) aliado à representação de repertórios da imagem de Portugal. *Fátima* é um projecto desenvolvido entre Outubro de 2009 e Julho de 2010 e contribuiu de forma crucial para as decisões de fundo que, em primeira instância, sustentaram a presente investigação.

Da equipa responsável pelo projecto fizeram parte a investigadora, Luís Lucas Pereira, Mafalda Maia, Mafalda Nobre, Pedro Machado Santa e Tiago Alves. O conceito e o design do jogo foi um trabalho partilhado por todos os elementos da equipa. A programação ficou a cargo de Luís Lucas Pereira, Pedro Machado Santa e Tiago Alves enquanto que o desenho ficou a cargo da investigadora, Mafalda Maia e Mafalda Nobre. O som é de Tiago Alves e a coordenação de Luís Lucas Pereira. O projecto está disponível em [playfatima.net](http://playfatima.net).<sup>1</sup>

*Fátima* é um videojogo para ser jogado *online* e transporta para o ambiente lúdico as Aparições de Nossa Senhora de Fátima de 1917, em Portugal. O fenómeno – na sua totalidade, desde as aparições propriamente ditas até às

---

1 Consultar Anexos 5 e 6 para documentação extra sobre o videojogo.



Figura 17. *Fátima* (Pereira [et al.], 2010). Quadro com as personagens.

peregrinações ao Santuário – é um símbolo de Portugal e parte integrante do imaginário português contemporâneo. Acresce que, plástica e visualmente, o cenário das Aparições da Virgem Maria na Cova da Iria a três pastorinhos é particularmente rico.

Abaixo descrevemos sumariamente o objecto, com especial atenção às dimensões que mais nos interessam aqui.

### 3.1.1. Guião, metáfora e questionamento do meio

Em *Fátima*, o jogador assume o papel de uma pastorinha (Irmã Lúcia) que guarda um rebanho de ovelhas num cenário bucólico como pano de fundo. Pontualmente, a tarefa rotineira da pastorinha é perturbada pela literal descida dos céus da brilhante Virgem Maria, que pousa suavemente sobre a única azinheira do local. Nesses momentos, o jogador decidirá fazer uma de duas coisas: continuar a guardar o rebanho ou rezar à Virgem Maria. Não lhe é dito directamente o que deve fazer. A decisão está, portanto, do lado dele.

O artefacto não é tanto um videojogo tradicional mas antes um objecto in-



Figura 18. *Fátima* (Pereira [et al.], 2010). Caixa de diálogo.

teractivo que apela à reflexão acerca dos dilemas espirituais e filosóficos do dia-a-dia. Concretamente, parte-se do fenómeno de Fátima para colocar o jogador numa situação de escolha entre o espiritual e o material, o divino e o profano. Optar pelas ovelhas é, simbolicamente, ficar-se pelo lado material; rezar a Nossa Senhora é optar pela dimensão espiritual da vida.

Ora, naturalmente, o jogador poderá procurar um equilíbrio entre ambas as dimensões. É-lhe possível rezar umas vezes e guardar o rebanho outras, ou dividir o seu tempo entre as duas tarefas. Pode também decidir nunca rezar ou rezar sempre que há uma Aparição. Para assegurar a liberdade de escolha ao jogador, o jogo teria de rejeitar atribuir de juízos de valor a qualquer um dos cenários possíveis (rezar ou trabalhar), isto é, não nos caberia definir que acções seriam desejáveis (isto é, que acções levariam à vitória) e que acções seriam indesejáveis (as que levariam à derrota). Isto obrigaria à ausência de condição de vitória. Não foi exactamente isso que fizemos, no entanto. A condição de vitória existe mas não é revelada inicialmente. O jogador é lançado no terreno de jogo sem indicações acerca do que fazer, excepto talvez aquelas que advêm do conhecimento prévio que possa ter do fenómeno das Aparições de Fátima. A caixa de diálogo correspondente às instruções informa apenas: *Usai o rato para mover a pastorinha. / Amen.*

Vejamus então como se ganha o jogo. É preciso passar pelas seis Aparições de Nossa Senhora (de Maio a Outubro). Para se manter em jogo tempo suficiente para as testemunhar, o jogador deverá ser capaz de guardar pelo menos uma ovelha. Assim formulada – chegar ao final com pelo menos uma ovelha –, a condição de vitória permite ao jogador decidir quanto do seu esforço vai dedicar a cuidar das ovelhas e quanto vai dedicar a rezar à Virgem

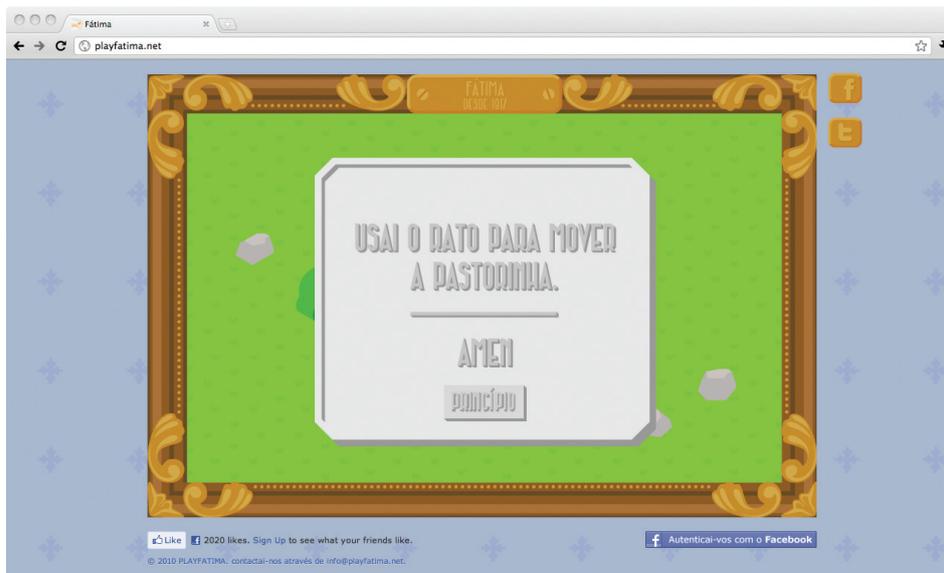


Figura 19. *Fátima* (Pereira [et al.], 2010). Caixa de diálogo.

Maria. Apesar do peso que a dimensão material tem na conquista da vitória, a pontuação em *Fátima* é dupla, reiterando o binómio espiritual / material que dá corpo ao objecto. A pontuação não é um símbolo vazio – na medida em que avalia a performance do jogador e decide se este perde ou ganha –, mas é de relativa pouca importância porque não afecta nenhum tipo de progressão do jogador.

O mais importante, em nosso entender, é que *Fátima* tece comentários ao meio porque se apropria do fenómeno religioso de maior expressão em Portugal e transporta-o para um universo *video-jogável*, incorporando-o também nas redes sociais. Sabíamos que a escolha deste meio para ilustrar e comentar as Aparições de Nossa Senhora de Fátima poderia dar espaço a alguma polémica. São duas realidades que parecem não combinar. *Fátima* é supostamente um assunto sério e videojogos não. Foi essencialmente disso que quisemos falar. A ideia subentende-se: É *Fátima* um assunto sério? Não podem os videojogos ser sérios? É essencialmente aqui que *Fátima* levanta questões acerca do meio ou da ideia que dele é habitualmente feita.

Observado de forma isenta, o conteúdo do videojogo não poderá ser considerado ofensivo. *Fátima* não faz qualquer tipo de juízo de valor acerca de religião. O caminho a seguir no jogo, bem como a interpretação que dele é feita, são da responsabilidade do jogador. Assim sendo, aquilo que pode levar a leituras do artefacto como sendo *jocosos*<sup>2</sup> para com as Aparições de Fátima

2 Numa entrevista, que nunca chegou a ser publicada, que demos a 2 de Abril de 2011 ao

é o meio. **O meio comunica significados.** Importa salvaguardar que pretendeu manter-se uma proximidade com a linguagem dos videojogos populares (nos gráficos, som e *interface*), o que em parte pode ter contribuído para reforçar o poder comunicativo do meio isolado.

### 3.1.2. Mecânicas, arte e som

As escolhas formais dependeram principalmente do fenómeno em si, do imaginário que ele sugere, das imagens que estamos habituados a ver de Fátima e do próprio relato das Aparições feito pela Irmã Lúcia (KONDOR, 2007). Quisemos igualmente promover um ambiente idílico e inocente – daí talvez a quase infantilização das personagens – que não é exclusivo de Fátima mas extravasa para a imagem de Portugal que tantas vezes nos é (ou foi) comunicada.<sup>3</sup>

Também importantes no processo de tomada de decisões formais foram outros factores – mais técnicos e menos conceptuais – como as mecânicas (que, por sua vez, resultaram das opções de fundo relativas ao design do jogo de que já falámos). Concretamente, guardar as ovelhas significa evitar que fujam, portanto bloquear-lhes o caminho. A partir daqui faria sentido aproveitar as duas dimensões do ecrã e permitir que o jogador se movesse para todos os lados. Daí a escolha do plano axonométrico: a pastorinha move-se em oito sentidos (Norte, Sul, Este, Oeste, Nordeste, Noroeste, Sudeste e Sudoeste) na sua tarefa de impedir que as ovelhas escapem, isto é, que passem para lá da janela do mundo do jogo e deixem de se ver. Os movimentos da Irmã Lúcia são controlados com o rato.

A decisão pelo uso da tecnologia Flash<sup>4</sup> (tomada com base em critérios de programação), somada ao plano axonométrico, contribuiu para que optássemos pelo desenho vectorial. Foram desenhadas várias posições diferentes para as personagens que se movimentam em terra: a pastorinha e as ovelhas.

Cada descida da Virgem é precedida por um relâmpago, à semelhança do que nos conta a Irmã Lúcia (KONDOR, 2007, p. 172). Além disso, sempre que Ela aparece a música muda: a canção “13 de Maio” em oito bits<sup>5</sup> é substituída –

---

jornal digital Jornalismo Porto Net (ver Anexo 5), a jornalista perguntava: “Não acha que esta aplicação é um pouco ‘jocosa’ para com a crença na aparição de Fátima?”

3 Principalmente pela propaganda salazarista, que utilizava regularmente imagens de inocência.

4 Adobe Flash. *Software* voltado para o desenho de animações, *websites* e aplicações interactivas.

5 Oito bits (áudio): Oito bits de informação por *sample* de áudio digital. Baixa resolução. As músicas em oito bits remetem para o universo dos videojogos clássicos.

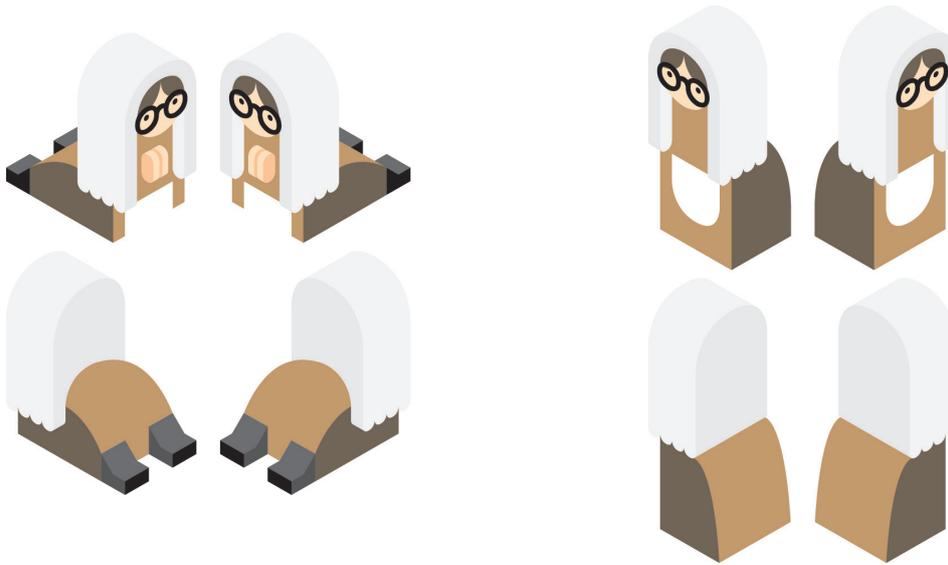


Figura 20. *Fátima* (Pereira [et al.], 2010). Conjunto de imagens da pastorinha.



Figura 21. *Fátima* (Pereira [et al.], 2010).

e apenas durante a presença de Nossa Senhora – pela música “*Ave Maria*” de Schubert, também em oito bits. Quando o jogador decide rezar é recompensado sonora e visualmente (até porque esta recompensa contribui para deixar no jogador a impressão de que a reza é, de alguma forma, útil ao jogo). O discurso das caixas de diálogo está, regra geral, na segunda pessoa do plural (como aliás acontece frequentemente nos discursos religiosos tradicionais) e, em alguns casos, baseia-se no relato da Irmã Lúcia acerca das Aparições.

Em conclusão, muito embora sem a intenção inicial deliberada de representar repertórios da identidade nacional portuguesa num videogame e de, por essa via, testar as possibilidades criativas do meio, esse exercício acabou por ser feito em *Fátima*. Por outras palavras, o facto do projecto não ter partido da análise teórica da convergência dos dois territórios, não significa que essa convergência não tenha sido ensaiada. Na prática, a representação das Aparições de Nossa Senhora de Fátima – um tema conotado com a religião católica em Portugal (um dos famosos três Fs<sup>6</sup>) – serviu para questionar o meio do modo a que fizemos referência anteriormente. *Fátima* parece confirmar assim a hipótese de que a sobreposição dos dois universos pode contribuir para uma revisão da ideia tradicional de videogame.

A análise teórica do cruzamento dos dois territórios – que não foi feita antes do design de *Fátima* – é o assunto de que nos ocuparemos de seguida. Que relações é possível estabelecer entre videogames e repertórios da identidade portuguesa? Que aspectos da imagem de Portugal, uma vez representados em videogames, podem contribuir para uma exploração criativa do meio e, logo, para a sua re-perspectivação? Será que através da citação de traços típicos da *personalidade portuguesa* é possível citar igualmente traços típicos dos videogames? Simplificando, podem os videogames sobre Portugal ser igualmente videogames sobre videogames? E se sim, como?

### 3.2. Identificação de possíveis relações

Os videogames e os repertórios convencionados da identidade portuguesa partilham pontos comuns que fomos capazes de identificar, depois das análises que realizámos a ambos. A enunciação destes pontos contribui para justificar a convergência dos dois universos que realizamos na presente investigação e contribui também para compreender que características podem ser representadas em artefactos práticos. Entre elas estão a **representação de si como um pequeno grande herói**, uma **moralidade dúbia que passa pela aceitação da ideia de que os fins justificam os meios**, a **improvisação**, a **fuga ao conflito** e a **recusa da dimensão trágica da morte**.

#### 3.2.1. O arquétipo do herói

*“Em termos psicológicos, o arquétipo do Herói representa o que Freud chamou de ego – a parte da personalidade que se separa da mãe, que se considera distinta do resto da raça humana.” (VOGLER, 2006, p. 49)*

---

6 Fátima, futebol e fado.

Quando nos é contada uma história identificamo-nos com o protagonista e esse processo de identificação é vital para que nos possamos manter interessados na história. “O propósito dramático do herói é dar à plateia uma janela para a história. Cada pessoa que ouve uma história ou assiste a uma peça ou filme é convidada, nos estágios iniciais da história, a se identificar com o Herói, a se fundir com ele e ver o mundo por meio dos olhos dele. Para conseguir fazer isso, os narradores dão a seus heróis uma combinação de qualidades que é uma mistura de características universais e únicas. Os heróis têm qualidades com as quais todos nós podemos nos identificar e nas quais podemos nos reconhecer. São impelidos pelos impulsos universais que todos podemos compreender: o desejo de ser amado e compreendido, de ter êxito, de sobreviver, de ser livre, de obter vingança, de consertar o que está errado, de buscar auto-expressão. As histórias nos convidam a investir no Herói uma parte de nossa identidade pessoal, enquanto dura a experiência. Em certo sentido, durante algum tempo, nós nos transformamos no Herói. Projectamo-nos na psique do Herói, vemos o mundo com seus olhos.” (VOGLER, 2006, p. 50)

Ora, este processo de identificação entre espectador / leitor e protagonista que ocorre em narrativas tradicionais parece aplicar-se também aos videogames. Nestes últimos: “(...) *the hero is the player’s avatar.*” (ROLLINGS, 2003, p. 137) Esta conclusão parece bastante evidente: nunca nos separamos do nosso avatar, vemos o mundo do jogo como ele o vê, estamos onde ele está e, mais importante, ele executa os nossos comandos. Portanto, à semelhança das narrativas tradicionais: “*The most important thing to do with the hero is ensure that players can identify with the character.*” (ROLLINGS, 2003, p. 137)

Esta não é, no entanto, a opinião de James Newman (2002). Para o autor, a forma como o avatar do jogador é representado não interfere com a experiência de jogo, logo a questão da importância da identificação nem sequer se coloca. Para Newman o avatar é entendido pelo jogador não como uma personagem com personalidade mas como um veículo, um entidade que incorpora um conjunto de capacidades: “*While it may retain significance on the box, in adverts, even in cut scenes and introductions within the game, during On-Line engagement, the appearance of the player’s character is of little or no consequence. By this, I mean to suggest that the level of engagement, immersion or presence experienced by the player – the degree to which the player considers themselves [SIC] to ‘be’ the character – is not contingent upon representation. On-Line, ‘character’ is conceived as capacity – as a set of characteristics.*”

Por um lado, a representação de dilemas morais em videogames não é tão refinada (nem tão fácil de conseguir) como em narrativas lineares,<sup>7</sup> o que limita a riqueza do arquétipo do herói. Por outro, um número significativo de videogames nem sequer tem avatar, como por exemplo *Tetris* (Pajitnov; Gerasimov, 1984) ou *Columns* (Sega, 1990). Por outro ainda a ideia de que o

---

7 Como referimos anteriormente: 1.1.6. e 1.2.1.

jogador se deverá identificar com o seu avatar não reúne consenso entre os estudiosos do tema (NEWMAN, 2002).

Assim, mesmo aceitando que o arquétipo do herói não é uma característica tão transversal aos videojogos populares quanto por exemplo aquelas que identificámos anteriormente no capítulo dois, interessa-nos saber (porque vai ao encontro dos objectivos a que nos propusemos) como é ele tipicamente representado.<sup>8</sup> Podemos aceitar a descrição que Flanagan nos faz: “*Players are almost always constructed as powerful agents, superheroes, or even gods. Additional implications of this positioning for the male player or, at least, a male gaze come to the fore given the current focus of much of the games industry.*” (2009, p. 230) Todavia, este não é o único perfil possível do herói em videojogos. À semelhança das narrativas tradicionais, também em videojogos existem vários tipos de herói, até aqueles que à primeira vista nos poderiam parecer mais improváveis. O “*(...) anti-herói não é o oposto de um Herói, mas um tipo especial de Herói, alguém que pode ser um marginal ou um vilão, do ponto de vista da sociedade, mas com quem a plateia se solidariza, basicamente. E nos identificamos com esses marginais porque todos nós, uma ou outra vez na vida, nos sentimos marginais.*” (VOGLER, 2006, p. 54) Em *Grand Theft Auto* (Rockstar Games, 1997), por exemplo: “*(...) the game world’s value system is put forward as one of success achieved through violence, rewarding criminal behavior and reinforcing racial and gender stereotypes.*” (FLANAGAN, 2009, p. 223)

Com isto em mente, o perfil do herói que descrevemos de seguida não é universal nem quiçá o mais recorrente. É apenas relativamente comum em videojogos populares. E é directamente emprestado das narrativas lineares clássicas.

Falamos do *David de David e Golias* – por exemplo *Shadow of the Colossus* (Team Ico, 2005). *O mais fraco fisicamente mas mais forte mentalmente (mais inteligente ou de bom coração). Aquele que, contra todas as expectativas, vence o mal. O príncipe pobre.*<sup>9</sup> A convergência no herói de fragilidades e forças é, naturalmente, uma técnica que visa apelar à identificação do público: “*Um personagem que tenha uma combinação única de impulsos contraditórios, como confiança e suspeita, ou esperança e desespero, parece mais realista e humano do que outro que apresente apenas um traço de carácter.*” (VOGLER, 2006, p. 50)

O herói-David, típico das narrativas, é uma personagem desconsiderada pelos demais mas, em momentos-chave, revela-se esperto e desenrascado,

---

8 Em videojogos populares e em narrativas lineares tradicionais. A diferença neste ponto não é relevante.

9 “Num só homem [Salazar], durante décadas, uma parte do povo português (bem mais extensa do que a oposição sempre gostou de imaginar) viu reunidas duas condições opostas cuja estrutura faz parte da tipologia dos contos populares mais clássicos: a do ‘príncipe e do pobre’(...)” (LOURENÇO, 1988, p. 53)

capaz de fazer frente à adversidade e de sair vitorioso. Ora este perfil coincide, precisamente, com o do típico português,<sup>10</sup> que é fraco mas forte, é menor do que os outros mas tem rasgos momentâneos de genialidade, em suma possui a “(...) consciência de uma congênita fraqueza e a convicção mágica de uma proteção absoluta (...)” (LOURENÇO, 1988, p. 17).

Além disto, a relação entre herói e vencedor ou campeão é evidente: um herói é—o muitas vezes como consequência de ter sido capaz de alcançar um grande feito, de superar um desafio difícil de vital importância, de salvar a Pátria, como por exemplo a personagem Jack Bauer em 24 (Cochran; Surnow, 2001–2010). Assim, ser—se um campeão é meio caminho para se ser também um herói. Em jogos, “A mera identificação com o campeão constitui já uma *mimicry* semelhante àquela que faz com que o leitor se reconheça no herói do romance e o espectador no herói do filme.” (CAILLOIS, 1990, p. 42)

“(...) [T]odos nós [portugueses] andamos ‘pr’aqui’ como Álvaro de Campos que dizia que ‘nunca conhe[ceu] quem tivesse levado porrada./ Todos os meus conhecidos têm sido campeões em tudo’.” (GIL, 2004, p. 78)

### 3.2.2. Chico—espertismo e moralidade dúbia

Um herói desenrascado é também, frequentemente e em videogames, um herói *chico—esperto*. Aproveitemos a definição que nos dá José Gil: “O *chico—esperto* não nega o poder e a lei, contorna—os pontualmente.

*E age com a consciência de gozar da impunidade.*” (2009, p. 34)

Aqui ensaiamos a ponte entre o típico *chico—espertismo* nacional e a representação do *chico—espertismo* em videogames. Não estamos a falar da batota,<sup>11</sup> muito embora a definição de batota<sup>12</sup> coincida quase na perfeição com a definição de *chico—espertismo* que avançámos. Falamos, isso sim, da valorização da vitória em detrimento dos métodos adoptados para a alcançar. Em videogames populares, regra geral, toda a acção que vise a conquista da vitória é aceitável. Acresce que a descoberta do *caminho mais curto* é frequentemente a epifania que os jogadores procuram. E a própria ideia de *caminho*

---

10 Consultar 2.2.1.

11 Embora pudéssemos estar. Como notam Björk e Holopainen (2003): “*Breaking rules openly end game activities, or at least requires reformulation of them to exclude the rule breaker. Doing so secretly, or cheating, requires that the other players to detect the faulty behavior (...) the cheater is not the one who make the activity of playing impossible (...)*”. A relação entre os conceitos de batota e *chico—espertismo* é próxima.

12 “*Trapaça no jogo*” In Priberam.



Figura 22. *MacGyver* (Zlotoff, 1985–1992) – o herói–desenrascado.

*mais curto*, note-se, encerra uma desvalorização da dimensão ética.

Naturalmente, é preciso ser-se esperto para vislumbrar vias alternativas que têm partido das eventuais fragilidades (intencionais ou não) de um dado sistema. Poder-se-á contra-argumentar afirmando que inteligência e *chico-espertismo* são coisas distintas. E são-no efectivamente. No contexto particular dos videojogos essa diferença parece todavia esbater-se, principalmente porque os jogos, por possuírem uma forte dimensão da ordem do ficcional, correm o risco de que a ética do jogador seja subjugada à sua vontade de vencer, uma vez que as consequências dos seus actos não têm repercussões reais.

Em *Super Mario Bros.* (Nintendo, 1985), se formos suficientemente inteligentes (ou espertos) para descobrir os atalhos escondidos no cenário, somos imediatamente transportados para níveis mais avançados do jogo, sem precisarmos de passar pelas fases habituais. Literalmente, cortamos caminho, saltamos partes. Mas, se metaforicamente esta ideia de *cortar caminho* é conotada de forma negativa, no mundo do jogo o mesmo não acontece: trata-se apenas de uma maneira inteligente de chegar ao fim rapidamente. Há, no entanto, jogos em que o *caminho mais curto* está associado a escolhas morais dúbias. Em *The Sims* (Maxis, 2000) é possível ao jogador matar o seu marido ou mulher para garantir uma progressão rápida no jogo (isto é, para ganhar dinheiro). Muito embora não seja a mais adequada moralmente, esta possibilidade existe e é permitida pelo sistema, se formos *espertos*. “A character can get a job and earn money the hard way, or he can become a professional widow: marry other characters and then kill them for the inheritance. (...) There are no lasting repercussions in the game world for murdering your husband or wife (...)” (ROLLINGS, 2003, p. 223–224). Em *Bio-*

Shock (2K Boston, 2007), a dados momentos, somos obrigados a escolher entre assegurar mais eficazmente a nossa própria protecção, matando pobres meninas (caminho mais fácil = caminho do mal), ou salvá-las, arriscando a nossa pele (caminho mais difícil = caminho do bem). “(...) [T]he player encounters a number of young girls who seem evilly possessed. If the player succeeds in capturing one of the girls, the game presents the option to press one button to ‘harvest’ her for material to purchase more powers, and another button to ‘rescue’ her for a smaller immediate reward. Later in the game, the protagonist encounters a number of rescued girls who treat him as a savior or a villain depending on how he had treated others in the meantime.” (TOCCI, 2008)

De seguida sugerimos outra relação possível entre o *chico-espertismo* – mais concretamente a dimensão de improviso inerente ao conceito – e o universo dos jogos.

### 3.2.3. Improvisação

Para os nossos objectivos, a improvisação em videojogos pode ser entendida de duas formas: enquanto modo de resolver conflitos e enquanto deambulação. Ambas aparecem igualmente no *modo de ser português*.

A capacidade de improvisar na resolução de problemas é a definição popular de *desenrasque*. E o *desenrasque* parece ser a versão positiva do *chico-espertismo*, embora a maioria dos autores lidos não faça a distinção entre os dois conceitos. Jorge Dias (1995), na sua tentativa de pintar a *alma nacional* como uma coisa intrinsecamente positiva – quase cândida –, justifica a prática do *desenrasque* da seguinte forma: “A imaginação sonhadora, a antipatia pela limitação que a razão impõe e a crença milagreira levam-no [ao português] com frequência a situações perigosas, de que se salva pela invulgar capacidade de improvisação de que é dotado. (...) O facto de se repetirem tais situações deve explicar-se pela confiança que o Português tem na facilidade das soluções da última hora. Nesses momentos a sua inteligência viva, a enorme capacidade de adaptação a todas as circunstâncias e o jeito para tudo permitem-lhe dominar as situações com êxito.” (p. 52)

Relativamente à improvisação enquanto deambulação, importa primeiro lembrar em que medida ela aparece em jogos. Recorremos para isso ao discurso de Caillois (1990) e nomeadamente à ideia de jogo livre ou, mais especificamente, de *paidia*: “(...) persiste no âmago do jogo uma liberdade primeira, necessidade de repouso e, simultaneamente, distração e fantasia. (...) A tal poder original de improvisação e de alegria geral, eu chamo *paidia*.” (CAILLOIS, 1990, p. 47-48) Falámos anteriormente de videojogos *paidia*,<sup>13</sup> por exemplo *The Sims* (Maxis, 2000): são videojogos-brinquedos,

---

13 Consultar 1.1.1.1.

que convidam à descoberta e exploração do mundo do jogo e ao *role-playing*. O “(...) carácter improvisado e desregrado (...)” destes jogos *paidia* é, para Caillois (1990), a sua “(...) essencial, para não dizer única, razão de ser.” (p. 48)

O deambular característico do jogos *paidia* pode ser comparado ao conhecido *vai-se andando* português. “(...) [O] sujeito vai passear ao acaso, cheirar o ar, deixar vir a si as coisas visíveis, sentar-se num café a ler o jornal, provocar sem dúvida calmos encontros esperadamente inesperados com outros que também andam ‘por aí’. (Uma outra expressão típica do viver desta estranha pseudo-contingência do deambular lusitano é: ‘se calhar...’)” (GIL, 2004, p. 65)

#### 3.2.4. (Recusa do) conflito

Aqui não falamos de uma convergência mas de uma oposição. Tradicionalmente, o jogo assenta no conflito.<sup>14</sup> Nas palavras de Crawford (1982): “(...) *expunging conflict from a game inevitably destroys the game.*” Para Caillois (1990, p. 50), “(...) no *ludus* (...) *luta-se contra o obstáculo* (...)”. O jogador então aceita, melhor, procura este conflito com o objectivo de encontrar formas – com maior ou menor grau de **improvisação** – para o superar.

Para José Gil (2004), é exactamente o contrário que se passa no modo de agir português. Os portugueses, segundo Gil, fogem aos conflitos. A pequenez, a mediania e o sentimento de inferioridade relativamente aos outros contribuirão para esta nacional atitude preventiva, de “*recusa do enfrentamento*” (p. 66). “É (...) mais conveniente continuarmos a não assumir responsabilidades, a não afrontar opiniões contrárias, a fugir aos problemas e a não pensar mais além das soluções que entram no quadro de todas as integrações. Sobretudo, recusar os conflitos.” (p. 113)

#### 3.2.5. Recusa da dimensão trágica da morte

“*Limitemo-nos a constatar um aspecto que pode iluminar a atitude geral dos portugueses relativamente à morte: a velocidade de esquecimento do morto por parte dos vivos. (...) Excepto para os familiares e amigos íntimos, esse retomar do contacto com a vida, com a sua versatilidade, com o sol ou a chuva, as pequenas contingências do tempo, da circulação, dos encontros, dos horários, etc., desviam imediatamente o espírito (já moldado e vocacionado para a não-inscrição) da concentração pesada na morte a que fora obrigado. (...) Verifica-se apenas que colectivamente só o rito deu existência ao morto entre os vivos (...) Socialmente,*

---

14 Consultar 1.1.5.

nada se fez da dor, nada vindo do morto se prolongou na vida colectiva. (...)

Significa isto que a vida portuguesa não comporta verdadeira tragédia. Se a morte nela não se inscreve, se não há morte trágica, nenhum outro acontecimento conseguirá realmente produzir sentido. Porque a morte, como acontecimento irremediável e necessariamente trágico (ontologicamente trágico, como des-inscrição radical de uma existência na vida), deve inscrever-se na vida para que esta se torne possível e faça sentido para os vivos.” (GIL, 2004, p. 20)

Socorremo-nos principalmente do discurso de José Gil (2004, 2009) para nos elucidar acerca da recusa portuguesa em atribuir à morte a dimensão trágica que lhe é inerente. Esta recusa da dimensão trágica da morte é um aspecto de um traço maior: “(...) aquela terrível maneira de sermos levianos com a vida, a morte, o amor – com o trágico possível da existência. Não há trágico em Portugal.” (GIL, 2009, p. 11) Não é só a morte que, segundo Gil, não comporta verdadeira tragédia. São todos os acontecimentos importantes. A técnica que nos permite subtrair à vida a sua dimensão trágica é, novamente, a da “não-inscrição”, “Porque inscrever implica acção, afirmação, decisão com as quais o indivíduo conquista autonomia e sentido para a sua existência. Foi o salazarismo que nos ensinou a irresponsabilidade (...).” (GIL, 2004, p. 17)

Muito embora nos centremos aqui em José Gil, há que salvaguardar que Gil não é o único dos pensadores lidos que faz referência a esta característica portuguesa, embora seja o único que a explica. Jorge Dias, por exemplo, limita-se a constatar: “O Português não gosta de ver sofrer e desagradam-lhe os fins demasiado trágicos.” (1995, p. 35) A conhecida ideia de que os portugueses são melancólicos e sofredores, em certa medida confirmada pelo Fado por exemplo, parece entrar em contradição com esta recusa da tragédia.

Para os nossos propósitos, no entanto, interessará antes verificar que os “fins demasiado trágicos” são precisamente aquilo que parece não existir nos videojogos populares. Em muitos videojogos tradicionais a morte não constitui acontecimento real, e muito menos trágico, na medida em que imediatamente depois de ter lugar é substituída por nova vida. “Videogames may be the only narrative medium in which the death of the protagonist isn’t just devoid of drama, but is entirely routine. If players have any emotional reaction, it is usually frustration rather than reflection.” (TOCCI, 2008)

### 3.3. Dos dados aos videojogos

“O português salta para a miséria como o lemingue para o mar!”<sup>15</sup> (MOURA, 2011)

---

15 Note-se que, aqui, a metáfora é do domínio dos videojogos e o assunto é Portugal e, mais concretamente, os acontecimentos que tiveram lugar em Portugal no Verão de 2011. O



Figura 23. *Lemmings* (DMA Design, 1991).

São muitas as possibilidades a explorar nos moldes que a presente investigação tem vindo a propor, como demonstrado pela análise levada a cabo imediatamente acima. As eventuais aplicações práticas do estudo deverão, portanto, ser flexíveis e adaptáveis aos mais diversos repertórios. Concretamente, isto poderá traduzir-se num conjunto de jogos baseados num mesmo modelo: cada um centrado num dos aspectos que descrevemos neste capítulo. Tendo isto em mente, optámos por, no horizonte temporal da presente investigação, focar a nossa atenção no estudo teórico que, posteriormente, poderá servir de base para o desenvolvimento de trabalho prático.

A situação peculiar do país em 2011<sup>16</sup> e a identificação de relações entre videojogos e *portugalidade* são os motes de que partimos para a especulação sobre as possibilidades de aplicação prática. Verifica-se que se sobrepõem pontualmente, ou não fosse a pequenez – fraqueza natural do herói –, por exemplo, reflexo imediato da relação com os outros (e concretamente com a União Europeia).

Enumeramos agora um conjunto de possibilidades que nos parecem prometedoras se testadas em artefactos *video-jogáveis*:

- a) adopção da representação do pequeno grande herói;

---

*lemingue* vem do videojogo *Lemmings* (DMA Design, 1991).

16 A crise financeira que se vinha arrastando, a queda do XVIII Governo Constitucional, a entrada de ajuda externa do Fundo Monetário Internacional, União Europeia e Banco Central Europeu, as medidas de austeridade, a queda das cotações da dívida soberana pelas agências de *rating*.

- b) exploração simbólica ou metafórica da relação que estabelecemos com a Europa, tão vital à formação de uma imagem identitária nacional de extremos;
- c) citação do mito da expansão;
- d) citação do mito da Europa;
- e) sobreposição dos dois mitos (expansão e Europa) agora que a Europa começa a *correr-nos mal*;
- f) adopção uma representação da morte que exagere a sua desconsideração;
- g) criação de condições ou regras que permitam a prática *video-jogável* do *chico-espertismo*, quer como improvisado, quer como contorno do sistema, quer ainda como fuga ao conflito;
- h) exploração da deambulação (isto é, prevalência da observação em detrimento da acção<sup>17</sup>) enquanto actividade-chave – o que se relaciona com a recusa do conflito.

Seguidamente relatamos o processo de design de um videojogo que partiu deste material. Reiteramos que o artefacto *video-jogável* descrito adiante é apenas uma das muitas possibilidades que o estudo teórico abre.

---

17 *The Graveyard* (Tale of Tales, 2008) pode ser entendido como um jogo de deambulação na medida em que o jogador limita-se a andar, sentar-se, levantar-se e observar o cenário.

## CAPÍTULO 4

### POSSIBILIDADES PRÁTICAS: RELATÓRIO

Uma vez que chegámos a um número considerável de possibilidades a explorar na prática – avançadas no capítulo anterior –, não nos parece justificar-se o design e implementação de um único videogame. Como conciliar todas as possibilidades num só artefacto? Como optar por uma? Assim, acreditamos fazer mais sentido o desenvolvimento de uma série de **pequenos** jogos complementares. Esta constatação foi, no entanto, tardia no processo de trabalho, pelo que descrevemos de seguida a proposta para o design de um artefacto. Na base do mesmo está um conjunto de aspectos de entre os descritos no capítulo anterior.<sup>1</sup>

No seguimento dos objectivos da investigação, e no design deste videogame, a intenção foi centrar a experiência do jogador na dimensão simbólica ou metafórica do mesmo, mais do que nas mecânicas isoladas. As mecânicas interessaram-nos na medida em que podem comunicar, também elas, significados.

*“What is important about the modes of interaction is not their mechanical quality but their emotional significance.” (CRAWFORD, 1982)*

#### 4.1. Tema

À semelhança de *Fátima* (Pereira [et al.], 2010), propusemo-nos a citar um acontecimento histórico transformado em mito construtor de uma imagem identitária. Portugal é rico em *acontecimentos históricos tornados mitos*<sup>2</sup> pelo que faria sentido se nos apropriássemos de um deles. A metáfora do cabo das Tormentas pareceu-nos adequar-se aos nossos propósitos. A passagem do cabo das Tormentas (acto responsável pelo re-batismo em Boa Esperança) é um episódio histórico da ordem do heróico e do épico. Faz parte do imaginário colectivo português e situa-se naquele extremo do Portugal grandioso. A Europa, pelo contrário, faz hoje parte do extremo oposto.

*“O novo momento em que acabámos de entrar furta-se por agora a uma análise consistente. Pelo que já é possível ver, é o momento em que se desfazem as ilusões da promoção fácil por via da integração na UE.” (SOUSA SANTOS, 2011, p. 54)*

---

1 Consultar Anexo 7.

2 Consultar 2.2.

A própria palavra *tormentas* parece apropriar-se à situação actual. Se, no contexto original, ela se refere a um episódio *magnífico*, quando transportada para a contemporaneidade, adequa-se a esta consciência forçada da pequenez de Portugal, que se vê obrigado a passar por uma série de novas *tormentas*.

Além disso, procurámos explorar no design do artefacto a contradição entre o simbolismo deste episódio mítico e o simbolismo do *gameplay* que se centra na fuga ao conflito.<sup>3</sup> Concretamente, o episódio do cabo das Tormentas é um elogio ao enfrentamento e, neste jogo, o *gameplay* é um elogio à cobardia. A acção do jogador faz assim a ponte entre o símbolo (cabo das Tormentas) e o seu referente (relação com a UE). Isto é, pela via da relação tema / *gameplay* ou cenário / guião, o jogo procura representar a oscilação entre grandiosidade e pequenez, tão apontada como característica da identidade nacional. De seguida, descrevemos como procura o jogo representar a fuga ao conflito pela via procedimental, bem como outros dos aspectos encontrados no capítulo anterior.

## 4.2. Procedimentos e guião

*“The rhetorical potential of game mechanics is so appealing partly because a subtle change in the rules can not only modify gameplay but can also lead interpretations in alternate directions.”* (FRASCA, 2007, p. 197)

Neste jogo<sup>4</sup> pede-se ao jogador que atravesse o cabo das Tormentas mas que tenha cuidado com as ondas. Visualmente o cenário corresponde de forma literal a este discurso. Isto é, o avatar do jogador é uma caravela portuguesa em pleno alto mar e a ideia é navegar ao longo da costa ocidental de África, evitando o contacto com as ondas e, por fim, passar o cabo das Tormentas. O jogador pode pedir ajuda externa para cumprir o seu objectivo (dispõe de uma oportunidade para o fazer). Esta ajuda é representada por um navio estrangeiro, grande e moderno, que abre caminho entre as ondas.

### 4.2.1. Pequeno avatar

A pequenez está representada essencialmente pelo avatar do jogador: uma modesta caravela que *se faz aos perigos do mar*. O jogador é pequeno quando comparado:

---

3 Ver como no ponto seguinte (4.2.)

4 Ver Anexo 7 para documento sobre os conceito e regras do videojogo.

- a) à dimensão do seu objectivo;
- b) à dimensão dos perigos que tem de atravessar;
- c) aos outros (aqui representados pelo navio estrangeiro = ajuda externa).

Desta forma, o arquétipo do pequeno grande herói, referido anteriormente, é utilizado no jogo. A caravela portuguesa é frágil e menor do que os outros, mas, diante da sua missão e da possibilidade de a cumprir, adquire (ainda que apenas simbolicamente, e precisamente devido à sua condição de inferior) uma força mágica.

#### 4.2.2. Fuga às ondas

Embater numa onda significa recomeçar a jogar de início, logo o jogador deve fugir às ondas. A **fuga** como acção central do jogo vem directamente das ideias de **recusa do conflito** e de **contorno dos problemas**, transpostas aqui de forma literal para o *gameplay*. Existem muitos videojogos que funcionam segundo esta mecânica da fuga ou que a integram como parte importante do *gameplay*. São, muitas vezes, jogos que convidam o jogador a recolher objectos *bons* ao mesmo tempo que foge aos objectos *maus*, como por exemplo *Pac-Man* (Namco, 1980). No caso do jogo do cabo das Tormentas, esta dimensão da recolha está ausente. Apenas é solicitado ao jogador que contorne os obstáculos, que se recuse a enfrentá-los.

Enfrentar e / ou não enfrentar: é esta a metáfora do jogo bem como a decisão moral central com que o jogador se depara, na fase final do mesmo.<sup>5</sup>

#### 4.2.3. Morte como *não-evento*

Para além da fuga ao conflito procurámos também modos de representar pela via procedimental a recusa da dimensão trágica da morte. Concretamente, interessava-nos esvaziá-la de importância, transformando-a num *não-evento*. A incorporação no artefacto de um número ilimitado de *vidas* era uma possibilidade bem como a ressurreição instantânea. Assim, na prática, sempre que a caravela do jogador embate numa onda ou encalha na costa africana o jogo recomeça de imediato. No entanto, isto não se verifica em todas as fases do jogo, como veremos de seguida.

---

5 Consultar 4.2.4.

#### 4.2.4. Subversão do binómio vitória / derrota: *you-never-win* ou vitória vergonhosa e derrota gloriosa?

Era ainda objectivo citar o binómio vitória / derrota, bem como associá-lo à representação da morte. Concretamente, o jogo chega a uma resolução final assim que o jogador desce a costa africana e se aproxima do cabo das Tormentas. Morrer no cabo das Tormentas ou morrer nas fases anteriores (isto é, em qualquer outro ponto da restante costa de África) são experiências distintas. No primeiro caso, a morte equivale a *Game Over* e dá direito ao aparecimento de uma caixa de diálogo, com os resultados, possivelmente. Morrer antes de chegar ao cabo das Tormentas corresponde tão somente a um percalço no caminho.

Idealmente, nesta fase final, o jogador opta entre pedir ou não pedir ajuda externa<sup>6</sup> e é aqui que aparece a decisão moral do jogo: tentar passar sozinho o cabo das Tormentas ou pedir ajuda. Quais as consequências de cada um dos cenários? Colocámos duas possibilidades para a resolução do final. Uma hipótese seria a adopção da técnica *you-never-win*.<sup>7</sup> Se fosse esse o caso, todo o ambiente do jogo daria a entender ao jogador que a única possibilidade de vitória seria optar por fazer o pedido de ajuda. O facto é que, em qualquer dos casos – pedir ou não ajuda –, o jogador nunca passaria pelo cabo das Tormentas e a derrota seria inevitável. A outra possibilidade seria associar um discurso desencorajador e vergonhoso à vitória (isto é, à passagem do cabo com recurso a ajuda) e um discurso épico e heróico à derrota (isto é, à morte resultante da tentativa de passar sozinho pelas tormentas). Independentemente da estratégia escolhida – *you-never-win* ou inversão dos discursos associados à vitória e à derrota –, o facto é que o jogo comunicaria, pela via da representação da morte e do binómio vitória / derrota, opiniões de natureza pessoal. Enquanto designers, estaríamos a imprimir ao objecto *lições de moral* claras e de ordem política. Desta forma, a resolução do final está ainda em aberto e deverá constituir trabalho futuro.

### 4.3. Gráficos

*“Even though I agree that rules are an essential aspect of game rhetoric, they cannot work independently from objects, ideas, texts, sounds and images.”*  
(FRASCA, 2007, p. 87)

---

6 Idealmente, porque poderá pedi-la a qualquer altura da sessão de jogo. No entanto, é expectável que se venha a aperceber da utilidade de guardar o trunfo para a fase final.

7 Fizemos-lhe referência anteriormente nesta dissertação (1.2.2.)



Figura 24. *Portugal não é um país pequeno* (1935), (Extraído de Biblioteca Nacional Digital. <http://purl.pt/11440>)

Foram desenhados estudos que simulam o ambiente visual do jogo. Estes estudos apropriam-se do conhecido mapa do Estado Novo “*Portugal não é um país pequeno*” (1935).<sup>8</sup> No documento original os mapas das antigas colónias (Angola, Moçambique, Guiné, Timor e Gôa) estão sobrepostos ao mapa da Europa com o intuito preciso de demonstrar que *Portugal não era um país pequeno*. Na simulação dos gráficos do jogo, no entanto, as colónias desaparecem bem como as linhas interrompidas que dividem os países europeus. O único país demarcado é Portugal; os nomes dos países europeus são substituídos unicamente pela sigla UE – o que contrasta com o isolamento e a reduzida dimensão de Portugal –; e ao título “*Portugal não é um país pequeno*” retiramos o *não*.

O guião e os gráficos assim pensados levantam, no entanto, um problema significativo. Concretamente, o cabo das Tormentas é simbólico: queremos falar da União Europeia por via dele, é ela o (novo) cabo das Tormentas. E a transposição literal do discurso verbal para o cartográfico pode levar a interpretações ambíguas do artefacto. Isto é, não é claro que falamos da UE e da relação entre Portugal e a UE se a acção principal do jogo decorre tendo África como cenário. Novamente, aquilo que nos interessa não é a representação cartográfica de África, é tão somente a dimensão simbólica do episódio da

8 Fizemos-lhe referência anteriormente nesta dissertação (2.2.1.)

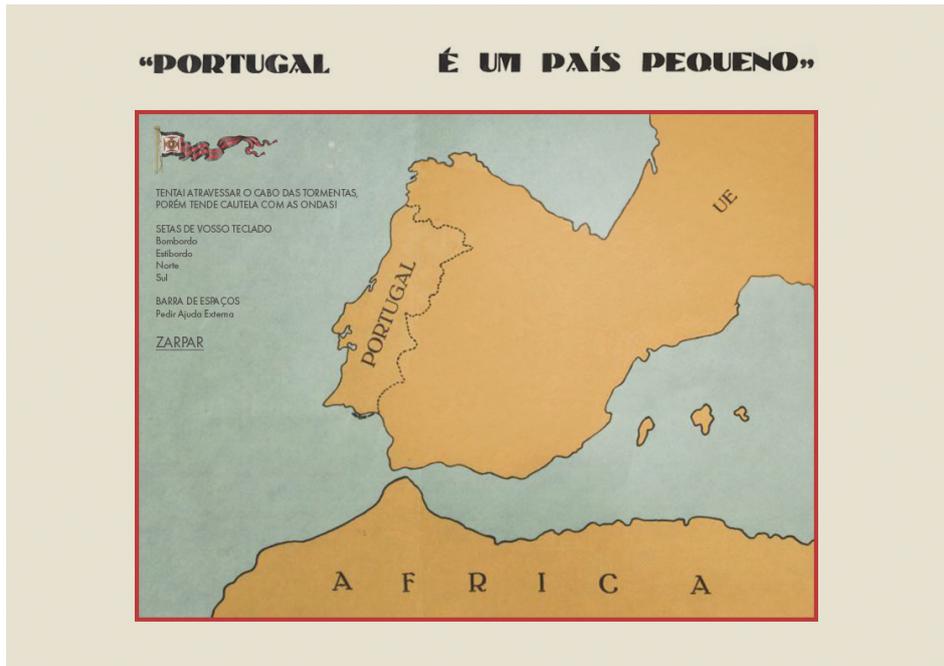


Figura 25. Simulação dos gráficos do videojogo.

passagem do cabo das Tormentas. Representada cartograficamente, África assume um protagonismo não apenas desnecessário como contra-productivo. Uma possível solução passaria, por exemplo, por manter o discurso verbal intacto, mas representar visualmente as *tormentas* de outra forma, mais próxima daquilo a que se refere a metáfora (isto é, a UE). Uma vez que, no horizonte temporal da presente investigação, a implementação efectiva de um videojogo não é prioridade, este exercício deverá ser continuado futuramente.

#### 4.4. Prototipagem e testes preliminares

A constatação de que a representação icónica do cabo das Tormentas poderia levar a interpretações ambíguas do objecto foi tardia pelo que fizemos três protótipos anteriores a ela. Assim, estes protótipos tinham em conta a representação cartográfica de Portugal e da costa ocidental de África.

O primeiro foi analógico, em papel. Serviu essencialmente para testar escalas. Desenhámos o mapa numa grelha quadriculada e a partir daí averiguámos possíveis tamanhos para os actores e para a janela do jogo, sendo que a proporção seria sempre 4:3 para um tamanho de 600 X 800 píxeis, à semelhança de *Fátima* (Pereira [et al.], 2010). O movimento do avatar do

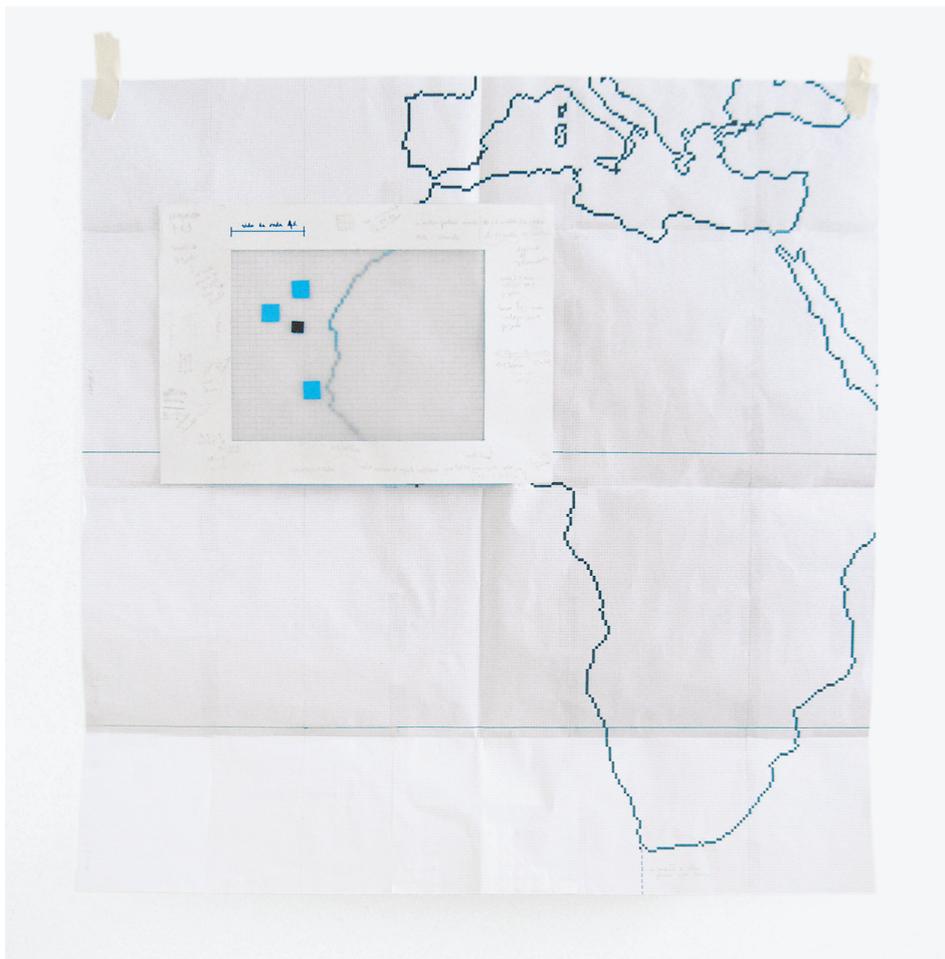


Figura 26. Protótipo analógico. O mundo do jogo está aqui representado na totalidade. A porção do mundo do jogo visível ao jogador é representada pela janela sobreposta ao mapa. A caravela, avatar do jogador, é representada pelo quadrado preto de cartolina e as ondas pelos azuis. Neste protótipo procurámos essencialmente estudar as escalas.

jogador implicava o *scroll*<sup>9</sup> do mundo do jogo. Isto é, apenas veríamos parte do mundo do jogo na janela. O resto era-nos revelado à medida que avançávamos. A dimensão de África a isso obrigava. Paralelamente, a sensação de desbravar caminho é melhor representada quando não conseguimos ver exactamente tudo o que nos espera.

Escala resolvida, passámos para o desenho de protótipos jogáveis. Foram feitos dois, ambos com recurso a um *software* gratuito voltado para a cria-

---

9 Mecanismo que permite a visualização integral de um documento – através da navegação vertical e / ou horizontal – cujo tamanho excede o da respectiva janela.

ção de videogames simples destinados essencialmente ao iPhone<sup>10</sup> – o Game Salad.<sup>11</sup> No primeiro protótipo jogável não tivemos preocupações em simular os gráficos e apenas quisemos resolver as mecânicas. Assim, utilizámos quadrados coloridos para representar os diferentes actores e imprimimos-lhes os comportamentos desejados.

Este primeiro protótipo jogável serviu para averiguar a viabilidade da ideia, isto é, para compreender até que ponto o jogo, assim pensado, funcionava ou não. Serviu igualmente para afinar velocidades e tempos. No entanto, tinha um conjunto de problemas, como a definição das fronteiras do mundo do jogo ou a resolução do final.

Procurámos resolvê-los com o segundo protótipo jogável. A resolução do final continuou em aberto<sup>12</sup> e, quanto ao problema da delimitação do mundo do jogo, a solução encontrada não se revelou a mais satisfatória.<sup>13</sup> Neste segundo protótipo utilizámos já um mapa fiel da costa africana, com o intuito de conseguir uma simulação mais próxima daquilo que pretendíamos.

Tanto o guião como os gráficos deste teste prático são trabalho preliminar. Acreditamos ser possível, a partir da especulação teórica anteriormente apresentada, definir de forma mais precisa a ideia para este jogo. Talvez o desenvolvimento futuro possa passar pelo abandono da representação de determinados aspectos identificados no terceiro capítulo. É possível que o projecto saia beneficiado se, por exemplo, nos limitarmos ao tema da **pequenez versus grandiosidade** – representado via **herói e relação com a Europa** –, e deixarmos de lado as restantes características enunciadas. A **pequenez** está mais próxima da relação entre Portugal e a União Europeia do que, por exemplo, a **fuga ao conflito**, embora esta última possa estabelecer relações interessantes com o episódio da passagem do cabo das Tormentas. A representação da **pequenez**, como a descrevemos aqui, pode ainda assim ser melhor desenvolvida e isso deverá ser também trabalho futuro.

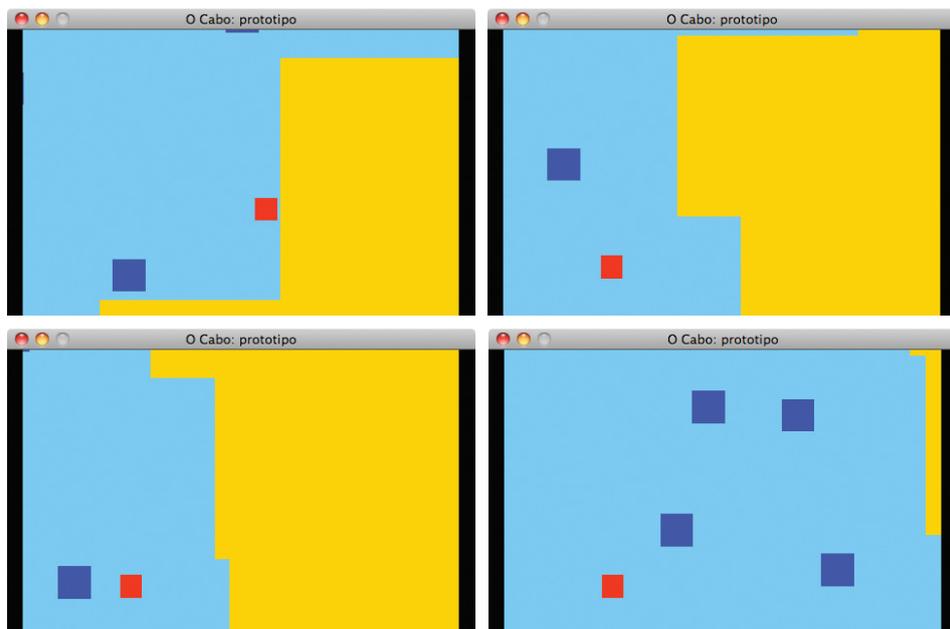
---

10 *Smartphone* (telemóvel que combina as funções de PDA – Personal Digital Assistant – e telemóvel) desenvolvido pela Apple.

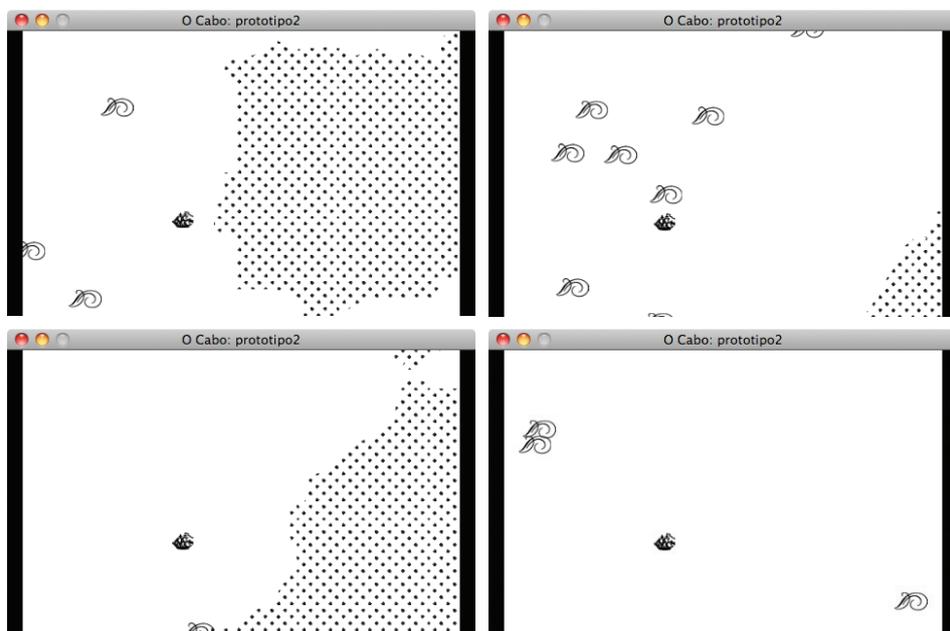
11 Disponível em <http://gamesalad.com>.

12 Como vimos anteriormente (4.2.4.)

13 Fizemo-lo através de corredores de ondas concentradas que tornavam impossível a passagem segura do avatar do jogador. Funcionalmente resolvia o problema, visualmente denunciava-o.



Figuras 27 – 30. Primeiro protótipo jogável. O quadrado vermelho representa a caravela, avatar do jogador; os quadrados azuis representam as ondas; e a costa é representada através de um conjunto de rectângulos amarelos agrupados. Os únicos actores que se movem são o avatar do jogador e as ondas. O jogo recomeça sempre que o avatar do jogador colide com uma onda ou com a costa. O aparecimento das ondas está constrangido no espaço – só aparecem no mar – e também no tempo – sobrevivem durante um dado período.



Figuras 31 – 34. Segundo protótipo jogável.

## CONCLUSÕES

A presente investigação não teve como objectivo a realização de uma análise exaustiva sobre os modos de representação em videojogos. Este é um meio plástico e multi-dimensional pelo que o estudo sobre a sua dimensão simbólica ou sobre os significados que dele emergem poderia ter sido levado a cabo sob múltiplas perspectivas. Aqui centrámo-nos numa em particular: a **procedimental**. De facto, o estudo apresentado prioriza o procedimento. Estivemos preocupados em recolher um conjunto de estruturas tipicamente encontradas em videojogos. Mas essas estruturas têm essencialmente que ver com o funcionamento dos videojogos enquanto sistemas e com o modo como estes solicitam e respondem às acções do jogador. As estruturas a que fizemos referência foram aquelas que considerámos úteis para os objectivos da investigação. Além disto, as divisões a que procedemos aquando da enunciação destes padrões são artificiais na medida que as fronteiras que os separam são difusas. É particularmente fácil compreender isto quando falamos na ligação entre objectivo, vitória e derrota, bem e mal, tentativa e erro e morte, por exemplo. Nunca quisemos argumentar que as estruturas apontadas são as únicas existentes, nem que as mesmas são transversais ao meio ou exclusivas deste.

Importa também chamar a atenção para o facto da investigação se ter voltado sobretudo para os videojogos tradicionais ou populares ou, melhor, para a ideia de videojogo proveniente do senso comum. Mesmo quando falamos de videojogos mais experimentais, fazemo-lo sempre com referência à *norma*. Isto é, pensamos os videojogos experimentais por oposição aos tradicionais. Entendemo-los experimentais<sup>1</sup> porque invertem padrões tradicionais. Assim, sublinhamos que, mesmo quando a investigação se volta para a análise de artefactos digitais interactivos *video-jogáveis* experimentais, fá-lo partindo de uma visão convencional do meio.

*“What happens when a sufficiently large and influential part of a community shares the same normative beliefs? The physical implementation of such beliefs gains fraction and reinforces itself as the norm, therefore shaping reality itself.”*  
(CRAVEIRINHA; ROQUE, 2011)

---

1 Dos videojogos experimentais a que fizemos referência, nenhum nos pareceu particularmente estimulante. A maioria funciona como *testes-piloto* às capacidades plásticas, expressivas e comunicativas do meio. Crawford (1982) acreditava nas potencialidades dos videojogos como forma de arte, quando escreveu em 1982 o texto *“The art of computer game design”*. Mas a ideia com que ficamos hoje é que ainda se está numa fase embrionária: *“We have come a long way from 1982, but we have not come a long way since 1982.”* (Craveirinha; Roque, 2011)

Os motivos que justificam que a investigação tenha tomado este rumo – um rumo que privilegiou as perspectivas tradicional e procedimental do meio – são dois, e os dois se prendem com o outro pólo do estudo.<sup>2</sup> Por um lado, interessaram-nos traços da *personalidade colectiva portuguesa*, portanto, *modos de ser e de agir*, noutra palavra, procedimentos. Não foi, no entanto, a opção pelos *modos de ser* que orientou uma investigação focada nos procedimentos em videojogos, mas o contrário. Isto é, foi a prevalência por uma visão procedimental do meio que nos levou a adoptar esta dimensão da *portugalidade* como tema-chave.

*“Why was Spacewar the ‘natural’ thing to build with this new technology? (...) Its designers identified action as the key ingredient and conceived Spacewar as a game that could provide a good balance between thinking and doing for its players. They regarded the computer as a machine naturally suited for representing things that you could see, control, and play with. Its interesting potential lay not in its ability to perform calculations but in its capacity to represent action in which humans could participate.” (LAUREL, 1993, p. 1)*

Por outro lado, interessaram-nos os repertórios populares da identidade nacional portuguesa. Partimos, portanto, de visões provenientes do senso comum, da *norma*, tanto no caso dos videojogos como no caso da identidade portuguesa.

*“Portugal tem uma sociedade normalizada. Significa isto que a vida individual e social do português encontra limites internos aquém dos que são a priori necessários para se estabelecer um vida em comum. Limites que passam despercebidos, mas impedem os indivíduos de experimentar ou criar alternativas em zonas essenciais da existência.” (GIL, 2004, p. 40)*

Embora – deixando de lado apenas por agora a questão da representação dos repertórios da identidade portuguesa – a investigação tenha partido da dimensão simbólica do meio videojogo (nas suas vertentes procedimental e popular), não raras vezes o discurso migrou para as narrativas lineares. De facto, determinadas afirmações que fizemos a respeito dos videojogos podem ser também feitas a respeito do cinema e de outras narrativas lineares audio-visuais. Talvez isto se deva ao facto dos videojogos serem um meio versátil e permeável a outros meios. É pois possível vislumbrar o carácter multidimensional do meio mesmo se visto sob uma perspectiva tradicional.

---

2 Também no caso da imagem colectiva da identidade portuguesa fomos parciais – optámos por um conjunto específico de pensadores e pelos *modos de ser*. A intenção foi explorar, no âmbito da presente investigação, determinados aspectos ou ideias sobre a *portugalidade*. Assim, quando falamos em imagem da identidade nacional portuguesa ou em identidade portuguesa ou até em *portugalidade*, estamos sempre a falar de um conjunto limitado de repertórios.

“Video-games are narratives. Video-games are games. Video-games are simulations. Video-games are not-games. We question if video-games are not all of these things at the same time, and none altogether.”

(CRAVEIRINHA; ROQUE, 2011)

## Recuperando a questão de investigação

Como pode a dimensão simbólica dos videojogos explorar e comunicar repertórios da identidade nacional portuguesa? Por outras palavras, de que forma é que determinados aspectos considerados típicos de uma personalidade colectiva (sendo o caso português o seleccionado) podem ser representados em artefactos digitais interactivos *video-jogáveis*? E também o inverso: Em que é que os repertórios da identidade nacional portuguesa, uma vez transpostos para uma linguagem *video-jogável*, podem contribuir para uma re-interpretação do meio?

Existem pontos comuns a ambos os territórios. Vimos que, em videojogos populares, a morte é desconsiderada, isto é, funciona tão somente como um obstáculo temporário à progressão do jogador. Vimos também, muito através de exemplos, que a re-representação da morte em artefactos *video-jogáveis* – nomeadamente pela subversão do binómio tentativa-e-erro – é das técnicas mais utilizadas para passar mensagens de natureza política, por exemplo. E encontramos, no discurso de José Gil (2004), um significativo paralelo à morte em videojogos na ideia de não dimensão trágica da morte, característica do *modo de ser português*. Compreendemos igualmente que esta recusa da dimensão trágica da morte se relaciona em muito com outras características da identidade portuguesa, apontadas não apenas por José Gil mas também por outros pensadores contemporâneos da identidade nacional. A saber: a leviandade e a inércia, e também a pequenez, a mediania, o conflito entre o ser e o parecer bem como entre a genialidade e a mediocridade, a preguiça e o *chico-espertismo*.

Mesmo a ideia de que os jogos não têm consequências reais – “(...) *the disassociation of actions from consequences is a compelling feature of games.*” (CRAWFORD, 1982) – encontra paralelo na necessidade portuguesa de fugir à realidade, repetidamente apontada por José Gil (2004) – “(...) *o que acontece, no nosso país, é sem consequência. Nada tem efeitos reais, transformadores, inovadores, que tragam intensidade à nossa vida colectiva.*” (p. 40)

Parece-nos, portanto, ser possível aos videojogos comunicar e explorar repertórios da identidade nacional portuguesa. Podem fazê-lo, por exemplo – entre outras formas que tivemos oportunidade de apontar no terceiro capítulo da presente dissertação – através da exploração:

- a) daquilo que em videojogos é simultaneamente o conceito e a estrutura funcional da morte;

- b) do binómio conflito / fuga ao conflito;
- c) da deambulação e ausência de objectivo.

O termos sido capazes de encontrar relações não é, contudo, o mais importante. A questão maior é saber até que ponto esta convergência pode desencadear abordagens alternativas ao meio. Ora, as estratégias encontradas não permitem apenas representar os repertórios da portugalidade como permitem também citar determinadas estruturas funcionais presentes em videojogos tradicionais. E citar estas estruturas, chamar a atenção para elas, é fazer um comentário ao próprio meio. No entanto, tecer comentários aos videojogos não significa necessariamente contribuir para a promoção de visões menos normativas dos mesmos. É aqui que o estudo apresentado pode ter sido menos conclusivo, em nosso entender. É provável que isto se deva ao facto da investigação não se ter focado no desenvolvimento prático que permitiria testar os dados resultantes da análise teórica. A investigação centrou-se antes no trabalho de base. A saber:

- a) análise da dimensão simbólica de determinados aspectos procedimentais e funcionais dos videojogos populares;
- b) recolha de um conjunto de exemplos de videojogos que procuram questionar o próprio meio;
- c) recolha de repertórios da identidade nacional portuguesa passíveis de serem representados em videojogos;
- d) sobreposição teórica dos territórios-chave da investigação;
- e) e enunciação de possibilidades práticas que partem deste cruzamento.

Esta última parte teve uma cobertura menos aprofundada do que as restantes, pelo que deverá ser constituir trabalho futuro.

## **Desenvolvimentos futuros**

Acreditamos, assim, que será útil continuar a especular sobre possibilidades práticas no futuro. Estamos também em crer que a adopção de uma postura menos determinista do que aquela que tomámos na última fase do trabalho apresentado poderá servir melhor os propósitos originais da investigação. O facto é que, no processo de design de um videojogo que procurasse responder aos pressupostos enunciados, acabámos por procurar formas de representar vários dos aspectos a que chegámos. De futuro, fará sentido pensarmos

não no desenho de um videogame abrangente mas no desenho de um conjunto de videogames, cada um centrado num aspecto específico. Desta forma evitar-se-á uma generalização daquilo que pretendemos comunicar, quer relativamente aos repertórios da identidade nacional quer relativamente aos videogames.

A citação de símbolos típicos ou episódios míticos da História de Portugal – como a passagem do cabo das Tormentas ou as Aparições da Virgem Maria em Fátima – parece também adequar-se aos objectivos traçados na investigação. Mais concretamente, poderá ser produtivo, por exemplo, combinar a representação de episódios histórico-míticos com a representação das características provenientes do exercício de procura de relações entre *traços dos portugueses* e *traços dos videogames*. Exemplificando, poder-se-á pensar em artefactos *video-jogáveis* que relacionem:

- a) a Padeira de Aljubarrota e a fuga ao conflito – exploração da contradição;
- b) a Padeira de Aljubarrota e o arquétipo do pequeno-grande herói – exploração da convergência;
- c) Dom Sebastião e a fuga ao conflito — exploração da contradição;
- d) Dom Sebastião e a recusa da dimensão trágica da morte – exploração da contradição;
- e) o 25 de Abril e a fuga ao conflito – exploração da convergência;
- f) Pedro e Inês e a recusa da dimensão trágica da morte – exploração da contradição.

É provável que o trabalho criativo saia beneficiado quando os episódios histórico-míticos entram em contradição com determinadas características consideradas inerentes ao *modo de ser português*.

Além da relação entre episódios histórico-míticos e *gameplay*, poder-se-á também especular sobre – e testar na prática – o design de videogames (subordinados ainda aos repertórios da identidade nacional) que se foquem não apenas na dimensão procedimental mas noutras dimensões: a visual ou a sonora, por exemplo.

De qualquer forma, e embora embrionário, o trabalho prático até aqui desenvolvido funcionou já como um teste às considerações teóricas. Apesar da investigação não se ter voltado para a realização efectiva de um projecto, esta primeira abordagem prática revelou-se útil na medida em que fomos capazes de pensar em procedimentos / mecânicas / gráficos que derivavam directamente do estudo anterior. A investigação deverá, a nosso ver, ser continuada e acreditamos que ganhará novas dimensões assim que passar de forma mais concentrada à componente prática.

Finalmente, queremos reiterar que nunca pretendemos impor uma visão singular. A parte prática que acompanha a presente dissertação é trabalho inicial e corresponde a uma das inúmeras perspectivas possíveis que o projecto pode abarcar. Além disso, a imagem da identidade colectiva é também ela colectiva e transversal a vários domínios. Em última instância, a construção das narrativas dos videojogos poderá ser devolvida aos próprios jogadores. Isto é, aquilo que fizemos para os inquéritos pode ser levado mais longe e ser transposto para as próprias decisões criativas. Os repertórios da imagem de Portugal, assim comunicados, seriam não apenas colectivos mas também colaborativos.





**BIBLIOGRAFIA**

Jogo sobre Fátima é sucesso no Facebook: Objectivo é guardar as ovelhas com a pastorinha. **IOL Diário** [Em linha]. (2010). [Consult. 1 Set. 2011]. Disponível em WWW: <<http://diario.iol.pt/tecnologia/jogo-fatima-pastorinhos-facebook-tvi24/1180386-4069.html>>.

Pastorinha de Fátima guarda ovelhas no Facebook. **iOnline** [Em linha]. (2010). [Consult. 1 Set. 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.ionline.pt/conteudo/70861-pastorinha-fatima-guarda-ovelhas-no-facebook>>.

**What the Finns need to know about Portugal** [Filme em linha]. Portugal: s.n., 2011.

Will gamers discover the cure for AIDS? **Gawker** [Em linha]. (2011). [Consult. 20 Set. 2011]. Disponível em WWW: <<http://gawker.com/5841539/>>.

**Notgames** [Em linha]. S.l.: s.n., s.d. [Consult. 15 Mar. 2011]. Disponível em WWW: <<http://notgames.org/>>.

**Game classification** [Em linha]. S.l.: s.n., s.d. [Consult. 22 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.gameclassification.com/>>.

**GameSpot** [Em linha]. S.l.: s.n., s.d. [Consult. 2 Set. 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.gamespot.com/>>.

AARSETH, Espen – **Introduction: Ergodic Literature** [Em linha]: **Cybertext: Perspectives on ergodic literature**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997. [Consult. 20 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.hf.uib.no/cybertext/Ergodic.html>>. ISBN/ISSN 0-8018-5579-9.

AARSETH, Espen; SMEDSTAD, Solveig Marie; SUNNANÅ, Lise – **A multidimensional typology of games** [Em linha]: **Level Up Conference Proceedings**. Utrecht: University of Utrecht, 2003. [Consult. 3 Abril 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.digra.org/dl/db/05163.52481.pdf>>.

ATKINS, Barry – **More than a game: The computer game as fictional form**. Manchester: Manchester University Press, 2003. ISBN 0 7190 6365 5.

BARRETO, António – **Portugal, Um Retrato Social: Gente Diferente** [Filme em linha]. Portugal: RTP, 2007.

BASTOS, José Gabriel Pereira – **A conto-terapia infantil**. S.l.: s.n., 1999.

BEVAN, Kate – Why do we have to die in games? **Guardian** [Em linha]. (2007). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/26/games.guardianweeklytechnologysection>>.

BJÖRK, Staffan; HOLOPAINEN, Jussi – Describing Games. An Interaction-Centric Structural Framework. [Em linha]. (2003). [Consult. 13 Mar. 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.tii.se/play/publications/2003/structuralframework.pdf>>.

BOGOST, Ian – **Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames**. Cambridge: The MIT Press, 2007. ISBN 13: 978-0-262-02614-7.

BOGOST, Ian, [et al.] – **Persuasive games** [Em linha]. Atlanta: s.n., s.d. [Consult. 7 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://persuasivegames.com/>>.

BOTELHO, Afonso – **Da saudade ao saudosismo**. Lisboa: Ministério da Educação, Instituto da Cultura e Língua Portuguesa, 1990. ISBN 972-566-139-7.

BOWEN, Hugh – Can videogames make you cry? **Bowen Research** [Em linha]. (2005). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.bowenresearch.com/studies.php?id=3>>.

BRAGANÇA DE MIRANDA, José A.; CRUZ, Maria Teresa, ed. by – **Crítica das Ligações na Era da Técnica**. Lisboa: Tropismos, 2002. ISBN/ISSN 972-95651-8-X.

BURAK, Asi, [et al.] – **Games for change** [Em linha]. New York, 2004. [Consult. 21 Julho 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.gamesforchange.org/>>.

CAILLOIS, Roger – **Os jogos e os homens: A máscara e a vertigem**. Lisboa: Cotovia, 1990. ISBN 972-9013-28-4.

CAMPBELL, Joseph – **O herói de mil faces**. São Paulo: Editora Pensamento, 1997.

CARDOSO, Pedro – **Um modelo tipológico da acção nos videojogos**. Porto: Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, 2008. 139 p. Dissertação de mestrado.

CARITA, André – **Pensar Videojogos** [Em linha]. S.l.: s.n., 2006. [Consult. 15 Mar. 2011]. Disponível em WWW: <<http://pensarvideojogos.blogspot.com/>>.

CRAVEIRINHA, Rui; ROQUE, Licínio – **Zero lecture in game design: SBGames: X Simpósio Brasileiro de Games e Entretenimento Digital**. Salvador Bahia: Universidade do Estado da Bahia, 2011.

CRAWFORD, Chris – **The Art of Computer Game Design** [Em linha]. 1982. [Consult. 12 Mar. 2011]. Disponível em WWW: <<http://library.vancouver.wsu.edu/>>

sites/library.vancouver.wsu.edu/files/ACGD.pdf>.

DAMIEN, Djaouti, [et al.] – Towards a classification of Video Games. [Em linha]. (s.d.). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <[http://dams.cv.free.fr/files/articles/%5Baisb07%5D\\_towards\\_a\\_classification\\_of\\_videogames.pdf](http://dams.cv.free.fr/files/articles/%5Baisb07%5D_towards_a_classification_of_videogames.pdf)>.

DIAS, Jorge – **O essencial sobre os elementos fundamentais da cultura portuguesa**. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1995. ISBN 972-27-0759-0.

EBERT, Roger – Video games can never be art. **Chicago Sun-Times** [Em linha]. (2010). [Consult. 17 Abril 2011]. Disponível em WWW: <[http://blogs.suntimes.com/ebert/2010/04/video\\_games\\_can\\_never\\_be\\_art.html](http://blogs.suntimes.com/ebert/2010/04/video_games_can_never_be_art.html)>.

FLANAGAN, Mary – **Critical Play: Radical Game Design**. Cambridge: The MIT Press, 2009. ISBN 978-0-262-06268-8.

FRASCA, Gonzalo – Ludology meets Narratology: Similitude and differences between (video)games and narrative. **Ludology** [Em linha]. (1999). [Consult. 13 Mar. 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.ludology.org/articles/ludology.htm>>.

FRASCA, Gonzalo – **Ludology** [Em linha]. S.l.: s.n., 2001. [Consult. 15 Mar. 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.ludology.org/>>.

FRASCA, Gonzalo – **Play the message: Play, game and videogame rhetoric**. Copenhagen: IT University of Copenhagen, 2007. 213 p. Ph.D. Dissertation.

FRASCA, Gonzalo, [et al.] – **Newsgaming.com** [Em linha]. Uruguay: s.n., s.d. [Consult. 13 Mar. 2011]. Disponível em WWW: <<http://newsgaming.com/>>.

FREUD, Sigmund – **A interpretação dos sonhos**. Lisboa: Relógio d'Água, 2009.

GANÁ – **Cena** [Em linha]. S.l.: s.n., s.d. [Consult. 15 Mar. 2011]. Disponível em WWW: <<http://gana.blogs.sapo.pt/>>.

GAZZARD, Alison – Unlocking the Gameworld: The Rewards of Space and Time in Videogames. **Game Studies: The international journal of computer game research** [Em linha]. Vol. 11, n.º 1 (2011). [Consult. 15 Maio 2011]. Disponível em WWW: <[http://gamestudies.org/1101/articles/gazzard\\_alison](http://gamestudies.org/1101/articles/gazzard_alison)>. ISSN 1604-7982.

GERE, Charlie – **Digital Culture**. 2ª ed. London: Reaktion Books, 2008. ISBN 978 1 86189 388 8.

GIL, José – **Portugal, Hoje: O Medo de Existir**. 12ª ed. Lisboa: Relógio d'Água, 2004. ISBN 978-972-708-936-9.

GIL, José – **Em Busca da Identidade: O Desnorte**. Lisboa: Relógio d'Água, 2009. ISBN 978-989-641-083.

HARVEY, Auriea; SAMYN, Michaël – **Realtime Art Manifesto**. [Em linha]. (2006). [Consult. 15 Mar. 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.tale-of-ales.com/tales/RAM.html>>.

HARVEY, Auriea; SAMYN, Michaël – **Interview: Tale Of Tales**. **Gaygamer.net** [Em linha]. (2011). [Consult. 15 Mar. 2011]. Disponível em WWW: <[http://gaygamer.net/2011/03/interview\\_tale\\_of\\_tales.html](http://gaygamer.net/2011/03/interview_tale_of_tales.html)>.

HUIZINGA, Johan – **Homo Ludens** [Em linha]. Editora Perspectiva, 2000. [Consult. 20 Maio 2011]. Disponível em WWW: <[http://jnsilva.ludicum.org/Huizinga\\_HomoLudens.pdf](http://jnsilva.ludicum.org/Huizinga_HomoLudens.pdf)>.

JOLY, Martine – **Introdução à análise da imagem**. Lisboa: Edições 70, Lda., 1994. ISBN 972-44-0989-9.

JUUL, Jesper – **Games telling stories? A brief note on games and narratives**. **Game Studies: The international journal of computer game research** [Em linha]. Vol. 1, n.º 1 (2001). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.gamestudies.org/0101/juul-gts/>>.

JUUL, Jesper – **The game, the player, the world: Looking for a heart of gameness** [Em linha]: **Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings**. Utrecht: Utrecht University, 2003. [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld/>>.

KONDOR, P. Luís , ed. by – **Memórias da Irmã Lúcia I**. 13ª ed. Fátima: Secretariado dos Pastorinhos, 2007. ISBN/ISSN 978-972-8524-18-0.

LAUREL, Brenda – **Computers as Theater**. Addison-Wesley Publishing Company, 1993. ISBN 0-201-55060-1.

LAVENDER, Terry – **Games Just Wanna Have Fun...Or Do They? Measuring The Effectiveness of Persuasive Games**. [Em linha]. (2006). [Consult. 23 Julho 2011]. Disponível em WWW: <<http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/viewFile/13/17>>.

LAZZARO, Nicole – **Why we play games: Four keys to more emotion without story**. **XEODesign** [Em linha]. (2004). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <[http://www.xeodesign.com/xeodesign\\_whyweplaygames.pdf](http://www.xeodesign.com/xeodesign_whyweplaygames.pdf)>.

LEE, Shuen-shing – **“I lose, therefore I think”: A search for contemplation amid wars of push-button glar**. **Game Studies: The international journal of computer**

**game research** [Em linha]. Vol. 3, n.º 2 (2003). [Consult. 3 Abril 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.gamestudies.org/0302/lee/>>.

LEHDONVIRTA, Vili – Virtual worlds don't exist: Questioning the dichotomous approach in MMO studies. **Game Studies: The international journal of computer game research** [Em linha]. Vol. 10, n.º 1 (2010). [Consult. 17 Abril 2011]. Disponível em WWW: <<http://gamestudies.org/1001/articles/lehdonvirta>>. ISSN 1604-7982.

LOURENÇO, Eduardo – **O Labirinto da Saudade: Psicanálise Mítica do Destino Português**. Lisboa: Círculo de Leitores, 1988.

LOURENÇO, Eduardo – **Portugal como Destino seguido de Mitologia da Saudade**. Lisboa: Gradiva, 2001. ISBN 972-662-668-4.

MATTOSO, José – **A Identidade Nacional**. Lisboa: Gradiva, 1998. ISBN 972-662-604-8.

MCGONIGAL, Jane – ‘This is not a game’: Immersive aesthetics and collective play. [Em linha]. (2003). [Consult. 17 Abril 2011]. Disponível em WWW: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.107.4842>>.

MCGONIGAL, Jane – **Jane McGonigal: Gaming can make a better world** [Filme em linha]. S.l.: s.n., 2010.

MCLUHAN, Marshall – **The Medium is the Message**. New York: Bantam Books, 1967.

MCLUHAN, Marshall – **Understanding media: the extensions of man**. London: Routledge, 2001. ISBN 0-203-99582-1.

MIRANDA, Luís Leal – Entrevista: 93 anos depois, o milagre de Fátima tem um videojogo. i. Oeiras. n.º 373 (2010), p.7.

MOURA, Mário – Atenção à esquerda! **The Ressabiator** [Em linha]. (2011). [Consult. 13 Julho 2011]. Disponível em WWW: <<http://ressabiator.wordpress.com/2011/06/27/does-tostoes/>>.

MYERS, David – Computer Game Genres. [Em linha]. (1990). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <[http://www.masscomm.loyno.edu/~dmyers/F99%20classes/Myers\\_ComputerGameGenres.pdf](http://www.masscomm.loyno.edu/~dmyers/F99%20classes/Myers_ComputerGameGenres.pdf)>.

MYERS, David – Computer game semiotics. [Em linha]. (1991). [Consult. 7 Maio 2011]. Disponível em WWW: <[http://www.masscomm.loyno.edu/~dmyers/F99%20classes/Myers\\_ComputerGameSemiotics.pdf](http://www.masscomm.loyno.edu/~dmyers/F99%20classes/Myers_ComputerGameSemiotics.pdf)>.

- MYERS, David – Simulation as play: A semiotic analysis. [Em linha]. (1999). [Consult. 7 Maio 2011]. Disponível em WWW: <[http://www.masscomm.loyno.edu/~dmyers/F99%20classes/Myers\\_SimulationAsPlay.pdf](http://www.masscomm.loyno.edu/~dmyers/F99%20classes/Myers_SimulationAsPlay.pdf)>.
- MYERS, David – Signs, symbols, games, and play. **Games and culture**. S.l., n.º 1 (2005).
- NASCIMENTO RODRIGUES, Jorge; DEVEZAS, Tessaleno – **Portugal: O pioneiro da globalização**. Famalicão: Centro Atlântico, 2009. ISBN 978-989-615-077-8.
- NEWMAN, James – The myth of the ergodic videogame: Some thoughts on player-character relationships in videogames. **Game Studies: The international journal of computer game research** [Em linha]. Vol. 2, n.º 1 (2002). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.gamestudies.org/0102/newman/>>.
- NEWMAN, Jared – Indie or die. **The Escapist** [Em linha]. n.º 161 (2008). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <[http://www.escapistmagazine.com/articles/view/issues/issue\\_161/5111-Indie-or-Die](http://www.escapistmagazine.com/articles/view/issues/issue_161/5111-Indie-or-Die)>.
- PEREIRA, Luís – **Um modelo de game design orientado à participação: SBGames: X Simpósio Brasileiro de Games e Entretenimento Digital**. Salvador Bahia: Universidade do Estado da Bahia, 2011.
- PERRY, David – **David Perry: Are games better than life?** [Filme em linha]. S.l.: s.n., 2006.
- REAL, Miguel – **O pensamento português contemporâneo – 1890-2010: O labirinto da razão e a fome de Deus**. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, S. A., 2011. ISBN 978-972-27-1927-8.
- RODRIGUEZ, Hector – The playful and the serious: An approximation to Huizinga's Homo Ludens. **Game Studies: The international journal of computer game research** [Em linha]. Vol. 6, n.º 1 (2006). [Consult. 17 Abril 2011]. Disponível em WWW: <<http://gamestudies.org/06010601/articles/rodrigues>>. ISSN 1604-7982.
- ROHRER, Jason – The game design of art. **The Escapist** [Em linha]. n.º 155 (2008). [Consult. 24 Julho 2011]. Disponível em WWW: <[http://www.escapistmagazine.com/articles/view/issues/issue\\_155/4987-The-Game-Design-of-Art](http://www.escapistmagazine.com/articles/view/issues/issue_155/4987-The-Game-Design-of-Art)>.
- ROHRER, Jason – **Arthouse Games** [Em linha]. S.l.: s.n., s.d. [Consult. 6 Out. 2011]. Disponível em WWW: <<http://northcountrynotes.org/jason-rohrer/arthouseGames/>>.
- ROLLINGS, Andrew; ADAMS, Ernest – **Andrew Rollings and Ernest Adams on**

**Game Design.** New Riders Publishing, 2003. ISBN 1592730019.

SANTIAGO, Kellee – TEDxUSC – **Kellee Santiago – 3/23/09** [Filme em linha]. S.l.: s.n., 2009.

SHELL, Jesse – **The art of game design: A book of lenses.** Amsterdam; Boston: Elsevier/Morgan Kaufmann, 2008. ISBN 978-0-12-369496-6.

SHAVIRO, Steven – **Connected, or what it means to live in the network society.** London: University of Minnesota Press, 2003. ISBN 0-8166-4362-8.

SIMONS, Jan – Narrative, games, and theory. **Game Studies: The international journal of computer game research** [Em linha]. Vol. 7, n.º 1 (2007). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.gamestudies.org/0701/articles/simons>>. ISSN 1604-7982.

SMITH, Anthony D. – **Identidade Nacional.** Lisboa: Gradiva, 1997. ISBN 972-662-520-3.

SOUSA, Jorge; CRAVEIRINHA, Rui; ROQUE, Licínio – Games as Interactive Art: A Design Experiment. **Prisma.com.** Coimbra. ISSN 1646-3153. n.º 1 (2005).

SOUSA SANTOS, Boaventura de – Onze Teses por Ocasão de mais uma Descoberta de Portugal. In **Pela Mão de Alice. O Social e o Político na Pós-Modernidade.** Porto: Afrontamento, 1999. ISBN 972-36-0330-6.

SOUSA SANTOS, Boaventura de – **Portugal: Ensaio contra a autoflagelação.** Coimbra: Edições Almedina, 2011. ISBN 978-972-40-4551-1.

TAVINOR, Grant – **The art of videogames.** West Sussex: John Wiley & Sons Ltd, 2009. ISBN 978-1-4051-8788-6.

THOMPSON, Clive – Online video games are the newest form of social comment. **Slate** [Em linha]. (2002). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.slate.com/?id=2070197>>.

TOCCI, Jason – “You are dead. Continue?”: Conflicts and complements in game rules and fiction. **Eludamos. Journal for computer game culture** [Em linha]. Vol. 2, n.º 2 (2008). [Consult. 24 Abril 2011]. Disponível em WWW: <<http://journals.sfu.ca/eludamos/index.php/eludamos/article/viewArticle/vol2no2-4/81>>.

TREFRY, Gregory – **Casual game design: Designing play for the gamer in all of us.** Burlington, MA: Morgan Kaufmann, 2010. ISBN 978-0-12-374953-6.

VOGLER, Christopher – **A jornada do escritor : estruturas míticas para escritores.**

2ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006. ISBN 85-209-1764-X.

WALTHER, Bo Kampmann – Playing and Gaming: Reflections and Classifications. **Game Studies: The international journal of computer game research** [Em linha]. Vol. 3, n.º 1 (2003). [Consult. 15 Maio 2011]. Disponível em WWW: <<http://www.gamestudies.org/0301/walther/>>.

YEE, Nick – Motivations of play in online games. [Em linha]. (2007). [Consult. 6 Maio 2011]. Disponível em WWW: <[http://www.nickyee.com/pubs/Yee%20-%20Motivations%20\(in%20press\).pdf](http://www.nickyee.com/pubs/Yee%20-%20Motivations%20(in%20press).pdf)>.

ZAGALO, Nelson – **Emoções interactivas: do cinema para os videojogos**. Coimbra: Grácio Editor, 2009. ISBN 978-989-96375-1-1.

**LUDOGRAFIA**

*Asteroids* (Atari Inc., 1979)  
*Bacteria Salad* (Persuasive Games, 2006)  
*BioShock* (2K Boston, 2007)  
*Chasm Spasm* (Shute [et al.], s.d.)  
*Columns* (Sega, 1990)  
*Darfur is Dying* (interFUEL, LLC, 2006)  
*Disaffected!* (Persuasive Games, 2006)  
*Donkey Kong* (Miyamoto, 1981)  
*Fátima* (Pereira [et al.], 2010)  
*Foldit* (University of Washington, 2008)  
*Grand Theft Auto* (Rockstar Games, 1997)  
*Gravitation* (Rohrer, 2008)  
*Hush* (Antonisse, 2008)  
*JFK: Reloaded* (Traffic Software, 2004)  
*Kabul Kaboom* (Frasca, 2001)  
*Karoshi* (Venbrux, 2008)  
*Lemmings* (DMA Design, 1991)  
*Madrid* (Frasca, 2004)  
*McDonald's Video Game* (Molleindustria, 2006)  
*Memory Reloaded* (Molleindustria, 2010)  
*Minesweeper* (Microsoft, 1990)  
*Momiga* (2010)  
*New York Defender* (Stef & Phil, 2002)  
*Oil God* (Persuasive Games, 2006)  
*Operation: Pedopriest* (Molleindustria, 2007)  
*Pac-Man* (Namco, 1980)  
*Passage* (Rohrer, 2007)  
*Phone Story* (Molleindustria, 2011)  
*Pong* (Atari Inc., 1972)  
*Prince of Persia* (Brøderbund [et al.], 1989)  
*Primrose* (Rohrer, 2009)  
*Puzzle Bobble* (Taito Corporation, 1994)  
*Raise the Village* (New Charity Era, 2010)  
*Save Sammy Maze* (PETA, 2011)  
*September 12* (Powerful Robot Games, 2003)  
*Shadow of the Colossus* (Team Ico, 2005)  
*Snake* (Armanto, 1997)  
*Space Invaders* (Taito Corporation, 1978)  
*Super Mario Bros.* (Nintendo, 1985)  
*Superstruct* (Institute for the Future, 2008)  
*Tetris* (Pajitnov; Gerasimov, 1984)

*The cat and the coup* (Brinson; Valanejad, 2011)  
*The Curfew* (Littleloud, 2010)  
*The Graveyard* (Tale Of Tales, 2008)  
*The Howard Dean for Iowa* (Persuasive Games, 2004)  
*The Marriage* (Humble, 2007)  
*The Sims* (Maxis, 2000)  
*The unfair platformer* (Eggy, 2008)  
*Wonderputt* (Damp Gnat, 2011)  
*World Without Oil* (Eklund [et al.], 2007)  
*Worms* (Team17, 1995)





## ANEXO I

### GLOSSÁRIO

#### **Agôn (CAILLOIS, 1990)**

“Há todo um grupo de jogos que aparece sob a forma de competição, ou seja, como um combate em que a igualdade de oportunidades é criada artificialmente para que os adversários se defrontem em condições ideais, susceptíveis de dar valor preciso e incontestável ao triunfo do vencedor.” (33-34)

#### **Arcada**

Máquina em que o jogador insere moedas para jogar.

#### **Avatar**

Elemento que representa o jogador no mundo do jogo.

#### **Checkpoint**

Ponto do jogo onde o jogador recomeça a jogar depois de perder uma *vida*.

#### **Cut-scene**

Sequência num videojogo, regra geral não jogável, que serve essencialmente propósitos narrativos.

#### **Flash**

Adobe Flash. *Software* voltado para o desenho de animações, *websites* e aplicações interactivas.

#### **Game Over**

Mensagem que aparece tradicionalmente num videojogo, regra geral associada à derrota do jogador.

### **Game Salad**

Software gratuito, disponibilizado online, voltado para a criação de videojogos simples destinados essencialmente ao iPhone. Em <http://gamesalad.com>.

### **iPhone**

Smartphone (telemóvel que combina as funções de PDA – Personal Digital Assistant – e telemóvel) desenvolvido pela Apple.

### **Ludus (CAILLOIS, 1990)**

*“(...) [G]osto pela dificuldade gratuita (...) prazer que se sente com a resolução de uma dificuldade tão propositadamente criada e tão arbitrariamente definida, que o facto de a solucionar tem apenas a vantagem da satisfação íntima de o ter conseguido.” (47–50)*

### **Mimicry (CAILLOIS, 1990)**

*“O jogo pode consistir, não na realização de uma actividade ou na assumpção de um destino num lugar fictício, mas sobretudo na encarnação de um personagem ilusório e na adopção do respectivo comportamento. Encontramo-nos, então, perante uma variada série de manifestações que têm como característica comum a de se basearem no facto de o sujeito jogar a crer, a fazer crer a si próprio ou a fazer crer aos outros que é outra pessoa.” (39)*

### **MMORPG**

Abreviatura de Massively Multiplayer Online Role-Playing Game. Videojogo voltado para a criação e interpretação de personagens, jogado online e capaz de acolher milhares de jogadores.

### **Oito bits (áudio)**

Oito bits de informação por *sample* de áudio digital. Baixa resolução. As músicas em 8 bits remetem para o universo dos videojogos clássicos.

### **Paidia (CAILLOIS, 1990)**

“(…) [M]anifestações espontâneas do instinto do jogo (…) [A paidia] intervém em toda a animada exuberância que traduza uma agitação imediata e desordenada, uma recreação espontânea e repousante, habitualmente excessiva, cujo carácter improvisado e desregrado permanece como sua essencial, para não dizer única, razão de ser.” (48)

### **Power-Up**

Objecto que beneficia o avatar do jogador, oferecendo-lhe a oportunidade pontual de aumentar a sua força ou poder. Os *power-ups* podem ser permanentes ou temporários.

### **RPG**

Abreviatura de Role-Playing Game. Jogo em que os jogadores interpretam personagens e criam ou seguem narrativas.

### **Scroll**

Mecanismo que permite a visualização integral de um documento – através da navegação vertical e / ou horizontal – cujo tamanho excede o da respectiva janela.

### **Suspensão da descrença (*Suspension of disbelief*)**

Aceitação temporária de eventos ficcionais como credíveis, por parte do leitor / espectador. O leitor / espectador sabe que os eventos que testemunha não são verdadeiros mas aceita temporariamente suspender a sua descrença por forma a *viver* a história.

### **Tamagotchi**

Brinquedo criado em 1996 que permite cuidar de uma criatura de estimação virtual.

**ANEXO 2****E-MAIL A SOLICITAR A PARTICIPAÇÃO NO INQUÉRITO ONLINE**

Enviado a 15 de Novembro de 2010, a uma lista de contactos pessoais e potencialmente a toda a comunidade FBA.UP, via *e-mail* dinâmico.

Olá

Estou a desenvolver para o meu Mestrado um questionário muito breve (de uma só pergunta) sobre portugalidade. Para isso quero pedir-vos ajuda. Para responder basta ir aqui <http://www.survs.com/survey/1T2COG4KA1>

Respondam por favor o que primeiro vos vier à cabeça. Não demora nem um minuto. Porque quanto mais respostas obtiver mais fiável será o resultado, peço-vos também que reenviem o link aos vossos contactos.

Muito obrigado, conto mesmo com a vossa ajuda

Joana Sobral

### ANEXO 3

#### RESULTADOS DOS INQUÉRITOS ONLINE

Survs (total de 331 respostas, recolhidas entre 15 de Novembro de 2010 e 4 de Março de 2011)

“simpático”

“oportunista”

“passado”

“empapado”

“Gingão”

“choroso”

“atrasado”

“apático”

“gordo e com bigode”

“lambareiro”

“Instintivo.”

“Conformado.”

“de bigode”

“relaxado”

“queixoso”

“apático”

“baixinho”

“oportunista”

“Azeiteiro”

“agridoce”

“preguiçoso”

“Ressabiado”

“simpático”

“acomodado”

“desenrascado”

“maneirinho”

“carrancudo”

“amigo”

“o melhor da sua rua”

“Vítima.”

“coitadinho”

“Arrebatador”

“coninhas”

“Nostálgico”

“cego”

“provinciano”

“hospitaleiro”

“barrigudo”

“nostálgico”

“desleixado”

“chico-esperto”

“fartura”

“óbvio”

“Baldas”

“fatalista”

“Acolhedor”

“gasoso”

“arrogante”

“janota”

“Típico”

“ACOMODADO”

“Comodista”

“insatisfeito”

“resignado”

“Vermelho.”

“afável”

“simples”

“chico-esperto”

“Saudosista”

“Chico-Esperto”

“coitadinho”

“Preguiçoso”

“tinto”

“baixo”

“Desenrrascado”

“preguiçoso”

“Chico-esperto”

“tacanho”

“típico.”

“bigode”

“acolhedor”

“benfica”

“tristonho”

“burro”

“desenrascado”

“trapaceiro”

“Só não é trapaceiro se não puder”

“Burro”

“desconfiado”

“típico”

“Desenrascado!”

“azeiteiro”

“opinador”

“Nostálgico”

“fixe”

“Baixo”

“saudoso”

“saudosista”

“preguiçoso”

“amarrecado”

“arroteiro”

“típico”

“porco”

“descrente”

“preguiçoso”

“determinado”

“passivo”

“tradicionalista”

“Fadista”

“engenhocas”

“remediado”

“comodista”

“é parvo”

“azeiteiro”

“bigode”

“calão”

“desenrascado”

“espirituoso”

“rosadinho”

“chico-esperto”

“Desenrascado”

“bigode”

“castiço”

“atrasado”

“bom amante”

“Nostálgico”

“bagueiro”

“Deselegante”

“Nostálgico”

“invejoso”

“relaxado”

“pessimista”

“pacífico”

“bigode”

“companheiro, acatado, mas no fundo um aventureiro”

“suave”

“Típico”

“cuscovelheiro”

“inculto”

“cansado”

“acomodado”

“bué”

“bom”

“chico-esperto”

“tosco-bruto-latino”

“Preguiçoso”

“liiiiindo”

“preguiçoso”

“rabugento”

“gordo”

“Amavel”

“simples”

“hospitaleiro”

“resignado”

“azeiteiro”

“chico-esperto”

“Preguiçoso”

“trabalhador”

“despachado”

“atrasado”

“Retardado”

“É gordo, tem bigode, gosta de futebol, cerveja, sofá e café”

“fixe”

“pessimista”

“amigo”

“Saudosista”

“Conformado”

“mesquinho”

“contestatário”

“amigo”

“preguiçoso”

“muitoespertomaspuointeligente”

“bronco”

“Erudito”

“chato?”

“tem muita garganta e pouca atitude”

“orgulhoso”

“Porreiro!”

“Descontraído”

“louco”

“parolo”

“garrafão”

“tipico”

“alegre”

“Tolerante”

“tradicional”

“conformista”

“típico”

“Espertalhão”

“fixe”

“pessimista”

“simples”

“bimbo”

“umbíguo”

“esquisito”

“desorganizado”

“lutador”

“frustrado”

“típico”

“Desenrascado”

“conformista”

“fuínha”

“Salioio”

“Bom garfo”

“Descontraído”

“fanatico pelo futebol”

“preguiçoso”

“baixo”

“melancólico”

“Desenrascado”

“típico”

“não exuberante”

“cansado”

“Avarento”

“Comodista”

“baixo”

“atrasado”

“português”

“típico”

“tradicional”

“prt”

“Comilão”

“trabalhador”

“Bigode”

“preguiçoso”

“preguiçoso”

“corrido”

“pessimista”

“Zé”

“preconceituoso”

“pessimista”

“Justo, Honesto, Coerente e Imparcial”

“preguiçoso”

“Desenrascado”

“fadista”

“morcão”

“desencantado”

“simplista”

“baixinho”

“complicado”

“preguiçoso”

“saudosista”

“passivo”

“acomodado”

“gay”

“indolente”

“Pessimista”

“baixo e corado”

“Original.”

“saudosista”

“Gosta de falar , está sempre tranqüilho . As vezes ha ‘professóres’ com 4ª classe de escolaridade;expressão banal – TIVEMOS o mundo nas nossas mãos!”

“maluco”

“tradicional”

“desleixado”

“conformado”

“português”

“tuga”

“Preguiçoso”

“Indolente”

“Comilão”

“saudade”

“sofá”

“conservador”

“barulhento”

“comodista”

“conservador”

“bonito”

“português”

“Divertido”

“Conformado”

“apaixonado”

“peludo”

“castiço”

“rápido”

“irrealista”

“de bigode imponente”

“apático”

“mediterrânico”

“complicado”

“tradicionalista”

“escondido”

“amorfo”

“Atrasado”

“pitoresco”

“Convívio”

“ignorante”

“é estúpido, vulgar, como eu”

“esteriotipado”

“lavrador”

“Pêssego”

“desenrascado”

“foclore”

“passivo”

“parolo”

“comudista”

“preguiçoso”

“Galo de Barcelos”

“inculto”

“fofinho”

“Hipócrita”

“ríspido”

“preguiçoso”

“comodista”

“típico”

“Tosco”

“Desenrascado”

“retrógado”

“Desenrascado”

“optimista”

“desempregado”

“Preguiçoso”

“Campónio”

“Porreiro.”

“porreiro”

“arrojado”

“umbíguo”

“peludo”

“Tem bigode”

“almoçadeira”

“tuga”

“queixoso”

“egoísta”

“pessimista”

“bruto”

“Preguiçoso”

“unha-do-mindinho-grande”

“Comodista”

“Tradissional”

“bardajão”

“tímido”

“atrasado”

“Típico!”

“Espertinho.”

“resignado”

“obtusos”

“Queixoso”

“Típico”

“bajardão”

“bracarense”

“atrasado”

“Numa?”

Facebook (total de 54 respostas, recolhidas entre 11 de Novembro de 2010 e 16 de Novembro de 2010)

“Criativo”

“manhoso”

“comodista”

“numa palavra só profundamentignorante”

“típico”

“Desligado”

“Portuga”

“Típico”

“Acomodado”

“Quando comentei, não tinha reparado que estava a repetir a resposta do Emanuel Barbosa. Num outro registo, poderia dizer ‘infantilizado’.”

“há quem cite muito a última palavra de Os Lusíadas para definir o português típico”

“Traíçoeiro. (Como a língua!)”

“desenrasca”

“PARECE QUE NINGUÉM GOSTA DO PORTUGUÊS TÍPICO? (não sei se reparam, mas disse a gritar). VIVA O PORTUGA!”

“Igual ao (inserir nacionalidade) típico, imho.”

“é alguém que não tem sentido nenhum de empenhedorismo, complica tudo com burocracias, e tem dificuldade de se auto-questionar, assume tudo como dogmatismos, etc.”

“Esqueceste-te de referir que sai de casa, de madrugada, para ir praticar bruxarias para o meio do mato.”

“Conservador.”

“Independentemente da minha possível baixa reputação depois do que vou dizer, eu digo: Eu acredito nos portugueses! ; )”

“Lírico - e isto não é uma piada para a Marta Sousa ;)”

“pequenino/little man :-)”

“chico-esperto (isto conta como 1 so palavra)? ;o) Em muitas palavras, acho que isto define bem o Portugues -> <http://mygpslostitself.blogspot.com/2010/10/suspiro-aho-meu-portugal.html>”

“impecável.”

“Rezingão!”

“eu acho que o luís tem razão. é impecável!”

“Hospitaleiro.

Triste.

Pobre.

Mas, em determinadas condições — virtuoso”

“É difícil só com uma palavra.

Mas diria: porreiro. O português típico é um porreiro, pá.”

“é gingão.”

“é um coitadinho”

“Remediado”

“bigode?

Agora mais a sério -> impaciente”

“chico-esperto”

“prático, desenrascado”

“os brasileiros são mais chicos-espertos e os espanhóis mais impacientes...

acho q os portugueses conseguem apreciar pequenas coisas como poucos povos...

especialmente se a pequena coisa é um copo de vinho, um prato de comida, ou uma

conversa... banal com o vizinho... não é preciso muito para nos sentirmos bem...

algo entre ‘enjoyers’ e ‘settlers’”

“cordiais”

“desenrascado”

“benfiquista.”

“queixinhas”

“chicoesperto”

“bigode. :/”

“Agora sem batota - visto que bigode está associado a um certo estereótipo com certas características.

O português típico é ‘um porreiro’.”

“gabarolas”

“impecável.”

“no meu caso: preguiçoso. respondi a isto sem ler a conversa toda e acabei por repetir o João :!”

“pessimista”

“sopas de pão com leite.”

“INSATISFEITO”

“Crente XD”

“Desenrascado”

“brando”

“tótó.”

“azeiteiro”

“comichoso”

“óbvio”

## ANEXO 4

### EXCERTOS DAS RESPOSTAS OBTIDAS NOS INQUÉRITOS PRESENCIAIS

**Inquérito feito no dia 30 de Novembro de 2010 entre as dezasseis e as dezoito horas, nas ruas do Porto, nas áreas da Trindade e Bolhão e, principalmente, no Mercado do Bolhão. Respostas à questão: *Numa palavra: como é o português típico?***

“Temos que nos aguentar.”

“O português era alegre. Agora é cinzento, triste, cabisbaixo. Antigamente era mais no Sul que as pessoas eram individualistas e fechadas. E no Norte eram mais alegres.”

“Temos de tudo. Há os bons e os maus. Não posso dizer que é tudo bom.”

“O português é boa pessoa. Somos pobres mas somos lutadores. Andamos sempre a batalhar.”

“São uns molengões. Não vão à luta. Querem uma coisa e não lutam por ela. As coisas têm de cair do céu. Não são muito sinceros. São reservados.”

“Boa disposição, simplicidade e alegria. Principalmente os do Norte. São mais abertos, mais simples, mais sinceros. Os do Norte entreadjudam-se. Os do Sul são muito fechados, reservados, superiores.”

“Muito acolhedores, respeitadores, gostam de conviver, de se divertir, gostam de festas.”

“O povo português era muito bom e muito trabalhador. Ainda há muitos que trabalham, na lavoura. O pior de tudo é os governantes. Trabalhar ninguém quer. Antigamente a vida era outra. Sabe o que é preciso? Trabalhar! Agora acabou tudo. Agora é só tocar violão e viola.”

“O português é boa pessoa. Os políticos é uma categoria ao contrário. Não há assim muita moral uns pelos outros. Antigamente havia mais amizade e mais amor uns pelos outros. Agora é aquele que quer mais e quem mais pode lixar os outros. O português é egoísta, quer tudo. É o mal de Portugal.”

“Nós ‘tamos tão diferentes. Éramos mais humildes, mais dados uns com os outros. Ai já nem conheço o meu país! Agora as pessoas estão mais egoístas. Tínhamos mais respeito. Agora fala-se mal e porcamente. Não se respeita nada.”

“São pessoas muito trabalhadoras. Pensam muito no dia de amanhã. Pouparam. Principalmente os do Norte. O português é muito cauteloso. As senhoras são muito vaidosas. Umas são vaidosas demais. Outras desmazeladas demais. O português é o povo que mais emigra. Os Descobrimentos! Foram os portugueses! Sinal de trabalhadores. Fazer pela vida! Há quem diga que os lisboetas são mais copinhos de leite. Também são portugueses. É viver o dia-a-dia. Se amanhã não houver, alguém nos há de desenrascar.”

## ANEXO 5

### ENTREVISTA DADA AO JORNAL DIGITAL JORNALISMO PORTO NET

**Entrevista não publicada, dada a 2 de Abril de 2011.**

**Catarina Sousa:** Preciso de saber o nome, onde estuda, quantos anos tem e onde vive.

**Joana Sobral:** Joana Sobral, estudante do segundo ano do Mestrado em Design da Imagem da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, 26 anos, Porto.

**CS:** O que a levou a criar este jogo?

**JS:** O *Fátima* não foi criado só por mim, nem sequer partiu de mim a ideia. A ideia é de um amigo meu, Luís Lucas Pereira, investigador em videojogos na Universidade de Coimbra. Somos responsáveis pelo projecto três programadores – Luís Lucas Pereira, Pedro Machado Santa e Tiago Alves – e três designers – Joana Sobral, Mafalda Maia e Mafalda Nobre. Das decisões de design do jogo participámos todos mas o trabalho foi distribuído de acordo com as competências de cada um. O som é do Tiago Alves. A ideia de fazer um videojogo sobre o fenómeno de Fátima é mais antiga mas a decisão do cenário final do jogo (a aparição propriamente dita) data apenas do Outono de 2009. Só a partir dessa altura é que começámos a pensar no funcionamento do jogo e a formar a equipa de trabalho. Mas, no início, o processo foi bastante demorado. No contexto português, Fátima é o fenómeno religioso de maior expressão. Visualmente tem também um enorme potencial, portanto, apeteceu-nos explorá-lo.

**CS:** Aquando da criação do *Fátima*, pensou que tivesse tanto sucesso?

**JS:** Penso que todos imaginávamos que o jogo pudesse ter sucesso. Afinal, o tema é familiar aos portugueses e sabíamos desde o início que a escolha deste meio (videojogo) para ilustrar e comentar um fenómeno da natureza de Fátima poderia dar espaço a alguma polémica. São duas realidades que parecem não combinar. Fátima é considerado por muitos um assunto sério e videojogos não. Mas não podem os videojogos ser sérios? Quisemos levantar questões acerca do meio ou da ideia que dele é habitualmente feita.

**CS:** O jogo em si e tudo o que o envolve, foi ideia sua?

**JS:** Não. Como disse anteriormente, a ideia original é do Luís Lucas Pereira. As decisões de design do jogo foram pensadas e discutidas entre os seis.

**CS:** Quanto tempo demorou a ficar pronto?

JS: A intenção inicial era lançar o jogo a 13 de Maio do ano passado, mas porque o projecto não podia ser prioridade para nenhum de nós, acabámos por conseguir lançar apenas um *teaser* nessa altura. O jogo foi lançado um mês depois, a 13 de Junho, data da segunda aparição de Nossa Senhora. Portanto demorámos cerca de um mês a desenhar e programar. Contando com o desenvolvimento da ideia, talvez dois meses.

CS: Já recebeu críticas?

JS: Sim. Recebemos alguns comentários menos agradáveis, e estávamos já a contar com isso. Foram menos do que pensávamos, até. Três ou quatro. Críticas positivas foram a esmagadora maioria. O Facebook é a forma mais directa de saber as reacções dos jogadores e temos tido muitos comentários simpáticos.

CS: Teme represálias por parte dos religiosos ou de pessoas mais conservadoras?

JS: Não.

CS: Balanço, positivo ou negativo?

JS: Muito positivo. Adorei pensar e desenhar o jogo e, mais ainda, acompanhar as reacções dos jogadores. Acredito que o balanço foi positivo para todo o grupo.

CS: Como foi o processo de criação, ou seja, como surgiu a ideia, como a passou à prática, houve *upgrades* no jogo, etc...?

JS: Como surgiu a ideia penso já ter respondido. Passou à prática na altura em que ficou mais clara e quando formámos o grupo. Tivemos algumas sessões de trabalho intensivas, mas muito do trabalho foi feito *online*, até porque somos de cidades diferentes. Programação, imagem e som foram feitos em simultâneo. Houve *upgrades*. A integração com o Facebook foi um *upgrade* lançado na data da terceira aparição da Virgem: 13 de Julho. Até aí, e durante um mês, foi apenas possível jogar no site e *gostar* da página do projecto no Facebook. A partir de 13 de Julho do ano passado passou a ser possível aos jogadores publicar na sua Wall do Facebook os resultados.

CS: Pensa em inventar mais jogos deste género?

JS: Sim. Queremos continuar a explorar a estética portuguesa em contextos lúdicos.

CS: Como é que o jogo foi divulgado? Fez questão disso?

JS: No Facebook, só. A integração com o Facebook é parte da ideia, por isso sim, fizemos questão disso.

CS: É católica / religiosa?

JS: Eu não sou. Há católicos e religiosos no grupo.

CS: Não acha que esta aplicação é um pouco “jocosa” para com a crença na aparição de Fátima?

JS: Acho que pode ser interpretada dessa forma. A decisão de representar o fenómeno de Fátima num videojogo não foi, naturalmente, inocente. Mas, no fim de contas, o conteúdo do jogo não é ofensivo. *Fátima* não faz qualquer tipo de juízo de valor acerca de religião. O caminho a seguir no jogo, bem como a interpretação que dele é feita, cabem ao jogador. *Fátima* não é tanto um jogo tradicional como um objecto interactivo que pretende funcionar como uma crítica social. Partimos do fenómeno de Fátima para colocar o jogador numa situação de escolha entre o material e o espiritual, o divino e o profano. A condição de vitória não é revelada inicialmente, e não o é de forma deliberada. A ideia é deixar o jogador decidir o que fazer – rezar ou guardar o rebanho – criando assim uma metáfora para os dilemas espirituais e filosóficos do dia-a-dia.

CS: Obtém qualquer tipo de rendimentos com o jogo?

JS: Não. Nenhum de nós obtém.

## ANEXO 6

### ARTIGOS SOBRE FÁTIMA (PEREIRA [ET AL.], 2010)

#### IOL Diário – 26 de Julho de 2010

**Jogo sobre Fátima é sucesso no Facebook:**

**Objectivo é guardar as ovelhas com a pastorinha**

Uma pastorinha tem por objectivo guardar as suas ovelhas num jogo que está a ser um sucesso na rede social Facebook.

Através deste endereço é possível aceder ao jogo “Fátima.”

Com o rato, pode ir mexendo na pastorinha para que esta não deixe escapar as ovelhas do ecrã. No entanto, prepare-se, porque a Virgem Maria vai aparecer e é preciso rezar enquanto os animais ficam sem protecção.

Quando ficar sem ovelhas, pode publicar o seu resultado no Facebook. “(Nome) não guardou o seu rebanho, mas rezou 1 Ave Maria”, é o que irá aparecer.

#### IOnline – 27 de Julho de 2010

##### **Pastorinha de Fátima guarda ovelhas no Facebook**

O jogo chama-se “Fátima” e está a fazer sucesso no Facebook. A página abre e surge uma mensagem. “Tende paciência: esperai que se processe o carregamento.” Ao mesmo tempo, começa a soar a música alusiva à aparição de 13 de Maio, na Cova da Iria, e o jogador é convidado a começar a aventura: pegar numa pastorinha e – com o movimento do rato – evitar que as ovelhas fujam.

As dificuldades aumentam quando a Virgem Maria surge no ecrã: é preciso interromper a guarda para rezar. O resultado final é sempre o mesmo: mais cedo ou mais tarde as ovelhas acabam por fugir. Em vez do habitual “game over”, aparece outra mensagem: “Haveis perdido pois guardastes zero ovelhas.” Mas depois é possível publicar o resultado no Facebook: “Não guardou o seu rebanho, mas rezou 1 [ou mais] Avé Maria[s].”

i, N.º. 373 – 17 de Julho de 2010

#### **Entrevista: 93 anos depois, o milagre de Fátima tem um videojogo**

Está em [playfatima.net](http://playfatima.net), mas a principal fonte de divulgação é o Facebook. O jogo foi desenvolvido por seis amigos, designers e universitários nas áreas da Informática e das Belas-Artes – Joana Sobral, Luís Lucas Pereira, Mafalda Maia, Mafalda Nobre, Pedro Santa, Tiago Alves –, que prometem continuar a “explorar a estética portuguesa em contexto lúdico.”

#### **Porquê um jogo de Fátima?**

Quisemos explorar a riqueza do fenómeno e este meio permite explorar outros significados que o ultrapassam.

#### **Qual o conceito do jogo?**

A ideia essencial é propor ao jogador o dilema entre o material e o espiritual. O fenómeno de Fátima tem o contexto ideal para esta dualidade, pondo o jogador no papel de uma pastorinha que tem de optar entre orar à Virgem (dimensão espiritual) e cuidar do rebanho (material).

#### **Tem uma vertente evangelizadora ou é só uma piada?**

Nem uma coisa nem outra. O jogo não faz juízos de valor acerca de religião ou religiosidade. A interpretação está do lado do jogador.

#### **Quanto tempo demorou a fazer e quanto dinheiro foi gasto em “Fátima”?**

O jogo foi desenvolvido nas horas vagas durante cerca de um mês, sem orçamento. O que se gastou não é significativo – só custos de infra-estrutura *web* e fonte tipográfica.

## ANEXO 7

### DESIGN DO VIDEOJOGO: CONCEITO PRINCIPAL E REGRAS

#### Conceito principal

O avatar do jogador é uma modesta caravela portuguesa em pleno alto mar. O objectivo é navegar ao longo da costa de África e passar o cabo das Tormentas. Mas a conjuntura não é das melhores e, desta feita, a tarefa poderá ser impossível de alcançar sem o recurso a ajuda externa. Por outro lado, o recurso a ajuda externa poderá revelar-se ingrato.

#### Características

##### a) Formais:

1. Bidimensionalidade, cores planas, formas geométricas, Sebastião Rodrigues, António Ferro, “Portugal não é um país pequeno.”
2. Caixas de diálogo em versos, estilo épico, “Os Lusíadas.”

##### b) *Gameplay*:

1. Jogo de arcada, rápido.
2. Tentativa-e-erro.
3. *Scroll* do mundo do jogo. A acção começa na costa portuguesa e o cenário é revelado à medida que o jogador navega.
4. Não há níveis. Três etapas de diferentes dificuldades numa única sessão de jogo.
5. Não há pontuação.
6. Não há *checkpoints*.

##### c) Guião:

1. É preciso fugir às ondas e evitar ficar encalhado.
2. O sentido do vento dificulta ou ajuda à tarefa de navegar, dependendo do sentido do percurso do jogador.

3. À medida que o avatar do jogador se aproxima do cabo das Tormentas a dificuldade aumenta.
4. Durante a sessão de jogo e, a qualquer momento, o jogador pode pedir ajuda externa para melhor navegar entre as ondas. Para tal, basta-lhe-á clicar no botão “Fazer o Jeitinho”. Se o fizer, é desbloqueado o único *power-up* disponível. Nessa altura, um navio moderno e brilhante passará nas redondezas deixando atrás de si um corredor seguro. O rasto do navio impede que novas ondas se formem naquele percurso durante um dado intervalo de tempo. É expectável que o jogador se venha a aperceber que deve guardar o trunfo para a etapa final.
5. Ao chegar ao cabo das Tormentas o ambiente muda: escurece, começa a chover e a trovejar e, no canto do ecrã, pisca o indicador “Adamastor”. A música também muda.
6. Morrer no cabo e morrer nas fases anteriores são experiências distintas. As caixas de diálogo ajudam a esta diferenciação. O jogo reinicia automaticamente sempre que o jogador morre nas fases anteriores. No cabo, ao contrário, perder a vida equivale a *Game Over*.

#### **Motivação / Experiência de jogo**

Passar o cabo das Tormentas é simbólico para os portugueses.

#### **Público-alvo**

Portugueses.

#### **Plataforma**

Web, Facebook.

#### **Objectivos de Design**

1. Simplicidade: Aprendizagem intuitiva e imediata.
2. Ironia: A metáfora do contexto português actual<sup>1</sup> associada ao simbolismo dos Descobrimentos no imaginário colectivo dos portugueses encerra uma certa ironia. O jogo é um comentário interactivo.

---

1 A crise financeira que se vinha arrastando, a queda do XVIII Governo Constitucional, a entrada de ajuda externa do Fundo Monetário Internacional, União Europeia e Banco Central Europeu, as medidas de austeridade, a queda das cotações da dívida soberana pelas agências de rating.

3. Exploração da fronteira entre videojogos tradicionais e outros artefactos digitais interactivos *video-jogáveis*: o artefacto procura subverter um conjunto de estruturas tradicionais, nomeadamente os conceitos de vitória e derrota.

4. Retrato da identidade nacional portuguesa: pela tradução de *comportamentos típicos* em mecânicas e pela apropriação de símbolos. A experiência de jogo centra-se na dimensão simbólica da narrativa, mais do que nas mecânicas isoladas.

### **Regras (descrição das mecânicas básicas)**

#### **Acção principal**

Navegação ao longo da costa ocidental de África evitando o confronto com os obstáculos.

#### **Condição de vitória**

Passar o cabo das Tormentas.

#### **Actores e comportamentos**

1. Caravela: Avatar do jogador. A velocidade do avatar do jogador depende do sentido do vento. O vento dificulta ou facilita a navegação.

2. Ondas: Obstáculos móveis. Tempo de vida limitado. Aparecem e desaparecem em qualquer ponto da área de jogo.

3. Costa: Obstáculo imóvel.

4. Navio: Móvel. Hostil quando confrontado. No entanto, o rasto que deixa na água funciona como um *power-up* (durante um dado intervalo de tempo não se formam ondas e o jogador é mais veloz naquela área).

#### **Etapas**

Três, numa única sessão de jogo. A progressão no jogo equivale à progressão no percurso da viagem. À progressão no jogo corresponde um aumento do número de ondas e da dificuldade de navegação (intensidade do vento).

#### **Número de vidas por sessão de jogo**

Etapas 1 e 2: Infinito.

Etapa 3 (cabo): Uma.

#### **Condições de *Reset* (etapas 1 e 2) e de *Game Over* (etapa 3)**

1. Colisão com uma onda.
2. Colisão com a costa.
3. Colisão com o navio.

#### **Transições entre níveis**

Do primeiro para o segundo: Não marcada, à exceção do aumento da dificuldade.

Do segundo para o terceiro: Marcada sonora e visualmente, paralelamente ao aumento da dificuldade.

#### **Finais possíveis**

Vitória vergonhosa (passar com ajuda o cabo das Tormentas) e derrota heróica (morrer durante a 3ª etapa).

*You-never-win.*





