

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



COMMUTE
**Como usar o Ativismo Feminista e o Gaming numa reflexão
sobre percursos possíveis?**

Sofia Ferreira Lopes da Silva Santos

Trabalho de Projeto
Mestrado em Arte Multimédia
Especialização em Artes Interativas

Trabalho de Projeto orientado pela Prof.^a Doutora Patrícia Gouveia

2021

RESUMO

O projeto *Commute* consiste num jogo 2D que acompanha a caminhada de uma personagem feminina à noite pelas ruas no seu percurso diário trabalho/casa. Partindo da questão de investigação principal, a saber, como se pode usar o ativismo feminista e o *gaming* numa reflexão sobre percursos possíveis, pretende-se questionar a representação binária nos jogos e criar situações de empatia sobre experiências de assédio na primeira pessoa.

Sendo os jogos um *medium* capaz de transmitir emoções e criar reações em quem os joga, considerou-se pertinente a sua utilização para convocar e inquirir o papel do género nas interfaces tecnológicas contemporâneas. Assim, investigou-se a relação entre género, acesso e disseminação tecnológicas questionando-se algumas práticas do mercado de jogos digitais.

A reflexão teórica sustentou a criação de um projeto lúdico que coloca quem joga a pensar sobre o problema do assédio sexual e moral nas ruas da cidade. Neste contexto, convoca-se uma discussão sobre estereótipos culturais e juízos morais presentes nos meios digitais contemporâneos abrindo-se a reflexão a futuras possibilidades de representação mais inclusiva.

Palavras-Chave:

assédio de género; *game design*; jogos casuais; *game studies*;

ABSTRACT

The *Commute* project consists of a 2D game that follows the path of a female character at night through the streets in her daily work/home journey. Starting from the main research question, namely, how to use feminist activism and gaming in a reflection on possible paths, it is intended to question the binary representation in games, and create situations of empathy about first-person harassment experiences.

As games are a *medium* capable of transmitting emotions and creating reactions in the people who play them, it was considered pertinent to use them to summon and inquire into the role of gender in contemporary technological interfaces. Thus, the relationship between gender, technological access and dissemination was investigated, questioning some practices of the existing digital games market.

The theoretical reflection supported the creation of an open playful project that makes people who play it think about the problem of sexual and moral harassment in the city's streets. In this context, a discussion is called about cultural stereotypes and moral judgments present in contemporary digital media, opening up the reflection to future possibilities of more inclusive representation.

Keywords:

gender harassment; game design; casual games; game studies;

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer à minha orientadora, Professora Patrícia Gouveia, por me ter apresentado as possibilidades dos videojogos, por me ter guiado e motivado durante este percurso, e por ter fomentado a minha colaboração no centro de investigação ITI/Larsys, tendo assim propiciado a minha primeira publicação científica, e a indispensável troca de referências com outros investigadores, que fazem esta dissertação.

Em seguida agradeço ao GameDev Técnico, em particular aos colegas do projeto “*Do outro lado da toca*” por me terem ensinado tanto acerca de como fazer um jogo, por me incentivarem a experimentar novos domínios, e pelo constante apoio no decorrer do último ano.

Devo um agradecimento à minha família que me permitiu chegar onde estou, e em particular ao meu pai por me ter ajudado a editar este documento, à minha mãe pela solicitude incessável, e à minha irmã por todas as sugestões de jogos.

Não posso deixar de agradecer ao Francisco Barros que me ajudou a programar o jogo, que me manteve diligente com discussões contínuas sobre estes temas, e por me ter incentivado a trabalhar mesmo nos dias piores.

Aos meus amigos e colegas que partilharam esta experiência comigo, e a todos que irão ler este trabalho de projeto,

obrigada!

ÍNDICE

Prefácio	xiii
1 Introdução	1
2 Gaming	5
2.1 Jogos Digitais	6
2.2 Cultura <i>Gaming</i>	7
2.3 Representação Feminina na Indústria	10
2.3.1 A Necessidade das TIC	11
2.3.2 A <i>Leaky Pipeline</i>	11
2.3.3 Estudo de Videojogos	13
2.3.4 Colaboração Enquanto Método	15
2.4 Representação Feminina nos Jogos	18
2.4.1 Impacto dos <i>Casual Games</i>	21
2.4.2 Novas Narrativas	23
3 Ativismo Feminista	29
3.1 Feminismo nas Redes Sociais	30
3.2 Feminismo nos Jogos Digitais	31
3.2.1 Mulheres na Indústria	32
3.2.2 Jogos Cor-de-rosa	36
3.2.3 A Narrativa Feminina	41
3.3 Assédio de Género	44
4 Commute	47
4.1 Motivação	48
4.2 <i>Game Design Document</i>	50
4.2.1 <i>Gameplay</i> e Mecânicas de Jogo	50
4.2.2 Referências e <i>Art Style</i>	51
4.2.3 Protótipo	61

5 Conclusão	63
A Appendix	77
A.1 <i>Website</i> da parceria FBAUL/IST	77
A.2 2036	81
A.3 Estatísticas MOJO	82
A.4 Do outro Lado da Toca	83
A.5 “Borderline: Games and Activism”	84
A.6 GDD de <i>Commute</i>	97

LISTA DE FIGURAS

1	Exemplos de jogos das diferentes categorias	6
2	<i>Mod</i> do jogo <i>Super Mario</i> com a personagem principal sem roupa	8
3	<i>Mods</i> Artísticos de Watanabe (2015) e DeLappe (2018)	9
4	Comparação de um vídeo feito por um fã em 2007 (mazzyrocks, @Youtube) no <i>The Sims 2</i> , com o videoclip oficial da Rhianna para a música <i>Umbrella</i>	9
5	<i>Pipeline</i> apresentada no workshop <i>Gender and Digitalization</i>	12
6	Mapeamento do comando para o jogo <i>Battlefield 1</i> (Electronic Arts, 2016)	14
7	Gráfico com as percentagens médias de alunos por género e faculdade na MOJO	16
8	Gráficos por ano com as percentagens de alunos por género e faculdade nas diferentes edições da Montra de Jogos do IST	17
9	Representação da Personagem <i>Lara Croft</i> ao longo dos anos	18
10	Comparação das armaduras das personagens nos MMOs <i>World of Warcraft</i> e <i>Lord of the Rings Online</i>	19
11	<i>Screenshot</i> do jogo <i>Dandara</i> (Long Hat House, 2018)	21
12	Guitarra incluída no jogo <i>Guitar Hero</i> (RedOctane, 2005)	22
13	Comparação do jogo <i>Animal Crossing</i> na versão original (2001) e na mais recente (2020)	23
14	<i>Screenshot</i> do jogo <i>Spore</i> (Electronic Arts, 2008) no modo de criação de criaturas	24
15	Exemplos de <i>mods</i> para personagens com deficiências no <i>The Sims 4</i>	24
16	<i>Screenshot</i> do jogo <i>Passage</i> (Rohrer, 2007)	25
17	<i>Screenshot</i> do jogo <i>Passage</i> (Rohrer, 2018)	25
18	<i>Screenshot</i> do jogo <i>Tell Me Why</i> (Naughty Dog, 2020)	26
19	<i>Meme</i> contemporâneo que expõe e contraria a misoginia onde se apoia a ideia de <i>I'm not like other girls</i> (Eló Marseille, 2019)	31
20	<i>Screenshot</i> do jogo <i>Dys4ia</i> (Anthropy, 2012)	32
21	<i>Screenshot</i> do jogo <i>Sky: Children of the Light</i> (Thatgamecompany, 2019)	33
22	Exibição da obra [mapscotch] – [bombscotch] (Flangan, 2012)	34
23	<i>Screenshot</i> do jogo <i>On the Safe Side</i> (Fullerton, 2017)	34
24	<i>Screenshot</i> do jogo <i>Diner Dash</i> (PlayFirst, 2003)	36

25	Screenshot do jogo <i>Kim Possible 2: Drakken's Demise</i> (Disney Interactive Studios, 2004)	37
26	Instalação <i>The Game Room</i> por Rachel Weil	38
27	Screenshot das categorias de jogos no website https://www.1001jogos.pt	39
28	Screenshot da página inicial do website da marca Razer	40
29	Screenshot do jogo <i>Gone Home</i> (Fullbright Company, 2013)	41
30	Screenshots de <i>gameplay</i> dos jogos de Nina Freeman	42
31	Screenshots do jogo <i>Cibele</i> ; na primeira imagem vemos o ambiente de trabalho da personagem e na segunda a simulação do MMO <i>Valtameri</i>	43
32	Screenshots dos jogos <i>Sea of Roses</i> , <i>Little Bug</i> e <i>Before I Forget</i>	44
33	Screenshot de publicações das páginas @cutecatcalls e @cheeruplove no instagram (2021)	46
34	Screenshots de publicações no Facebook acerca do túnel de Campolide	48
35	Fotografia do túnel de Campolide em 2006 (retirada de: http://orlandoduarte.blogspot.com/2006/12/passagem-subterranea-na-av-calouste.html)	49
36	Screenshots do jogo <i>Beyond your Window</i> (2020)	52
37	Parte do <i>background</i> da secção <i>Rua Principal</i>	52
38	<i>Background</i> da secção <i>Paragem de Autocarro</i>	53
39	<i>Background</i> da secção <i>Estação de Comboio</i>	53
40	<i>Background</i> da secção <i>Rua Estreita</i>	54
41	<i>Background</i> da secção <i>Passagem Subterrânea</i>	54
42	Parte <i>Background</i> da secção <i>Rua de Casa</i>	54
43	Ilustração do interior do <i>Taxi</i>	55
44	Vista do telemóvel e colocação do ícone no ecrã de jogo	55
45	Representação das interações possíveis com o telemóvel	56
46	Vista do relógio no ecrã de jogo	56
47	Sam <i>walking cycle</i> e <i>walking cycle</i> com telemóvel	57
48	Sam <i>idle motion</i> e <i>idle motion</i> com telemóvel	57
49	Alex <i>walking cycle</i> e <i>idle position</i>	58
50	<i>Walking cycle</i> das figuras presentes no jogo	58
51	Variações do <i>Walking cycle</i> das figuras presentes no jogo	59
52	Ilustração das figuras presentes durante o jogo	59
53	Menu Inicial e de Confirmação	60
54	Menu de Definições	60
55	Menu de Pausa	61
56	Mensagens de perder e ganhar o jogo	61
57	Imagem gráfica inicial do jogo <i>Commute</i>	62

58	Logótipo do jogo <i>Commute</i>	62
59	Página Inicial do <i>Website</i>	77
60	Página de acesso aos jogos	78
61	Página da Montra de Jogos	79
62	Página com detalhes da parceria	80
63	Estudos e exemplos de <i>assets</i> criados por mim para o jogo <i>2036</i>	81

PREFÁCIO

Se há dois anos me perguntassem sobre o que seria a minha investigação de mestrado, nunca pensaria que fosse acerca de jogos, ou muito menos sobre feminismo. Vinda de uma licenciatura em design, tinha expectativas de explorar o seu potencial fugindo aos cânones mais rígidos a que vinha habituada. Porém, olhando para todo o meu percurso, este desfecho não podia fazer mais sentido.

Iria contra tudo o que escrevi nestas páginas se dissesse que não me considero uma *gamer*: desde jogar *pinball* e *minesweeper* no Windows 98 do computador do meu pai, passando pela primeira vez que joguei *The Sims* em casa de uma amiga, até ao presente, em que os jogos têm sido uma grande parte da minha vida. Alguns dos exemplos que utilizo ao longo desta dissertação foram jogos que joguei até à exaustão, e outros que queria jogar mas não tinha como - por muito que tivesse tentado no 8º ano, o meu *Acer Aspire* não aguentava correr *League of Legends*, sendo que nunca cheguei a terminar sequer os tutoriais; talvez se eu tivesse desinstalado as 18 expansões de *The Sims 2* tivesse funcionado melhor, mas eu tinha as minhas prioridades estabelecidas.

Por volta desta altura, por muita insistência minha e da minha irmã, os nossos pais arranjaram-nos uma *PlayStation 2*! Nós vínhamos de casa dos nossos primos com a ideia de jogar *GTA* ou *Tekken 5*, mas os meus pais não foram muito na onda da violência e compraram-nos jogos como *Sing Star*, *Band Hero* e um *Burnout Dominator* que escapou ao radar deles passando por um simples jogo de corridas, mas que ainda hoje me faz conduzir a 10km/h em portagens com medo de dizimar por completo o carro. Nunca chegámos a fazer um *update* à consola, mas ela ainda hoje funciona e há uns meses batemos recordes de *Band Hero* (sem dúvida que somos muito melhores agora). Fui jogando outros jogos no tal portátil *Acer* que ainda hoje guardo com todas as expansões de *The Sims 2* e vários *Tomb Raiders* instalados por completar. Como maneira de poder jogar à distância com os meus primos e a minha irmã, descobri os MMORPGs^a que, passados 10 anos, continuo a jogar com o mesmo entusiasmo.

Ao feminismo nunca me tinha aproximado tanto, mas há vários anos que o venho a

^a*Massive Multiplayer Online Role Playing Games*

descobrir nas pequenas coisas. Quando a minha tia não deixou o meu primo brincar às bonecas comigo porque “era para meninas” foi provavelmente a primeira vez que senti uma separação. Anos depois quando comecei a estudar música, escolhi um instrumento brilhante e barulhento com que me identificava, vim a sentir nos anos seguintes que o trompete era um “instrumento de rapaz”. Claro que a partir daqui as coisas ficam cada vez mais frustrantes. Falar e não ser ouvida. Ter a opinião contestada e validada. Sentir que não se faz parte. Carregar a obrigação de estar sempre bonita e elegante, ou então ser ainda mais desvalorizada. Sentia tudo, mas demorou a perceber que não era só eu, nem era só a frustração de ser adolescente.

No meu último ano de licenciatura comecei a ponderar sobre o que haveria de fazer a seguir; a minha cadeira favorita até este ponto tinha sido sem dúvida design de interação, estava a viver a minha fantasia de filme enquanto escrevia linhas básicas de HTML a verde fluorescente num editor preto como no *Matrix*. Decidi perguntar ao professor se ele tinha alguma sugestão sobre os cursos na área; na altura não parecia fazer sentido, mas o Professor Vasco Branco sugere *Game Design*. O pouco que eu sabia de HTML e CSS não encaixava com o que eu sabia ser necessário num curso destes e, procurando superficialmente, todas as opções pediam uma base de engenharia. Tirei isso da lista.

A minha vontade de explorar Lisboa trouxe-me até às Belas-Artes onde encontrei, entre cadeiras opcionais, *Game Design*. Durante estes dois anos, para além de sentir que me estava a reaproximar de algo que tinha deixado para trás, estava a ganhar uma nova perceção do mundo à minha volta e pude jogar e chamar-lhe pesquisa.

1. INTRODUÇÃO

O videogame enquanto *medium* é muitas vezes banalizado sobre imagens hiperbólicas de *gamers* ou dos jogos com maior destaque, ganhando uma reputação desvantajosa, que de certa forma leva à perpetuação destes estereótipos. O jogo que vemos nos *media* é violento, viciante e alienante em relação ao mundo real. Ultrapassando estes conceitos, encontramos no jogo vantagens quer a nível cognitivo, quer social. No processo de circunscrever o percurso desta investigação foram considerados vários tópicos que envolvem o jogo, destacando o seu potencial ativista e papel na educação. Apesar de ambos se entrelaçarem, foi a partir da pesquisa inicial sobre ativismo que o feminismo ganhou destaque e mostrou um percurso claro de investigação. Explorando este ponto encontramos uma vasta panóplia de literatura que, ao longo das últimas décadas, tem visto uma grande evolução tanto a nível do conteúdo, como de quantidade.

Shira Chess é uma das autoras de referência que escreve o livro *Play like a Feminist* (2020), onde encontrei resposta a grande parte das minhas questões. Concluindo a leitura, em vez de sentir que o que queria dizer já tinha sido dito, encontrei um incentivo a continuar a pesquisar e a repetir o que (afinal) tantos autores já tinham dito. A autora reforça que apesar de muitas vezes estas ligações já terem sido feitas, é essencial persistir no tema, uma vez que estas tendem a passar despercebidas no meio da imensa discussão sobre os jogos digitais. Consalvo (2012) acredita ainda que é essencial que se recolham materiais, experiências e exemplos para que investigadores futuros tenham acesso a boas bases para estudo e análises.

Os capítulos que se seguem foram escritos tomando como facto certas premissas, saltando à frente a sua argumentação. Primeiramente, o videogame é abordado enquanto atividade multimédia que se qualifica como arte que vai além dos visuais, e que acomoda toda a experiência, conceito e processo de criação. É também relevante clarificar a noção de feminismo como um movimento que procura igualdade para todos, e não excluir o homem (Chess, 2020). No curso da investigação, a ideia de género é aplicada de forma binária, contudo é relevante pensá-la sob a visão de Butler (1990). A partir da noção de que o género é uma construção social e não algo inato, a autora sugere que este é “performativamente constituído pelas próprias “expressões” que dizem ser seus resultados” (Butler, 1990, p. 92) assim, a repetição destas expressões cria a ilusão de que existe uma causa intrínseca, ao invés de ser fruto de fatores externos. Os termos feminino/masculino (ou mulher/homem, e outras variações) usados vêm então com base nesta distinção de género enquanto construção social que é dissociável do indivíduo.

Considerando o feminismo nos jogos digitais somos levados a agosto de 2014, onde surgiu, através das redes sociais, a campanha *GamerGate*^a sob a qual várias mulheres e

^aContextualização do termo *Gamergate* em: <https://www.dictionary.com/e/pop-culture/gamergate/>

acadêmicas foram acusadas de querer impingir a *agenda feminista* à indústria dos videogames. Uma das motivações a esta perseguição foi a série “*Tropes vs. Women*” (Feminist Frequency, 2013) onde Anita Sarkeesian denuncia o uso de estereótipos femininos em inúmeros jogos de culto. De acordo com os defensores de *GamerGate*, a presença feminina na cultura *gaming*, assim como produções semelhantes às de Sarkeesian, são “uma limitação à liberdade de expressão por imporem *standards* de representação de mulheres nos videogames” (Ruffino, 2018). Nos capítulos seguintes veremos que passados 7 anos, houve melhorias em alguns campos, mas noutros o problema perpetua-se - um destes problemas remete-nos para o déficit da presença feminina nos ambientes de trabalho, que é discutido no capítulo seguinte.

Neste contexto são introduzidas noções base dos jogos digitais e da cultura *gaming* para ilustrar o clima vigente ao leitor. Em seguida é discutida a necessidade de existirem mulheres na indústria, mostrando várias das razões pelas quais isso não acontece ainda. Para além das questões de género consideram-se questões de interseccionalidade enquanto obstáculo ao jogo como objeto de lazer, de estudo ou perspectiva de emprego. Falando do estudo dos videogames a investigação é complementada com o caso prático da MOJO (Montra de Jogos) onde se vê claramente a distinção de géneros por faculdade. Seguidamente mostra-se como os *casual games* têm impactado as estatísticas, a indústria e as práticas de jogadores. O capítulo termina elogiando jogos que criam experiências relevantes através das narrativas, personagens, jogabilidade, ou abordagem escolhidas.

Depois do reconhecer vários dos problemas que envolvem os videogames, olhamos para o feminismo como parte da solução. Nesse capítulo procura-se perceber como as novas gerações de feministas têm lidado com estas questões e como é que a sua presença se tem feito notar através de obras literárias ou jogos. É feita uma reflexão sobre o fenómeno dos jogos cor-de-rosa, considerando o impacto tanto positivo como negativo que ainda prevalece e influencia a relação das mulheres com o *medium*. Por último, o trabalho de Nina Freeman é analisado enquanto representação da condição feminina sob o formato de jogo.

O culminar desta investigação é *Commute*, um jogo que, com uma personagem feminina, aborda o medo de andar na rua à noite; para além de tentar apresentar uma representação feminina fidedigna, *Commute* ambiciona estimular quem joga, e comunicar-lhe uma realidade que poderá não ser a sua.

2. *GAMING*

2.1. Jogos Digitais

Neste primeiro capítulo é introduzida a noção de jogos digitais, das suas diferentes categorias, e ainda como a cultura que lhes é intrínseca molda toda a comunidade, seja quem joga ou cria; dando ênfase a esta segunda entidade, é analisado o mercado de trabalho e o ensino nas áreas respetivas. Por último, relacionam-se estas premissas a personagens e narrativas correntes, realçando problemas de representação e diversidade.

Como forma de melhor pensar no impacto do feminismo nas STEAM (*Science, Technology, Engineering, Arts and Mathematics*), em particular na área dos jogos digitais, é necessário perceber qual o papel destes na sociedade. Existem ainda equívocos daquilo que são jogos, de como são jogados e de quem os joga.

Há diferentes tipos de jogo - talvez o mais imediato sejam jogos *shooter* como *Counter Strike* (Valve Corporation, 2000) ou *Battlefield* (Electronic Arts, 2002), mas há inúmeras categorias para além desta. Passo a especificar algumas para poder estabelecer uma base de referência para o leitor. Existem MMOs (*Massive Multiplayer Online*) como *World of Warcraft* (Blizzard, 2004) ou *The Elder Scrolls Online* (Bethesda Softworks, 2014), RPGs (*Role Playing Games*) como *Tomb Raider* (Square Enix, 1996) ou *Hitman* (IO Interactive, 2000), jogos de plataforma como *Super Mario* (Nintendo, 1985) ou, mais contemporâneos como *Ori and the Blind Forest* (Moon Studios, 2015). Existem ainda jogos de exploração como *Journey* (Thatgamecompany, 2012) e *Gone Home* (Fullbright, 2013), jogos de puzzles como *Inside* (Playdead, 2016) e *Unravel* (Electronic Arts, 2016) e jogos casuais como *Candy Crush* (King, 2012) ou *Rayman Adventures* (Ubisoft, 2015), entre outras categorias.



Figura 1: Exemplos de jogos das diferentes categorias

A maioria das vezes, um jogo faz parte de mais do que uma categoria como por exemplo, *The Elder Scrolls Online* que é um híbrido de várias categorias: para além de um MMO, é um RPG e um jogo de exploração. Dentro destas categorias encontramos outras

mais específicas, como jogos de simulação, *visual novels* ou jogos de corridas. Posto isto, realço que não existe um consenso de tipificação (Martinho et al., 2016). Mesmo assim estas divisões continuam a provar-se úteis para descrever e organizar o *medium*.

Fora estas categorias de jogos, existem também categorias de jogador. As motivações de cada um variam: há quem procure completar todos os aspetos do jogo, quem se foque no design, em fazer parte de uma comunidade, quem procure narrativas ou explorar mundos, quem queira competir, destruir ou simplesmente ser desafiado (Martinho et al., 2016). Estas categorias de jogador englobam pessoas de diferentes géneros, idades, etnias, etc; nesta investigação o foco encontra-se na disparidade de género presente na cultura *gaming*, tentando compreender as várias razões para tal.

Numa pesquisa superficial sobre a percentagem de mulheres/homens que jogam, encontramos valores otimistas como 41% mulheres/ 59% homens (ESA, 2017). Os valores, apesar de reais, não são úteis para resolver o problema existente e servem apenas para mascarar a necessidade de uma mudança na indústria. Num estudo realizado por Yee (2017), em que são analisadas várias categorias, conseguimos compreender melhor quais são jogadas por mulheres. No topo do gráfico, com a maior percentagem, deparamo-nos com os jogos causais seja de *Match-3* como *Candy Crush*, ou de simulação como *The Sims* (Electronic Arts, 2000). Com a menor percentagem estão jogos de desporto, corridas e *shooters* (que são dos géneros mais expostos pelos *media*).

2.2. Cultura *Gaming*

Tendo em consideração as motivações de quem joga e os tipos de jogos já expostos, falta compreender como estes se interligam e tecem a comunidade. Olhando para a questão de uma perspetiva de quem joga profissionalmente, chegamos aos *e-sports*, competições de jogos digitais. Aqui descobrimos de imediato problemas de diversidade. De acordo com Stephanie Harvey (*missharvey*), uma jogadora com sucesso na área, a percentagem de mulheres em *e-sports* ronda os 5% (BBC, 2016). Para estas mulheres, é impraticável obter visibilidade num ambiente com um clima competitivo numa cultura já tão fortemente masculina e com ideais ilusórios de meritocracia. Para além de muitas vezes estas serem vistas como menos capazes, estão ainda mais sujeitas a perder consideração dos demais por *perderem*, algo que é parte inerente à competição (Cullen, 2018).

Ainda de forma profissional existe a cultura de *streaming* que, em 2019, através do *Twitch* teve uma faturação de 1.54 mil milhões de dólares (Wells, 2020). Como nota, a percentagem de *streamers* femininas (dentro dos *streamers* mais populares) é de 9%. Vemos assim que em ambas as situações profissionais mencionadas, a mulher tem um

papel secundário. Aquelas que vingam na área acabam por ter de seguir uma destas direções: ou desafiam as convenções de género ou tendem a aceitá-las (Kafai et al., 2008) colocando-se, de qualquer das maneiras, em posições onde são criticadas. Seja porque usam a sua sexualidade para promover a sua carreira, porque tentam personificar um papel masculino, ou porque estão a *destruir o medium* com a sua feminidade.

Olhando por sua vez para o *gaming* enquanto *hobbie* encontramos, em várias redes sociais (*Reddit, Facebook, Discord, Youtube, Twitch, Deviant Art, etc.*), comunidades de jogadores que partilham as suas experiências e dicas, criam arte, conteúdo customizado ou modificações (*mods*) de jogos. Estes últimos são adições aos jogos que podem facilitar a jogabilidade, alterá-la por completo ou adicionar detalhes à experiência. As intenções por parte de quem cria estes *mods* podem ser de puro vandalismo, como no jogo *Super Mario* em que a personagem foi redesenhada para este andar nu, ou outras vezes o *vandalismo* é feito com intenções críticas, como, com base no mesmo jogo, a alteração da personagem jogável para a Princesa Peach que passa a ser quem salva o Mario (Antrophy, 2012).



Figura 2: *Mod* do jogo *Super Mario* com a personagem principal sem roupa

Um exemplo muito forte de comunidades que criam *mods* pertence à saga *The Sims* em que, a partir do ano 2000 até ao presente, jogadores têm vindo a criar conteúdo customizado para as personagens (cabelos, roupas, maquilhagem, mobília, etc.) e opções que enaltecem o jogo de maneiras distintas. Alguns *mods* tornam o jogo mais realista como o *Life Tragedies* ou *Wicked Whims*, o primeiro gera dificuldades inesperadas como acidentes de carro, raptos ou doenças, e o segundo adiciona opções de carácter sexual explícito e pormenores como menstruação ou doenças sexualmente transmissíveis. Por outro lado existem *mods* que potenciam o fator surreal do jogo adicionando super-heróis ou magia.

Percebendo o potencial artístico destas modificações realço dois *mods* criados para o jogo *Grand Theft Auto V*. Em 2015, Brent Watanabe substituiu a personagem normalmente controlada, por um veado com livre arbítrio, que percorre as ruas da cidade fictícia do jogo. Isto muda por completo a experiência expectável. O segundo *mod* apresenta uma intenção ativista para além de artística. Joseph DeLappe cria *Elegy* que replica, no jogo, o número de homicídios que ocorreram nos Estados Unidos no decorrer de um ano. Adota-se um papel de observador, explorando o mapa da cidade e contemplando os corpos espalhados.



Figura 3: *Mods* Artísticos de Watanabe (2015) e DeLappe (2018)

Graças ao detalhe de personalização possível trazido por estes jogos, nos anos 2000 houve uma explosão de fãs a criar e recriar filmes ou videoclipes em ambientes de jogo. Esta prática, com o nome *Machinima*, surgiu nos anos 90 com os jogos de *first person shooter* como *Quake* (GT Interactive, 1996) por ser inteiramente 3D e permitir gravação e partilha de vídeo entre jogadores (Antrophy, 2012). Com a evolução do movimento, passaram-se a utilizar MMOs ou jogos de simulação como *World of Warcraft*, *Second Life* (Linden Lab, 2003) e *The Sims* que permitiam uma manipulação dos ambientes e personagens com grande detalhe (Liu, 2017).



Figura 4: Comparação de um vídeo feito por um fã em 2007 (mazzyrocks, @Youtube) no *The Sims 2*, com o videoclip oficial da Rhianna para a música *Umbrella*

2.3. Representação Feminina na Indústria

Atentando para a primeira parte da questão de investigação - a relação entre o feminismo e o *gaming* - começamos por esclarecer o problema e por descrever a relação entre ambas as partes. Quando os videogames foram primeiramente introduzidos, encontrávamos títulos como *Defender* (Atari, 1981) e *Tetris* (Nintendo, 1984) em que quem jogava era colocado num papel sem género ou etnia. Nesta altura o *marketing* não direcionava os jogos para o público masculino mas sim como um *hobbie* que era para todos. Rapidamente, no final dos anos 80, os jogos começaram a adotar estereótipos de personagens e narrativas que afastaram as mulheres do *medium*. Isto surge com a masculinização da indústria informática que até esta altura, era vista como trabalho precário, feito por mulheres. Avançando para 1989, apenas 3% dos *developers* eram mulheres (Graser, 2013).

Ao analisar estas premissas, Kishonna Gray acredita que o racismo e sexismo presente nos jogos não era intencional (Gray em Harris-Lowe, 2017). As pessoas têm tendência a criar com base nas suas experiências, e sendo que quem estava a desenvolver jogos eram, na sua maioria, homens brancos, as narrativas e personagens acabaram por ser criadas a partir do seu ponto de vista. Estabeleceu-se assim o início do ciclo onde homens criam jogos para homens (Antrophy, 2012).

Existe pouca representação feminina nas STEAM (Gender Action, 2021); um fator comum para isto, em cada um dos domínios incluídos na sigla, é a falta de representação de mulheres em cargos de poder. De acordo com as estatísticas realizadas em 2019 na União Europeia apenas 17,9% dos especialistas nas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) são mulheres (Eurostat, 2019). As causas surgem pelo contraste entre as dinâmicas de trabalho espectáveis e os *deveres* ainda associados ao papel da mulher em sociedade. Para acomodar estas responsabilidades, muitas optam por vertentes *part-time*, sendo que 64% das mulheres entrevistadas pela EIGE reconhece que apenas este formato permite conciliar o emprego com encargos familiares, em comparação com os 23% de homens que apresentam a mesma justificação. Ainda assim os empregos nestas áreas são, na Europa, dos que apresentam uma menor diferença entre salários para ambos os géneros. Não obstante, as mulheres continuam em posições de menor rendimento (Gender Action, 2021).

Um outro coeficiente comum são os períodos de *crunch*: estes são fases fundamentais dos projetos onde as equipas podem chegar a dedicar mais de 100 horas semanais. Esta prática de trabalhar horas extra para não atrasar o lançamento de projetos é prejudicial não apenas para as mulheres, mas para toda a indústria (Maldonado, 2020). A existência de períodos de *crunch* limita indiscutivelmente o envolvimento de uma mulher

que tenha responsabilidades domésticas. Novamente, o ambiente altamente masculino nestas áreas leva a uma não compreensão de certas necessidades das mulheres (como por exemplo, relacionadas com a gravidez) criando uma cultura em que queixas desta natureza não são levadas a sério. Pelas razões mencionadas, as mulheres têm também mais tendência a abandonar estes trabalhos - 8,7% em contraste com apenas 1,2% de homens (Gender Action, 2021). Todos estes fatores surgem como limitações nos percursos aos cargos de poder.

2.3.1. A Necessidade das TIC

Os obstáculos nas áreas das TIC começam pela relação que cada um tem com a tecnologia. Para além da questão de género, existem as questões de classe social e económica. Famílias com mais posses permitem que, desde cedo, os seus filhos tenham acesso a computadores e tecnologia, permitindo uma maior familiarização com as mecânicas e conceitos.

Com o surto pandémico de 2020, e com a necessidade de fechar escolas e transpor as aulas para um espaço digital, foi notória a falta de conhecimento e posse de dispositivos tecnológicos por muitas famílias. Houve diversas ocorrências de casas que apenas tinham um computador que agora estava a ser dividido por todos os membros (quer para tele-trabalho, quer para aulas *online*). Contudo, mesmo quando foram facultados computadores, os obstáculos mantiveram-se. Em alguns casos, a falta de domínio de ferramentas básicas como o e-mail, tornaram a comunicação entre os estudantes, encarregados de educação e docentes custosa ou unidirecional.

Para além de na educação, a digitalização abrupta causada pelo confinamento provou ser um obstáculo. Negócios cujos responsáveis tinham conhecimento dos meios tecnológicos conseguiram lançar alternativas como vendas *online*, enquanto outros tiveram de parar completamente, não tendo qualquer hipótese de gerar receitas. Este foi um exemplo grave do quão distantes muitas pessoas estão dos mundos tecnológicos e também das barreiras que isto causou e que poderá vir a causar em ocasiões futuras. Já num contexto antecedente à pandemia, fatores como a idade ou a não compreensão da língua inglesa eram impedimentos. A situação crítica trazida pela pandemia veio realçar a necessidade de insistir no ensino das TIC e do Inglês como língua estrangeira principal.

2.3.2. A Leaky Pipeline

Na Europa os sistemas de educação estão circunscritos às ideias de género, e as TIC mostram isso; apenas 1,2% das mulheres graduadas seguiram estes cursos, comparando com 6,9% de homens (Gender Action, 2021). Isto porque mesmo ultrapassando as barreiras

causadas pelas disparidades económicas e sociais, desde cedo que os rapazes são levados a ter mais interesse nestas áreas, e mais confiança nas suas capacidades tecnológicas do que as raparigas. Nos primeiros anos de escola, as ideias de “*empregos de homem*” ou “*empregos de mulher*” são impostas aos jovens. Esta ideia perpetua e transparece nos percursos profissionais e académicos de cada um.

Na sessão de 15 de abril de 2021 do Workshop *Gender and Digitalization*, Katriona O’Sullivan fala deste problema usando a metáfora da *Leaky Pipeline*. O’Sullivan mostra que durante o percurso académico há muitos alunos que não chegam a concluir os estudos olhando para as percentagens vemos a disparidade de género.

Tomando o exemplo que O’Sullivan apresentou, a *Leaky Pipeline* de Ontario, Canadá, vemos que no 10º ano os alunos que seguem estudos em ciências e tecnologias são 50% rapazes/raparigas, logo no primeiro ano de universidade vemos as percentagens a 19%/ 81% com a maioria para os homens. Por último, dos 500 estudantes de doutoramento, apenas 20% são mulheres. Katriona realça que, em ambiente universitário, num inquérito feito na Escócia, 73% das mulheres que concluíram o curso se queixaram de “sexismo casual” e falta de representação.

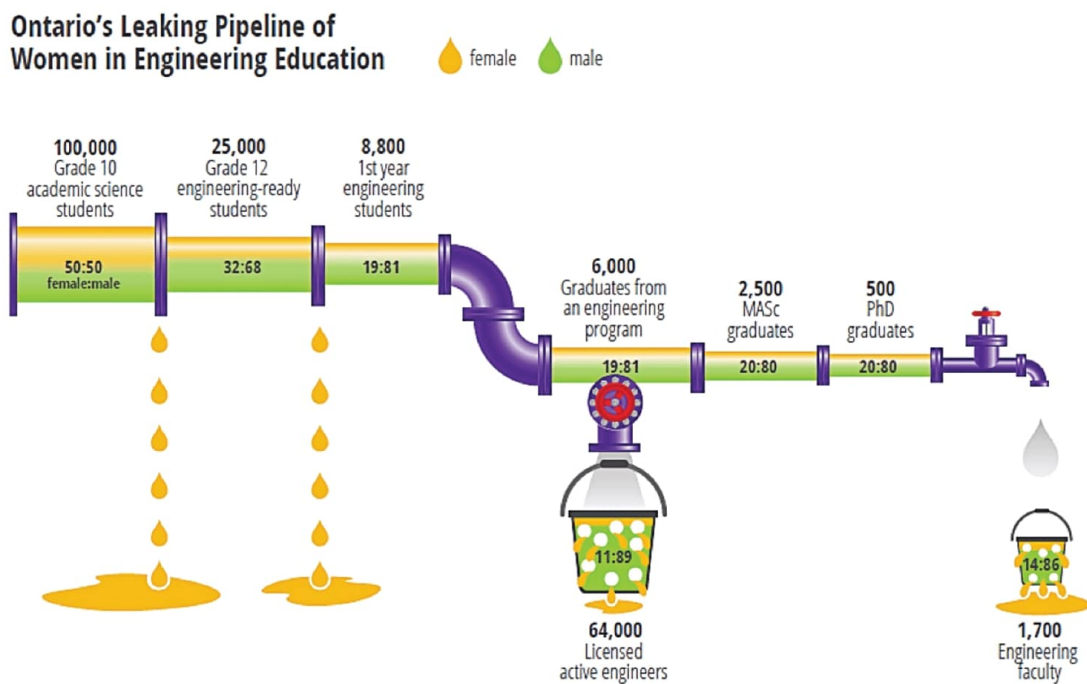


Figura 5: Pipeline apresentada no workshop *Gender and Digitalization*

De seguida, dentro das mulheres que continuaram para o mundo de trabalho, a posição e salário obtidos é semelhante à de um homem, mas é comum terem dificuldade em serem promovidas, levando a que existam menos mulheres em cargos de poder. Como já

mencionado, mas enfatizado por O’Sullivan, a gravidez é algo que prejudica as mulheres no seguimento da carreira, leva a alta discriminação, chegando a ser causa de despedimento ou a cortes no salário. Ao voltar para o trabalho depois de um certo tempo, é ainda sentido um desconforto por se deixar de estar a par dos avanços da área, ou pela falta de flexibilidade de horários reduzidos ou de *part-times*. Uma vez mais, isto leva a que a mulher tenha dificuldades em avançar na carreira e atingir cargos de responsabilidade (O’Sullivan, 2021).

Johanna Weststar (2018) examina a *leaky pipeline* e desenvolve inquirindo se a solução poderá não estar em resolver as *leaks*, mas a *pipeline* em si. Weststar considera, em oposição, uma *blocked Pipeline* que abrange a dificuldade em iniciar uma carreira, a possibilidade de ficar em cargos mais baixos ou a ganhar menos, e ainda a resistência em atingir níveis altos da carreira. Um outro problema da *pipeline* que é enaltecido, remete-nos para a assunção de que todos terão de fazer o mesmo percurso, ignorando as diferenças naturais de cada um.

Tendo em consideração estes casos, tem de ser discutida a questão da interseccionalidade. Isto é a compreensão de como o estatuto social, cultural e económico influencia os percursos de cada um. Katriona mostra um esquema dos “requisitos” para vingar na área das STEAM, dando o exemplo de mulheres que não os tinham, e que desafiaram as barreiras criadas pelas estruturas. Em síntese, estes “requisitos” são noções como a normalização do seguimento de estudos universitários, ter altas aspirações, ter a destreza, posses e conhecimento para navegar as deliberações e burocracias, conhecer e identificar-se com quem tenha tido sucesso na área, e, finalmente, ter capacidades digitais ou ter estudado tópicos essenciais no ensino obrigatório.

Podemos concluir que as estruturas que levam alguém a vingar nas STEAM não são inclusivas em género, cultura ou estatuto social e económico. Na Europa existem várias iniciativas que tentam contrariar estes problemas nos vários níveis da *pipeline* - começando por insistir no ensino das tecnologias a crianças, a desmistificar e facilitar os processos de inscrição nos cursos superiores, assim como a torná-los gratuitos; nos níveis mais avançados também estão a ser abertos lugares para a diversificação. Por último, alguns países já têm práticas que permitem que a gravidez não seja uma desvantagem, mas sim algo que é incentivado seja com bónus salariais ou licenças remuneradas.

2.3.3. Estudo de Videojogos

No contexto da indústria dos videojogos, os problemas referidos até agora adensam-se. Um dos requisitos mais comuns para entrar numa carreira da área é a comum *paixão por videojogos* e uma vasta experiência em diferentes géneros e plataformas (Weststar e

Marie-Josée, 2018). Depois disso o expectável através da *pipeline* é um percurso através do ensino superior seja em arte, design ou engenharia informática.

Somente nos últimos anos têm aparecido cursos direcionados a *game development*, *game design*, ou *game art*. Em Portugal muitos destes cursos continuam a ter como base a engenharia, que por sua vez, como já vimos, é dominada por homens. Lima e Gouveia (2020) referem ainda que, em Portugal, os cursos de ensino superior focados em jogos digitais (que aparecem apenas em 2009) apresentam altos contrastes de género. No ano letivo 2017/18 verificou-se, em média 85,7% de homens e 14,3% de mulheres, apresentando pouco aumento desde a sua origem.

Com a recente facilidade de acesso às ferramentas essenciais à criação de videojogos, cada vez mais pessoas têm transformado *game development* num hobby. Desta maneira, seguindo um percurso alternativo, sem a necessidade de tirar um curso próprio, alguns conseguem entrar na indústria ou explorar o espaço de um mercado que permite mais liberdade de criação (*indie games*).

Continuando a reflexão sobre o requisito inicial, a *paixão por videojogos*, encontramos uma forte barreira; não é que as mulheres não gostem de videojogos, mas durante a fase da vida em que poderiam ganhar um maior domínio pelo *medium*, muitas vezes não lhes são dadas as ferramentas, ou o tempo para as explorar. A destreza de pegar num comando de consola ou teclado de computador e dominar o posicionamento dos botões, é uma capacidade que se ganha com inúmeras horas dedicadas aos jogos (Juul, 2009).

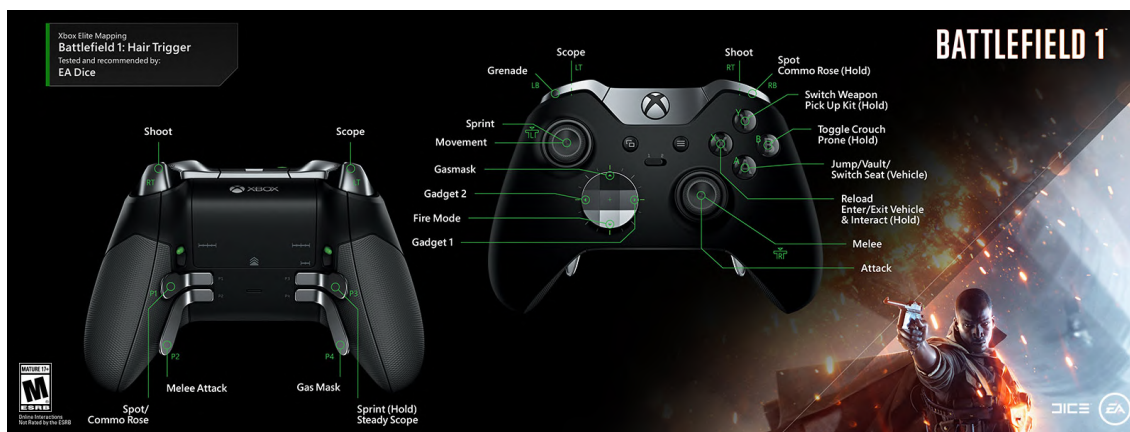


Figura 6: Mapeamento do comando para o jogo *Battlefield 1* (Electronic Arts, 2016)

Assim sendo, quando se fala nas categorias de jogos direcionados a raparigas, fala-se erradamente de género ao invés de *skill*. Esse tipo de jogos tende a apresentar menor risco de perder, espaço para explorar, e não requer que se jogue durante numerosas horas seguidas para dominar as mecânicas. Como vimos no início do capítulo, as mulheres jogam principalmente *casual games*, cuja descrição encaixa com a premissa dada.

Ademais, estes jogos como o *The Sims*, ou *Candy Crush* não são considerados “jogos a sério”. Shira Chess reforça esta ideia dizendo que múltiplas vezes em entrevistas lhe colocam a questão se ela *joga* videojogos - ao exemplificar com jogos para demografias femininas é regularmente refutada com respostas condescendentes. No artigo “*Confronting Toxic Gamer Culture: A Challenge for Feminist Game Studies Scholars*” (Consalvo, 2012), a autora considera como investigadoras e jornalistas têm sido vítimas de assédio por promover questões feministas aliadas ao *gaming* ou apenas por estarem presentes em exposições ou conferências da área. Vemos assim que até quem se dedica por inteiro à investigação de videojogos tem a sua opinião a ser contestada e diminuída por não seguir tendências masculinas (Chess, 2020) ou apenas por ser mulher.

A comunidade *gaming* requer que um jogo tenha certas mecânicas, estrutura ou até valor de compra para ser considerado um *jogo*. Este enfatamento fecha as portas à entrada de mulheres que não tiveram experiências semelhantes às suas, desacreditando-as por não jogarem os mesmos jogos. Posto isto, as mulheres, não se vendo como jogadoras, dificilmente se verão como alguém que faz jogos.

2.3.4. Colaboração Enquanto Método

Encontramos uma afronta a algumas destas conjecturas num exemplo próximo, a MOJO (Montra de Jogos). Desde 2017 tem-se realizado, a partir de uma parceria entre a Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (FBAUL) e o Instituto Superior Técnico (IST), um projeto em que os estudantes da cadeira de *Game Design* (Mestrado Arte Multimédia, ou enquanto opcional da FBAUL) e de *Sistemas Interativos* (Licenciatura em Arte Multimédia) se juntam a estudantes da cadeira de *Metodologias e Desenvolvimento de Jogos* para, em grupos pequenos, desenvolverem um jogo.

Foi feita uma recolha de dados através dos *websites*^a da/os aluna/os da Faculdade de Belas-Artes onde estes apresentam os seus projetos e relatam, ao longo de várias semanas, os progressos e a sua experiência.

Deste modo podem-se perceber as percentagens de estudantes por género^b e faculdade ao longo de cada um dos 5 anos em que há registo. Por norma os grupos são formados por 4 pessoas, um artista por parte da Faculdade de Belas-Artes e 3 programadores pelo Instituto Superior Técnico (há variações com grupos de duas pessoas até grupos de

^aO website de 2020 foi desenvolvido por mim, e mantido em conjunto com a minha colega Rita Silva. Encontra-se disponível em <https://fbaulistgaming2020.wixsite.com/fbaulistgaming2020> a partir de onde se pode aceder aos dos outros anos.

^bEm nenhum grupo, nas apresentações dos membros, encontrei referência a quem se identificasse para além das designações binárias; os estudantes foram então considerados pelos pronomes utilizados e, na falta dessa informação, através da minha perceção mediante os cânones sociais.

sete, e quando aplicável, uma maioria de alunos do IST). Os dados foram transformados em percentagens para se analisarem melhor ^c.

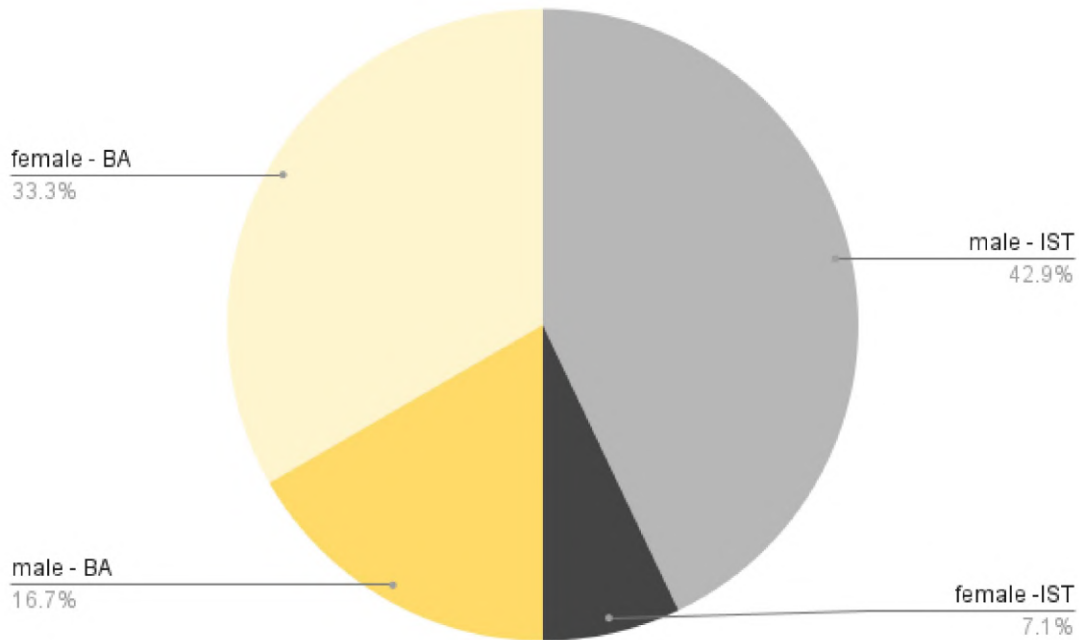


Figura 7: Gráfico com as percentagens médias de alunos por género e faculdade na MOJO

A percepção imediata, e já expectada, é de uma maioria de rapazes vindos do IST e de raparigas da FBAUL. O primeiro ano foi o que apresentou valores mais divergentes pois esse foi o ano em que mais estudantes homens integraram o projeto por parte da Faculdade de Belas-Artes, este número diminuiu ao longo dos quatro anos seguintes. Também foi o ano em que uma maior percentagem de mulheres participaram na iniciativa por parte do IST. Durante os cinco anos, com participantes de ambas as faculdades, encontramos apenas um grupo de 4 mulheres (2019) e um grupo de 2 mulheres (2017). Em 2021 encontramos a menor percentagem de raparigas vindas do IST até à data.

Todos os anos houve artistas a relatar uma má experiência; seja por existirem dificuldades de comunicação, por haver uma recusa dos colegas do IST em adotar as suas ideias ou por não utilizarem conteúdo seu no produto final. Esta falta de confiança pelos estudantes das Belas-Artes surge, decerto, pelas pretensões mencionadas anteriormente, de estes não estarem tão por dentro da cultura *gaming* ou por desconhecerem as referências que os *developers* idealizam. Não obstante, esta colaboração tem sido positiva, permitindo que se criem contactos, que se abram portas e que se conheçam novas metodologias de trabalho.

^cAs informações estatísticas encontram-se em anexo.

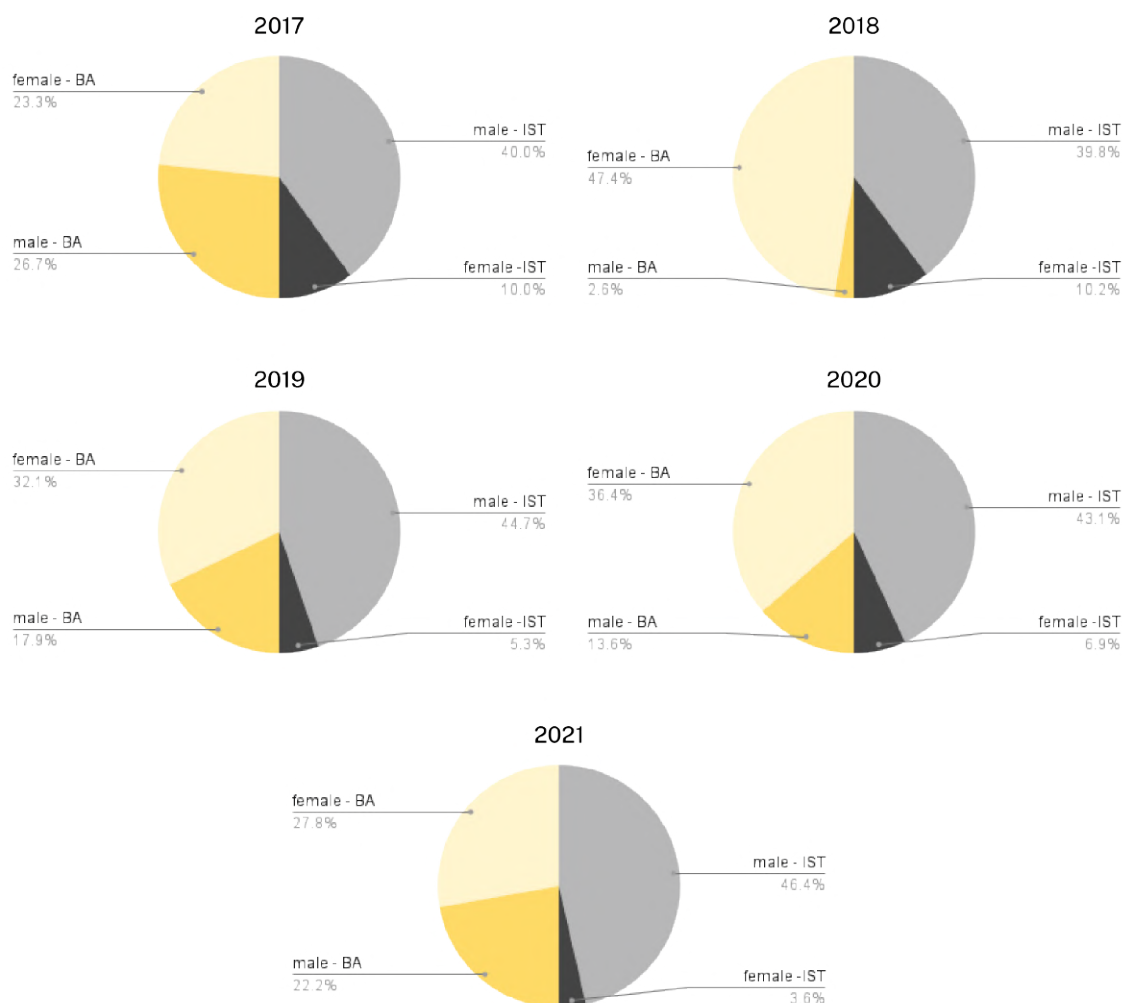


Figura 8: Gráficos por ano com as percentagens de alunos por género e faculdade nas diferentes edições da Montra de Jogos do IST

De seguida, e num contexto semelhante, os alunos do IST e da FBAUL juntam-se mais uma vez para fazer jogos. Aqui surge o GameDev Técnico. Criado durante 2020, e passado menos de um ano, tem agora cerca de 60 membros. Destes 60, aproximadamente 25% são mulheres e cerca de metade dessas são artistas. No entanto, os coordenadores fazem um esforço para criar um ambiente de partilha e crescimento, com espaço para se experimentar diferentes papéis no desenvolvimento de variados tipos de jogos. Este grupo de alunos promove a participação em *game jams*, ou em projetos maiores, como o videojogo *Do outro lado da Toca* (GameDev Técnico, 2021) que nasce de uma parceria com o CCB e a Fábrica das Artes, na qual tenho trabalhado enquanto designer, *concept artist*, ilustradora e animadora, fazendo uma ponte entre as artistas plásticas contratadas pelo CCB e os *game developers*.

2.4. Representação Feminina nos Jogos

Sexy, Strong and Secondary. Esta expressão resume, com bastante precisão, o papel das personagens femininas em jogos digitais. Tal como o resto da indústria, têm havido mudanças. Contudo, perceber como estas mudanças estão a acontecer é essencial para distinguir o que é fruto de pressão social, ou de mudanças reais na demografia da indústria (Lynch et al., 2016).

O exemplo mais utilizado para representar esta evolução é Lara Croft da saga *Tomb Raider* (Square Enix, 1996). Nos anos 90, quando surgiu, a personagem apresentava proporções exageradas, roupa reveladora, e era representada como uma *femme fatale*, ou de outro ponto de vista, como uma idealização feminina feita por homens (Gray et al., 2018). Sobre esta imagem, em 2001 foi lançado o primeiro filme da saga com Angelina Jolie enquanto Lara Croft, continuando com a imagem de mulher forte e sensual. Em 2013 é lançado o 10º título da saga que apresenta, pela primeira vez, uma Lara com diferentes características físicas. Para consolidar esta mudança, em 2018 é lançado um novo filme com base neste jogo com Alicia Vikander a dar uma nova cara à heroína.



Figura 9: Representação da Personagem *Lara Croft* ao longo dos anos

Um outro exemplo alvo de críticas durante vários anos foi *World of Warcraft* (Blizzard, 2004) pelo contraste entre as armaduras das personagens masculinas e femininas no jogo, sendo que as últimas eram altamente decotadas e não serviriam de todo o efeito de *armadura*. Como contraparte, mostrando uma referência positiva, temos o MMO *Lord of the Rings Online* (Standing Stone Games, 2007) onde as personagens femininas apresentam roupas realistas e em coerência com as personagens masculinas.



Figura 10: Comparação das armaduras das personagens nos MMOs *World of Warcraft* e *Lord of the Rings Online*

A utilização de arquétipos na criação de narrativas e personagens é comum e, em certa parte, útil. Desta maneira, quase de imediato, quem joga percebe os objectivos e papel das personagens em questão. O problema surge quando os arquétipos são baseados em estereótipos com tons sexistas. Os modelos mais comuns são, por um lado, a personagem feminina representada como algo frágil que precisa de proteção ou salvação, ou o oposto com uma mulher poderosa que tenta controlar ou dominar o homem através de sugestões sexuais (Lynch et al., 2016).

Para além desta má representação das personagens femininas, encontramos o problema da falta de representação. Luciana Lima e Patrícia Gouveia (2020) fazem um estudo sobre os jogos lançados em Portugal entre o ano 2014 e 2018 onde analisam as personagens principais concluindo que existe, não apenas uma discrepância de géneros, mas também uma étnica e cultural. Nos 17 jogos analisados, Lima e Gouveia descrevem que o padrão em Portugal para as personagens femininas era de pele clara, cabelo comprido, peitos proeminentes e cinturas estreitas, enaltecidas por roupa justa e curta. Apenas 5 dos 17 jogos analisados apresentam mulheres nos papéis principais; destas as autoras realçam três por fugirem ao padrão e por representarem mulheres/raparigas inteligentes, fortes e corajosas, sem apresentarem roupas reveladoras ou proporções irreais.

Considerando por sua vez a mulher enquanto personagem secundária, encontramos as mesmas características denotadas até agora, mas num formato reduzido. Enquanto numa personagem principal (apesar da sexualização) é notória a sua inteligência e capacidades (no exemplo dado anteriormente da Lara Croft isso é evidente, ela é tida como culta, corajosa e aventureira), em personagens secundárias não se atinge esse nível de detalhe, ficando salientada apenas a presença física.

Em suma, mesmo quando a mulher é colocada numa posição de destaque, são-lhe impostas características tidas como masculinas, como liderança e independência, dentro de um corpo sexualizado. Isto não só desencoraja as jogadoras femininas que não se sentem representadas, mas acaba também por perpetuar padrões irrealistas e perigosos, levando mulheres a acreditarem que têm de encaixar nos perfis de atitude e aparência valorizados pelos *media*.

Em adição à criação de personagens femininas realistas e com as quais as jogadoras se possam identificar, há mais fatores a que as empresas de desenvolvimento de jogos deviam atentar. Consalvo (2012) aponta a utilização de estratégias de marketing sexistas, como contratar mulheres para promoverem os seus produtos em exposições utilizando roupas reveladoras e comportando-se de forma submissa. Isto perpetua a objetificação da mulher e contribui para o desconforto de outras mulheres que participem nesses mesmos eventos. Consalvo questiona ainda, pegando numa apresentação de Tracy Kennedy (2009), se não será dever das empresas censurar e limitar o uso de material de jogo, que é sua propriedade, em conteúdo de carácter racista, sexista ou pornográfico.

Apesar de o foco desta investigação ser na questão de género, a falta de representação de personagens de cor é demasiado notória para se ignorar. Na sua dissertação acerca de diversidade em jogos, Levi Tressel (2019) conclui que apenas aproximadamente 25% das personagens, de um total de 628 (pertencentes aos jogos mais jogados de 2018), eram femininas e, no total, (excluindo personagens alienígenas) 59% eram brancas. Mesmo tomando em atenção os jogos que permitem a personalização das personagens, Tressel considera que em 4 dos 6 jogos desta categoria, eram apresentados mais modelos caucasianos do que de qualquer outra etnia.

A questão de género já tem vindo a ser discutida há vários anos e tem visto melhorias, a racial, por sua vez, está ainda a começar. O abuso com insultos raciais *online* e uso de estereótipos nocivos nos *media* sujeitam grupos de pessoas a ódio e discriminação, que se mantém notório (Gray et al., 2018). Não obstante, realço um exemplo positivo com o jogo *Dandara* (Long Hat House, 2018) do estúdio brasileiro Long Hat House. Sem recorrer a estereótipos, apresentam uma personagem feminina de cor baseada na guerreira afro-brasileira do mesmo nome, que ajudou à libertação de escravos no Brasil. Para além de imortalizar com o *medium* a figura de Dandara, cria-se uma imagem onde muitas raparigas se irão inspirar e refletir.



Figura 11: Screenshot do jogo *Dandara* (Long Hat House, 2018)

De certo que a criação de personagens e narrativas não é a solução para a integração de pessoas e culturas nos videojogos, contudo estes problemas influenciam incontestavelmente a experiência de quem joga e a sua participação ativa na comunidade.

2.4.1. Impacto dos *Casual Games*

Um facto significativo acerca dos *Casual Games*, é que quem joga não se considera realmente jogador. Como já mencionado, *casual games* são pequenos jogos como *Plantas vs Zombies* (PopCap Games, 2009), *Fruit Ninja* (Halfbrick Studios, 2010), *Alto's Odyssey* (Snowman, 2018) ou até como as séries *SingStar* (London Studio, 2004) ou *Buzz!* (Sony Computer Entertainment, 2005). Estes jogos distinguem-se dos que podemos considerar *hardcore*, por não exigirem que se invistam dezenas de horas para completar um objetivo (Juul, 2009). São jogos rápidos com uma curva de aprendizagem pequena e que, em parte, não requerem equipamentos específicos - consolas ou computadores topo de gama. Este é o ponto que leva a que tanta gente, que antes não jogava, ou que tenha deixado de o fazer por falta de tempo, o torne a fazer. A comodidade de ter dezenas de jogos no telemóvel, ou acessíveis *online* gratuitamente, e que estejam prontos para ser jogados a qualquer hora, fazem com que jogar seja fácil!

Como Jesper Juul refere no seu livro *The Casual Revolution* (2009), o aparecimento dos jogos casuais serviu “não para tornar os jogos em algo *cool*, mas sim em algo normal”. A simplicidade dos jogos casuais é uma reminiscência dos primeiros videojogos, agora reinventados para caber em novos formatos e voltarem a apelar a um público vasto. O autor reforça a ideia de que uma das maiores diferenças entre jogos casuais e os jogos *hardcore* é como os primeiros se adaptam à vida das pessoas ao invés do contrário. Um jogo *hardcore* não permite o prazer imediato que um jogo casual permite, este requer

que se invista tempo e se tenha um conhecimento prévio das convenções utilizadas para se conseguir atingir alguma satisfação. Por sua vez Consalvo (2009) defende que um jogo como *Angry Birds* (Rovio Entertainment, 2009) pode levar a um investimento de tempo tão longo como um MMORPG como *World of Warcraft* (Blizzard, 2004). A autora continua dizendo que a diferenciação criada entre os jogos casuais e os jogos *hardcore* tem servido como uma barreira entre gêneros; conclui que os jogos por si não são casuais, mas sim quem os joga.

Para além dos jogos casuais de *mobile* ou computador, um outro formato que fez parte da revolução que Jull considera são os jogos miméticos, e que necessitam obrigatoriamente de uma consola própria. Um exemplo dado pelo autor são os jogos da Wii em que se simulavam movimentos do mundo real, ou jogos como *Guitar Hero* (RedOctane, 2005) cujo comando era uma guitarra com botões a simular cordas. Sendo que o livro de Jesper Jull foi publicado em 2009, estas referências tornam-se menos relevantes uma vez que este tipo de jogo acabou por perder expressão e deixou de ser produzido.



Figura 12: Guitarra incluída no jogo *Guitar Hero* (RedOctane, 2005)

Ainda assim, a ideia que Jull prorroga de jogos para partilhar com um grupo de amigos ou família continua a ser algo que a indústria tem sustentado. As consolas *Nintendo Switch* de 2017 e a versão *lite* de 2019 são publicitadas como algo para ser jogado em família, salientado a sua versatilidade de *multiplayer* local (apenas na *Switch* de 2017) ou *online*. Ambas as consolas são de tamanho reduzido e têm como atributo distinto a facilidade de transporte. A versão *lite* é ligeiramente maior que um smartphone, criando uma plataforma com capacidade de correr mais jogos e com mais complexidade visual. Muitos dos jogos disponibilizados para estas consolas são novas versões de títulos altamente famosos como *Super Mario* (Nintendo, 1985) e *Mario Kart* (Nintendo, 1992), *Pokémon* (Nintendo, 1996), *The Legend of Zelda* (Nintendo, 1986) e *Animal Crossing* (Nintendo, 2001). Estes títulos, que tiveram origem nos anos 80, 90 ou 2000, são agora trazidos de volta apelando à nostalgia do público que cresceu com eles, e os revisita ou passa aos

filhos, mantendo a ideia de que jogar contra/com alguém que nos é próximo traz mais significado ao jogo e à experiência que este proporciona.



Figura 13: Comparação do jogo *Animal Crossing* na versão original (2001) e na mais recente (2020)

Vimos anteriormente que o público deste género de jogos é composto por, maioritariamente, mulheres ou pessoas que até então não tinham tendência a jogar, mas mesmo *gamers hardcore* começam a adotar aos poucos alguns destes jogos pela fácil acessibilidade. Este público passa a fazer parte do mercado dos jogos obrigando a indústria a aumentar o seu foco de maneira a incluí-los. De um ponto de vista capitalista, os jogos são nada mais que um produto económico, por isso, encontrando um novo público, cria-se uma motivação para criar conteúdo que lhe é direcionado (Chess, 2020).

2.4.2. Novas Narrativas

Alguns jogos que fui mencionando enquadram-se nesta categoria de novas narrativas - no meu entender, estas são as que fogem a ideias tradicionais que se têm vindo a repetir ao longo dos anos.

Will Wright foi um dos pioneiros desta mudança quando criou uma alternativa à ideia clássica de jogo. O seu modelo de jogo permite aos jogadores fazer mais do que jogar (Gee e Hayes, 2010). Em 2000 lança o jogo *The Sims* onde quem joga fica responsável por criar personagens, a casa onde vivem e escolher os seus *hobbies*, profissões, etc., sendo encarregue pelas suas ações e relações. No jogo *Spore* (Electronic Arts, 2008), com um tema mais aproximado à ficção científica, mantém-se a ideia de deixar que se tomem decisões que moldam o jogo ao longo do tempo. Este tipo de jogo possibilita que se criem experiências únicas a cada vez que se joga, e diferentes das de restantes jogadores. *The Sims* foi um sucesso que continua no mercado lançando novas versões e expansões até hoje. No *The Sims 4* as opções de personalização físicas, e também a nível de traços psicológicos e *lifestyle*, são bastante detalhadas e variadas.



Figura 14: Screenshot do jogo *Spore* (Electronic Arts, 2008) no modo de criação de criaturas

Como já mencionado, os *mods* criados pelos fãs elevaram o jogo a novas proporções - os objetivos ultrapassaram o cuidar de uma família e foram desenvolvidos desafios com diferentes regras e limitações. Os criadores de *machinima* ganharam novas ferramentas e, surgiu, enfim, a possibilidade de um grupo notável de pessoas se ver representado num ambiente de jogo. Não obstante, existem pontos que ainda precisam de ser explorados como questões de acessibilidade e representação de pessoas com incapacidades. Por enquanto, alguns criadores de *mods* partilham opções de cadeira de rodas, próteses ou aparelhos auditivos, mas não sendo conteúdo oficial da *EA Games* o funcionamento pode ser irrealista, e o alcance limitado (KatVerse, 2020).



Figura 15: Exemplos de *mods* para personagens com deficiências no *The Sims 4*

Para além da estrutura aberta trazida pelo *The Sims*, há jogos que adotam estratégias distintas que vale a pena mencionar. Uma dessas estratégias remete-nos para o uso de mecânicas comuns associadas a objetivos e personagens menos usuais. Mesmo com a possibilidade de continuar a existir aventura e combate, são feitas combinações com humor peculiar (*Night in The Woods* (Finji, 2017)), temas significativos como a vida, a morte e o luto (*Passage* (Rohrer, 2007), *Spiritfarer* (Thunder Lotus Games, 2020) e *Gris* (Nomada Studios, 2018)).

Tal como em *Passage*, os jogos de Jason Rohrer desafiam não só as narrativas tradicionais como também o seu formato e experiência expectável. Com uma abordagem artística, Rohrer pega no tema da vida e no contraste daquilo a que ele chamou de “terror existencial” com a apreciação pela beleza profunda da vida e reduz isso a uma experiência de espaço e tempo limitado. Em *Passage*, um jogo que dura apenas 5 minutos, pesa-se o valor e dificuldade do casamento, a tendência à fixação no futuro ou passado e a inevitabilidade da morte.



Figura 16: *Screenshot* do jogo *Passage* (Rohrer, 2007)

Com a duração exata de 1 hora, no jogo *multiplayer, One hour One Life* (Rohrer, 2018), experienciase o passar do tempo através de uma personagem que envelhece, cria e procria; ao fim da hora de jogo fica a contemplação de tudo o que se deixa como legado e que o próximo poderá usar como ponto de partida à sua história. É a epítome da civilização com uma ideia particular de altruísmo. Nos restantes jogos que criou até agora, Rohrer oferece as suas experiências ou formas de pensar e deixa que sejam interpretadas à maneira de cada um.



Figura 17: *Screenshot* do jogo *Passage* (Rohrer, 2018)

Continuando, algo distinto, e que várias companhias de videojogos tentam fazer para dar a quem joga a sensação de que a sua presença é necessária e valorizada, é a criação de escolhas. Em grande parte dos jogos as escolhas possíveis são altamente limitadas pela complexidade que isso implica. O jogo *Stanley Parable* é um exemplo clássico da abordagem à noção de escolhas que, com uma visão contrastante, quem joga é levado a acreditar,

pelo narrador, que só tem uma escolha. Divergindo das indicações que são dadas, o jogo vai-se alterando, julgando o jogador por não obedecer ao narrador, criando assim uma ligação direta entre ambos. Dependendo do percurso tomado, pode-se chegar a diferentes finais. A cada iteração, descobre-se mais acerca do ambiente que se explora, do papel do narrador e de quem joga. *Stanley Parable* desafia noções prévias (de seguir e confiar no narrador) usadas continuamente em videogames e cria uma experiência incomum.

Remetendo agora para os jogos AAA^d podemos nos focar numa produtora que adota uma narrativa comum e a transforma - a Naughty Dog. No jogo *The Last of Us*, seguimos uma adolescente, Ellie, num mundo pós apocalíptico com zombies. Usam-se armas de fogo e estratégia para sobreviver, tal como em muitos outros jogos, mas a personagem Ellie (que é uma rapariga!), apesar de ser uma personagem secundária, está construída de maneira realista, com medos e defeitos, ao invés de ser uma caricatura de uma adolescente (Gray et al., 2018). Para além disto, durante o jogo, vamos observando o interesse romântico de Ellie pela amiga Riley que culmina num beijo entre as duas adolescentes no final. Esta interação foi um passo na direção certa na representação da comunidade LGBTQ+ em videogames desta magnitude.

Ainda dentro deste tópico, e da mesma produtora, realço *Tell Me Why* que segue um par de gémeos que se reúnem passados vários anos, e voltam à casa onde cresceram para desvendar questões da sua infância. Um dos personagens é *transgender*, mas este detalhe não é o foco do jogo, é abordado naturalmente (com personagens que o suportam, outras que não compreendem ou que não concordam). Não obstante, é uma forma de transparecer diversidade e aumentar a visibilidade e consideração pela comunidade.



Figura 18: Screenshot do jogo *Tell Me Why* (Naughty Dog, 2020)

^dOs jogos *triple-A* (ou AAA) são videogames que se distinguem pelos seus enormes orçamentos e pela quantidade de pessoas envolvidas na sua criação, produção e desenvolvimento.

Adrienne Shaw discute esta noção de comunidade, que é um termo que tenho usado e ao qual se deve dar alguma atenção. Uma comunidade é indubitavelmente um espaço onde os membros se sentem confortáveis para ser *eles próprios*, mas uma comunidade é também um espaço limitativo. Tentar definir uma comunidade é, de certa maneira, tão complexo como criar um espaço que seja *para todos* visto que vem de algo que tem restrições como princípio. Uma vez mais, pensar numa comunidade como um *espaço seguro*, pode implicar que os restantes espaços não o são; o bem estar que uma comunidade oferece a alguns é, para outros, um espaço de conflito. Estes argumentos vêm contradizer a ideia de uma utopia com uma única comunidade unida. Shaw considera que a intenção deveria ser ambicionar por diversas comunidades a coexistirem, uma vez que nenhuma comunidade única poderá ser completamente inclusiva (2017). Harvey e Fisher (2016) afirmam que grupos de pessoas que são por norma excluídos destes espaços de lazer, ou produção de jogos, encontram juntos espaço para desenvolver capacidades, sem se sentirem alienados.

Em termos de conclusão, seja pela mecânica do jogo, pelos temas, abordagens ou personagens, existem já vários jogos e estúdios a fugir de modelos tradicionais e a abrir portas a novos jogadores e *developers*.

Como pudemos ver neste capítulo, existe um ciclo vicioso de afastamento de jogadoras e *game designers* do espaço *mainstream*. Por não se sentirem incluídas no *medium*, seja por serem discriminadas ou desvalorizadas, as mulheres concentram-se nos extremos da indústria, quer nos jogos casuais, quer nos jogos *indie*.

3. **ATIVISMO FEMINISTA**

3.1. Feminismo nas Redes Sociais

No capítulo anterior pudemos rever as noções de jogo e ainda entender como a cultura *gaming* reflete a indústria, e vice versa. Neste capítulo é tido em conta o feminismo contemporâneo, e o seu papel em prol dos jogos. As redes sociais são relevantes a esta discussão porque, para além de fazerem parte do mesmo ambiente digital dos videojogos, são um meio colossal de exposição de ideias que doutrina e polariza os utilizadores e utilizadoras.

Depois do clima hostil dos anos 80 e 90, o feminismo transformou-se, criando um distanciamento ao estereótipo de *mulher enraivecida* e que *odeia homens*. Hoje em dia, para além de estudiosos e ativistas, encontramos, a um nível mais acessível, celebridades e outros novos círculos a forçar a discussão. Através das redes sociais, o feminismo está a tornar-se *cool* (Jackson, 2018). É certo que, quanto mais difundida a mensagem, mais frágil fica o conteúdo, caindo por vezes em informação errada ou na conservação de estereótipos. Contudo, cada vez mais os jovens partilham as suas experiências de sexismo, racismo e desigualdade com a intenção de criar uma conversa aberta entre todos.

A popularidade recente do feminismo fez crescer o número de pessoas associadas portanto é expectável que de mais feministas surjam mais movimentos que se focam em pontos distintos (Ahmed, 2007). Por sua vez, Rivers (2017) critica o feminismo das celebridades dizendo que este “promove uma versão estreita e individualista das políticas feministas”, deslocando-se em direção à ideia de *choice feminism* e *empowerment* onde tudo o que uma mulher escolhe fazer deve ser visto como feminista, porque foi uma escolha sua. A autora continua dizendo que a comercialização do movimento tem levado também ao uso do feminismo enquanto *branding* e motivação capitalista onde marcas e celebridades usam o termo para promover os seus produtos ou *personas*. Assim, o foco superficial tem sido em provar o *potencial* de indivíduos, ao invés de analisar o que limita este potencial aos demais, mais uma vez provando-se um feminismo sem atenção à interseccionalidade.

De um ponto de vista otimista, as redes sociais têm-se provado benéficas na criação de espaços onde as pessoas se têm de responsabilizar pelos seus erros e onde há espaço para aprendizagem. No entanto, nestas mesmas redes sociais onde por vezes se reconhece progresso, encontramos uma cultura de ódio desmedido a respeito de qualquer tópico. Em contraste com os últimos anos, atualmente inúmeras criadoras de conteúdo têm mostrado um esforço em comunicar a aceitação de todas as mulheres independentemente da sua cultura, *hobbies* ou estilos de vida. A expressão “*not like other girls*” era, até recentemente, utilizada pelos *media* como um elogio; as “*other girls*” seriam mulheres femininas, que

“se preocupam com a aparência” ou que têm gostos ditos *mainstream*. No início dos anos 2000 com a normalização das redes sociais, esta ideia foi disseminada entre as raparigas, fazendo com que estas contestassem a sua própria feminidade ou fizessem pouco de outras com interesses diferentes (Ferguson, 2019). A par com isso, a pretensão em só ser amiga de homens, ou de se criticar outras mulheres, que por vezes aparenta ser parte do caráter feminino, é meramente consequência da fixação dos *media* em preservar estes preconceitos (Gay, 2014). Esta rivalidade trazida pela tendência “*I’m not like other girls*” está a ver um fim e uma transformação para o oposto. Estes exemplos transparecendo para espaços de trabalho e lazer poderão criar um ambiente onde é possível o progresso.



Figura 19: *Meme* contemporâneo que expõe e contraria a misoginia onde se apoia a ideia de *I’m not like other girls* (Eló Marseille, 2019)

3.2. Feminismo nos Jogos Digitais

Nas secções anteriores foram descritos problemas como a separação das mulheres das comunidades *gaming* que, ciclicamente, se relaciona com a ausência de mulheres na indústria. Foram sugeridas ainda algumas causas, progressos e soluções. Neste capítulo vemos como a relação das mulheres com os jogos tem sido moldada pelos “jogos de meninas” e, de outro ponto de vista, abordar as narrativas femininas, realçando algumas mulheres na indústria que são um exemplo do que poderá ser a norma em alguns anos.

3.2.1. Mulheres na Indústria

Desde há vários anos que investigadoras e *game designers* têm feito a diferença através de livros, artigos e, indubitavelmente, jogos^a. Nas últimas duas décadas houve um aumento de *developers* independentes, investigadoras e grandes empresas lideradas e compostas por mulheres, membros da comunidade LGBTQ+ e de culturas diferentes do que, até há poucos anos, era habitual. Não obstante, muitos destes avanços têm sido recebidos com hostilidade uma vez que a cultura *gaming* continua a ser, por norma, anti-feminista e misógina (Consalvo, 2012).

Uma das autoras e *game designers* de referência é Anna Anthropy. O seu livro *Rise of the Videogame Zinesters: How Freaks, Normals, Amateurs, Artists, Dreamers, Drop-outs, Queers, Housewives, and People Like You Are Taking Back an Art Form* (2012) é relevante para esta investigação na medida em que discute a necessidade de diversidade na arte dos jogos, oferecendo uma espécie de guia ao leitor de como fazer um jogo, passando pela história e importância do *medium*. Anthropy começa a sua argumentação levantando algumas questões que temos visto até agora, como a narrativa tendenciosa nos jogos de “homens a disparar sobre outros homens”, colocando, na sua maioria, a mulher em papéis sexuais ou de serviço. A autora acrescenta que estes não são *maus jogos*, mas que julgando apenas por estes exemplos a experiência humana, ficar-se-ia com uma ideia muito errada da realidade. É ainda autora de, entre outros, o jogo *Dys4ia* (Anthropy, 2012) que se trata de uma obra autobiográfica sobre as dificuldades da sua transição enquanto mulher *transgender*.



Figura 20: Screenshot do jogo *Dys4ia* (Anthropy, 2012)

^aMuitos dos jogos que irei mencionar deixaram de poder ser jogados pelo término das atualizações ao *Adobe Flash* em 2020 - existem para vários destes vídeos de *gameplay* disponíveis, mas a experiência não é a mesma. Em certas situações é possível fazer *download* do ficheiro *flash* e abri-lo com as versões pré-existentes do programa. Para os outros onde isto não é possível, continuo a procurar uma solução para não perder várias destas obras - e outras, que não cheguei a descobrir a tempo.

Alguém cujos jogos já foram mencionados e que faz parte da indústria é Kellee Santiago. Santiago foi co-fundadora e presidente de *thatgamecompany*, uma produtora de jogos contemporânea focada em criar jogos como *Sky: Children of the Light* (Thatgamecompany, 2019) e *Journey* (Thatgamecompany, 2012), ambos *casual games* de exploração, cujas personagens e narrativas se distinguem de outros por não terem pretensões sociais ou de gênero. Santiago escreveu ainda vários artigos sobre o papel dos jogos na arte. Trabalhou como manager na Google Play Games e desde 2019 que trabalha na Niantic, uma empresa de desenvolvimento de software responsável por jogos como *Pokémon Go* (Niantic, 2016) e *Harry Potter: Wizards Unite* (Niantic, 2019). Kellee é um exemplo da mudança que está a acontecer na forma de pensar e nos objetivos da indústria.



Figura 21: Screenshot do jogo *Sky: Children of the Light* (Thatgamecompany, 2019)

Na área da investigação, Mary Flanagan é um nome indispensável. É autora de *Critical Play* (2009), um livro que ajuda a pensar nos jogos como mais do que uma fonte de entretenimento. Flanagan considera o jogo enquanto meio ativista^b aprofundando ideias de intervenção e mudança. A autora faz ainda vários paralelismos entre os jogos digitais e jogos de tabuleiro ou peças artísticas *playful* em formatos como a fotografia ou a escultura. Enquanto artista cria não apenas jogos, mas obras que, seguindo esta ideia *playful*, transmitem problemas reais. Um exemplo disso é a obra [mapscotch] – [bombscotch] que faz um paralelismo entre o jogo tradicional *hopscotch* (jogo da macaca) e os bombardeamentos conduzidos pelo exército dos Estados Unidos da América.

^bExplorei a ideia de jogos ativistas no artigo “*Borderline: Games and Activism*” que foi aceite na conferência VideoJogos 2020, 12th International Conference on Videogame Sciences and Arts.



Figura 22: Exibição da obra [mapscotch] – [bombscotch] (Flangan, 2012)

Em seguida, a autora, professora e investigadora que realço é Tracy Fullerton. Fullerton foca-se sobre o papel dos videojogos na educação, com este pensamento criou o jogo *On the Safe Side* (Fullerton, 2017) para ajudar novos estudantes a navegar no campus e na cidade de Los Angeles com segurança. Para além do foco na educação, enquanto investigadora, realça a necessidade de incentivar raparigas a jogar videojogos.

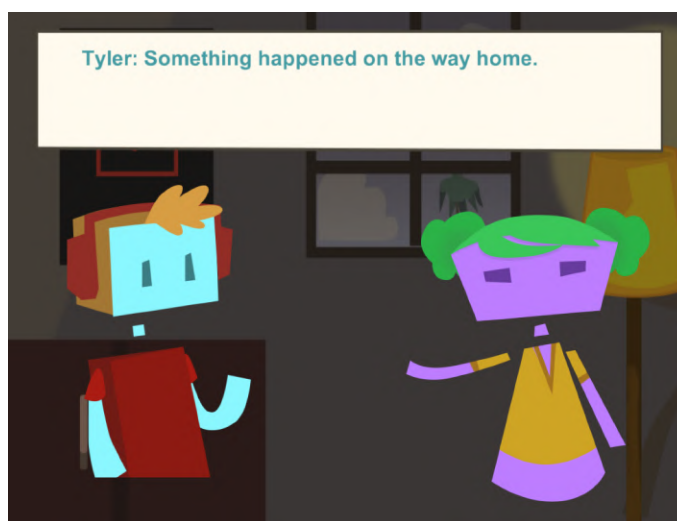


Figura 23: Screenshot do jogo *On the Safe Side* (Fullerton, 2017)

A próxima autora que apresento tem como foco o estudo de *Alternate Reality Games* (ARG), jogos feitos para melhorar vidas e resolver problemas reais. Um dos projetos de Jane McGonigal é *World Without Oil* (2007), um jogo que simula uma crise na indústria de petróleo e leva quem joga a criar cenários alternativos em resposta a isso. A experiência ultrapassa o nível pessoal, uma vez que o objetivo do jogo é criar uma narrativa única, ou seja, cada jogador alimenta as ideias anteriormente dadas. A experiência esteve aberta a

contribuições durante 30 dias e culminou numa narrativa criada por 1500 pessoas sob o formato de vídeos, imagens, textos, etc. McGonigal argumenta que, em contraste com os jogos que jogamos para escapar da vida real, os ARG são jogos que nos colocam em contacto com ela.

Por último Shira Chess, autora de *Play like a Feminist* (2020), explica sobre vários pontos de vista a necessidade do *gaming*, do feminismo, e da combinação de ambos. Shira propõe que esta ligação não seja apenas um meio de “expandir o mercado” mas de melhorar o videojogo enquanto *medium*. No decorrer do livro, a autora discute como certas construções diminuem o valor da feminidade e dos interesses femininos, mantendo a discussão sempre com atenção às questões de interseccionalidade.

Chess aborda a privação de tempo de lazer de muitas mulheres, devida à imposição da ideia de produtividade, oferecendo os videojogos como uma das soluções. Sendo o tempo de lazer extremamente relevante à ideia de jogo, e a ausência deste uma das razões pelas quais as mulheres não jogam, passo a detalhar as conclusões de Chess: o lazer é algo pessoal, e que pode ser entendido pelo que alguém faz com o seu tempo livre e pelo estado de espírito com que o faz. A autora liga indiscutivelmente o “lazer” ao “jogar” e utiliza os fundamentos de Huizinga (1938) para explicar que jogar é uma necessidade para a felicidade que não pode ser negada; tendo isto em consideração, constatar que pessoas de diferentes géneros, classes ou etnias experienciam tempos de lazer tão distintos, é concluir que estes terão menos felicidade. Algo que a autora salienta também remete-nos para a comum associação de “lazer” a “produtividade”. Apesar de não ser só aplicável a mulheres, seguindo os seus exemplos muitas vezes estas tendem a ter *hobbies* que levam à criação de algo concreto como costura ou jardinagem, em comparação, *hobbies* como jogar um videojogo ou ver um filme, onde isso não acontece, é entendido como “perda de tempo”. A par com as responsabilidades domésticas, as expectativas sociais de como uma mulher deverá gastar o seu tempo realçam as inúmeras atividades que lhes são inacessíveis. Chess conclui assim que o primeiro passo à maior disseminação dos videojogos é olhar para o tempo de lazer como algo essencial a todos.

Estes exemplos são de mulheres que, quer pela sua investigação, criações ou papel na indústria, têm criado espaço para avanço, diálogo e diversidade. Muitas das obras criadas abordam temas pertinentes, ou fora das narrativas habituais que apontam para um alvo comum ao desta investigação que se relaciona com a presença de mulheres em comunidades de *gaming*, no ensino de *game design* e em desenvolvimento de jogos.

3.2.2. Jogos Cor-de-rosa

Como vimos até agora, nos anos 90 a indústria dos jogos digitais era dominada por homens, esta autoridade sobre o *medium* excluiu as mulheres tanto dos ambientes de trabalho, como dos de lazer. Em resposta, algumas mulheres criaram o que Gouveia chama de “software cor-de rosa” (Gouveia, 2010) perpetuando a distinção entre gêneros que tentavam contrariar. A partir desta insistência com os jogos cor-de-rosa, sucedeu-se um movimento contrário onde as raparigas recusaram o cor-de-rosa e o que era entendido por feminidade, aproximando-se dos videojogos direcionados ao público masculino como *shooters* ou *fighters*.

Apesar da redução da condição feminina trazida pelos jogos cor-de-rosa, estes poderão ter servido como porta de entrada à compreensão da tecnologia a muitas raparigas. Sobre esta perspetiva podemos especificar alguns jogos como *Diner Dash* (PlayFirst, 2003), um jogo de estratégia que utiliza muitas mecânicas convencionais, mas que conta a história de uma mulher cujo sonho é gerir um restaurante; ultrapassando alguns *innuendos* sexistas (Antrophy, 2012), *Diner Dash* foi um jogo com enorme sucesso que introduziu muitas pessoas ao mundo dos jogos (Juul, 2009). Seguindo o mesmo formato, a *Play-First* lançou jogos onde a personagem feminina geria um hotel ou planeava casamentos. Embora não tenham tido tanto sucesso como o seu precursor, todos eles, por adotarem narrativas femininas, são depreciados pela comunidade. É certo que não são apenas os videojogos para raparigas que são alvo de críticas, toda a cultura feminina é diminuída; sejam as comédias românticas ou melodramas, seja brincar com bonecas, todas estas são escolhas ridicularizadas em comparação às contrapartes masculinas (Chess, 2020).



Figura 24: Screenshot do jogo *Diner Dash* (PlayFirst, 2003)

Voltando a atenção para os jogos cor-de-rosa encontramos uma dualidade de entendimento. Enquanto rapariga que cresceu com eles, não posso negar que serviram um propósito. Lembro-me claramente de jogar jogos de *dress-up*, cozinha, cabeleireiro, etc. - e posso dizer que sem dúvida gostava e procurava por eles. Com uma visão generalizada, é expectável que as raparigas joguem estes jogos por providenciarem experiências gratificantes (Reijmersdal et al., 2013). Numa tentativa de lembrar as minhas experiências, apercebi-me que grande parte dos jogos a que retornava eram reminiscentes a outros *media*. Os títulos tinham como base personagens como *Barbies*, *Polly Pockets*, *Bratz*, *Totally Spies*, *Winx* ou as Princesas da *Disney* - todas estas personagens de desenhos ou filmes animados e brinquedos. Reconhecer personagens que me diziam algo previamente era, de certo, um fator para jogar estes jogos. A maioria destes jogos era extremamente simples e requeria um nível baixo de *skill* mas havia alguns, por exemplo, o jogo de GameBoy Advanced das Princesas da *Disney* (THQ, 2002) e os jogos da *Kim Possible* (seja a versão de computador, ou a de GameBoy) que eram bastante complexos e requeriam estratégia e domínio das plataformas.



Figura 25: Screenshot do jogo *Kim Possible 2: Drakken's Demise* (Disney Interactive Studios, 2004)

Como vimos até agora, um fator que pode levar alguém a jogar é identificar-se com as personagens (Reijmersdal et al., 2013). Algo que muitas vezes os jogos cor-de-rosa permitem é a modificação das personagens, permitindo que se crie uma à sua imagem. No estudo realizado no artigo “*Why girls go pink: Game character identification and game-players' motivations*” (Reijmersdal et al., 2013), os investigadores concluíram que as jogadoras mais novas se identificavam mais com as personagens que criavam do que as mais velhas. Concluíram também que existe uma ligação entre a identificação com as personagens e a valorização da experiência de jogo. Em contrapartida, Shaw (2015)

questiona a relação entre a identificação e a representação. Olhando para as razões que levam alguém a identificar-se com uma personagem, a autora percebe que muitas vezes esta ligação vem sob fatores afetivos em vez de representativos. Shaw acrescenta ainda que as tentativas de representação por parte da indústria levam ao uso de estereótipos que perpetuam a não identificação com as personagens.

Uma outra motivação para se jogar qualquer tipo de jogo é o fator da *fantasia*, o poderem fazer-se coisas que não se podem fazer no mundo real. Nos jogos cor-de-rosa esse desejo do inatingível vem carregado das condições sociais que ultrapassam o jogo e que definem as diferenças de género (Reijmersdal et al., 2013). Num jogo tradicional poder-se-á voar ou lutar contra monstros, nestes jogos para raparigas os *sonhos* são ser modelo, ter as melhores roupas, maquilhagem ou namorados. Estes jogos espelham como as mulheres são colocadas em papéis passivos, casuais e não essenciais às narrativas masculinas banais (Gray et al., 2018). Reijmersdal et al. consideram que, apesar destes jogos limitarem as raparigas a estereótipos, estas tendem a valorizar a experiência que ganham ao representar estes papéis.

Continuando a analisar o lado positivo dos jogos cor-de-rosa encontramos a artista digital Rachel Weil, que enquanto colecionadora de artefactos tecnológicos tipicamente femininos, apercebeu-se de que estes não tinham valor típico de colecionável. Na sua pesquisa, Weil apercebeu-se da falta de precisão na catalogação destes artefactos ou até mesmo da ausência de informação *online*, culminando na constatação de que os jogos femininos não aparentavam ter qualquer relevância em arquivos de videojogos. Weil decidiu então criar uma instalação e um espaço *online* onde coleciona e categoriza estes artefactos (Weil, 2012).

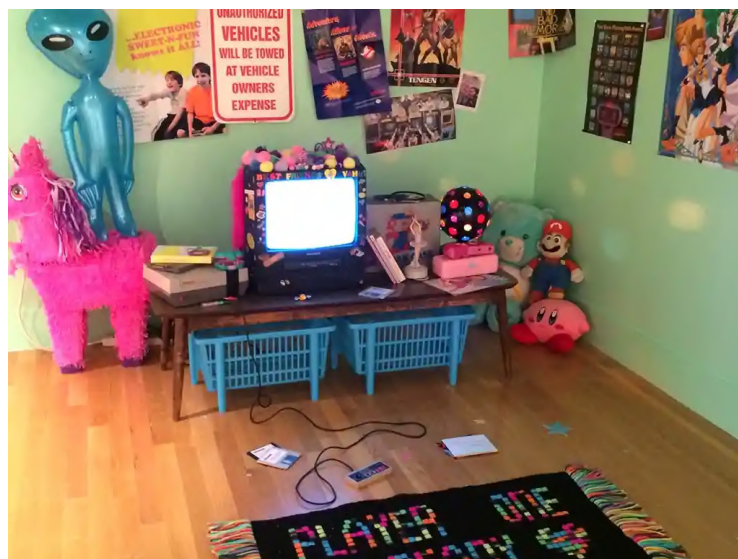


Figura 26: Instalação *The Game Room* por Rachel Weil

A artista continua, admitindo que compreende de onde vêm as críticas feitas a este tipo de peças pela redução do papel da mulher, mas sente que eliminá-las por completo é negar as raparigas que gostam de cor-de-rosa, princesas ou tiaras, que também merecem o seu espaço e respeito (Alexander, 2014). Estes produtos direcionados a raparigas são constantemente tingidos a rosa, e depois tratados como algo que não tem importância, desvalorizando assim tudo o que faz parte do imaginário feminino (Kohen, 2014).

Voltando ao problema que os jogos cor-de-rosa criaram, assistimos, como já referido, a um afastamento das raparigas dos jogos por se sentirem ridicularizadas ou limitadas. Este conteúdo que lhes é direcionado, tem contribuído para a sua relação com a tecnologia, realçando uma falsa ideia de falta de capacidades, interesse ou espírito competitivo (Jenson e de Castell, 2014). De qualquer das maneiras, o conceito destes jogos deve ser valorizado; por sua vez a falta de esforço e imaginação que levou à cópia (às centenas) de jogos com as mesmas mecânicas, mudando apenas alguns efeitos visuais, é humilhante tanto para o *medium* como para o público alvo. Procurando em 2021 por “jogos de meninas”, os resultados encontrados são versões dos mesmos jogos que encontrava durante os anos 2000, com melhores gráficos. Pensando como Anthropy, se o que estes videojogos espelhassem fosse a realidade, a mulher apenas se preocuparia com roupa, cabelo, em ser mãe, cuidar de crianças, cozinhar ou cuidar de uma casa.



Figura 27: Screenshot das categorias de jogos no website <https://www.1001jogos.pt>

Este efeito cor-de-rosa não ficou pelos jogos mas passou para as próprias consolas, foram lançados vários GameBoy em cor-de-rosa ou com figuras da Hello Kitty, direcionados diretamente para raparigas. Depois disso, as várias Playstations foram apresentando ao longo dos anos edições limitadas em cor-de-rosa. Estas estratégias de marketing perpetuam o pressuposto de que as raparigas são participantes intermitentes ou secundárias, e de que os homens são, por sua vez, o público alvo (Gray et al. (2018), Nathman (2014)).

Além do mais fica o equívoco de que as raparigas só ganham interesse quando algo está coberto de rosa ou, quando pelo contrário uma rapariga não gosta da cor ou de *coisas femininas*, que há algo de errado com ela. Apelar ao sexo feminino insistindo nesta lógica pode funcionar até certo ponto, mas como visto até agora, não é uma consola *especial* que fará uma mulher sentir-se aceite na comunidade.

Um exemplo recente da utilização do rosa aparece com a coleção Quartz da *Razer* (uma empresa de hardware direcionado aos videojogos) que lançou, para além de outros periféricos do mesmo estilo, uns headphones cor-de-rosa com orelhas de gato. Este produto só por si não apresenta qualquer problema, e tem um público aparente que o aprecia, e que claramente não conta apenas com mulheres.

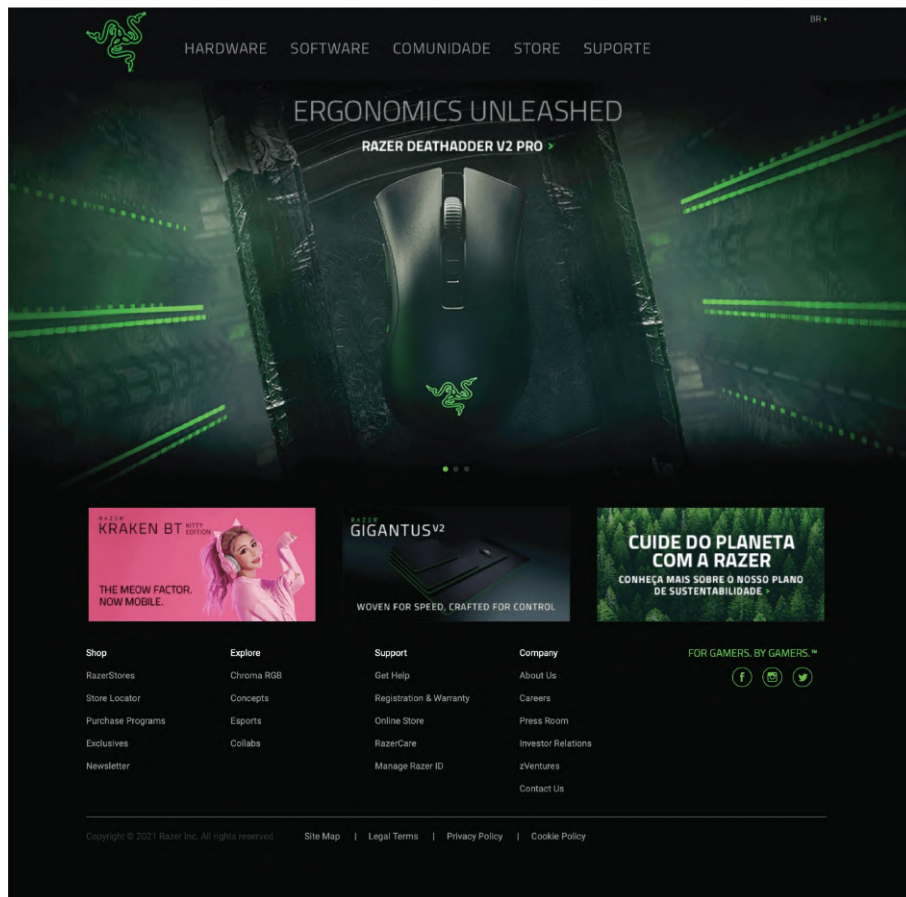


Figura 28: *Screenshot* da página inicial do website da marca Razer

Continuando a explorar a marca, de um ponto de vista de *branding*, esta passa uma ideia desequilibrada. As cores predominantes são o preto e verde, o *website* passa o estereótipo de *gamer* desde o fraseado utilizado para promover os produtos até às imagens promocionais; ao ver isto pergunto-me onde é que o *set* cor-de-rosa encaixa. Aquando do lançamento de um portátil rosa da mesma coleção, que precedeu o dia de São Valentim, a

marca utilizou expressões como “*it will steal hearts everywhere*”, e apesar de nunca admitirem que o produto está direcionado para o público feminino, o contraste de linguagem e imagens é notório. Olhando para o lado positivo podemos confirmar que os produtos *Quartz* são vendidos ao mesmo preço que as contrapartes não rosa - mesmo assim esta coleção está prevista ser limitada. Será isto uma tentativa de introduzir novos produtos que fujam ao clichê *gamer* e que possam ser inseridos em ambientes distintos, ou é apenas um esforço desmedido para monetizar espelhando um estereótipo feminino?

Podemos concluir que o problema não está no “cor-de-rosa” *per se*, mas no uso da cor para tudo o que é direcionado a raparigas. Com isto estamos a limitar raparigas a um único universo e a afastar os rapazes do mesmo (Nathman, 2014).

3.2.3. A Narrativa Feminina

No capítulo anterior analisámos várias maneiras de lidar com as narrativas para estas serem mais inclusivas e não apelarem apenas a um dos géneros. Nesta secção vamos ver como um jogo pode contar histórias de mulheres, vindas de uma perspetiva feminina, mas que ao mesmo tempo podem (e devem) ser jogados por qualquer pessoa.

Com as contribuições mais direcionadas ao tema desta investigação, está Nina Freeman. Enquanto *game designer* independente Freeman tem no seu portfólio uma panóplia de jogos feitos por si (com diferentes colaborações de poucas mais pessoas). Freeman fez ainda, enquanto *level designer*, parte da Fullbright Company, a produtora responsável pelo jogo *Gone Home* (2013) mencionado anteriormente. *Gone Home* é um jogo de exploração cujo enredo se foca numa adolescente homossexual e nas dificuldades que teve em lidar com a falta de aceitação por parte dos pais. Da mesma maneira, grande parte dos jogos de Nina têm como foco narrativas de mulheres em diferentes fases da vida.



Figura 29: Screenshot do jogo *Gone Home* (Fullbright Company, 2013)

O primeiro jogo que realço é *How do you Do it?* em que, enquanto uma criança, pode-se brincar com bonecos questionando-se acerca de o que é, e como se faz sexo. Em *A Pretty Ornament I Made*, ainda nos pés de uma criança, observamos uma discussão de família a acontecer no *background* enquanto fazemos decorações de natal. Outros exemplos de experiências traumáticas de criança que Nina espelhou nos seus jogos são a de a mãe esconder guloseimas por achar que ela estava gorda demais (*My House My Rules*), a de a mãe achar que esta devia fazer atividades mais femininas em vez de jogar videogames (*Ladylike*) e a de enquanto criança lidar com o divórcio e afastamento do pai (*Space Dad*). Continuando com narrativas femininas, agora a retratar fases da adolescência, Freeman apresenta *Freshman Year* onde relata uma violação.

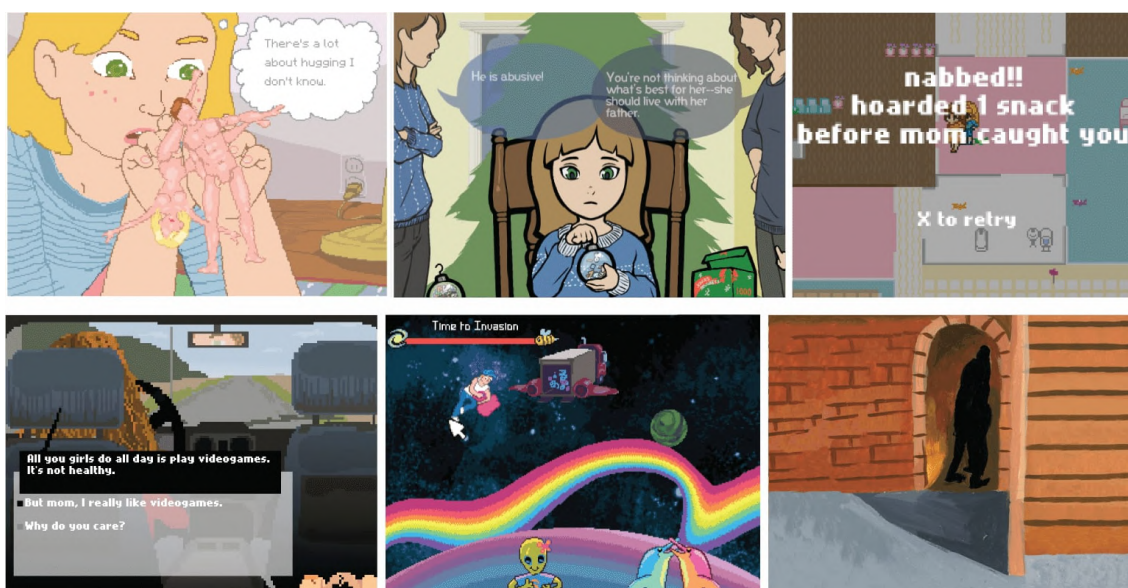


Figura 30: Screenshots de *gameplay* dos jogos de Nina Freeman

A sua proficiência em poesia é incontestável, com os seus jogos Nina eleva aquilo que são experiências traumáticas a reflexos da condição feminina mostrando a inevitabilidade do sofrimento que vem com o progresso.

Um dos seus projetos mais profissionais e bem sucedidos é *Cibele*, um jogo baseado em experiências reais sobre amor, sexo e a Internet. O jogo é indicado para públicos adultos pelo tema abordado e por apresentar nudez e conteúdos sexuais. *Cibele* está construído de uma forma invulgar uma vez que estamos a jogar um jogo dentro de um jogo. Ao iniciar *Cibele* é-se transportado para o *ambiente de trabalho* de Nina e podem-se explorar os seus ficheiros vendo fotos, *emails* e posts do seu blog.

Ainda no ambiente de trabalho está um ícone para *Valtameri*, uma simulação de um MMO que se joga enquanto Nina. Dentro de *Valtameri* podem-se ver outros jogadores e comunicar com eles. Através de conversas de voz que surgem no decorrer do jogo entre



Figura 31: *Screenshots* do jogo *Cibele*; na primeira imagem vemos o ambiente de trabalho da personagem e na segunda a simulação do *MMO Valtameri*

Nina e Blake, assim como trocas de emails, etc, vemos a relação das personagens a evoluir num contexto apenas *online*. O jogo retrata a ligação real que Nina criou com um jogador, levando a que estes se encontrassem, fizessem sexo e acabassem por se afastar. No decorrer do jogo, Freeman expõe abertamente várias questões sexuais de uma maneira que não é espectacular vinda de uma mulher. Com isto a artista cria uma aproximação a muitos jovens que vivem situações sociais *online* semelhantes uma vez que, como Freeman reforça, com as redes sociais, este espaço *online* tornou-se num espaço romântico e para as gerações que cresceram com a Internet uma relação deste género é natural.

Concluimos que grande parte dos jogos de Nina são acerca das suas experiências, que acabam por se aproximar a muitas de quem os joga. A forma como Freeman cria estas narrativas desmistifica o processo de crescimento das mulheres, mostrando as dificuldades, comuns a muitas, de alcançar expectativas e encontrar a sua identidade.

Para além de Freeman, cujo inteiro trabalho é relevante para esta investigação, existem (felizmente) muitos trabalhos pontuais que fazem parte da narrativa feminina. Um destes é *Sea of Roses* (Jennifer Ann's Group, 2021), cujas *designers* são duas ex-alunas da Faculdade de Belas Artes e um aluno do Instituto Superior Técnico que com uma brilhante abordagem ao tema da violência no namoro criam este *serious game*. No desenrolar do jogo são apresentadas Marion e Alma que pertencem a realidades diferentes, onde os papéis de género, e subsequentemente relações amorosas ou de amizade são contrastantes. Marion, tentado voltar para o seu tempo é confrontada com o seu papel circunscrito aos homens, e acaba questionando-se se a sua relação é tão saudável quanto pensava. De uma maneira sincera os diálogos entre as personagens servem como uma denúncia a construções sociais prejudiciais à mulher e ainda descortina como as relações tóxicas podem parecer perfeitas aos olhos de alguém consumido por traumas que negligencia.

Do coletivo Buddy System, *Little Bug* (2018) conta uma história de uma jovem rapariga de cor que vai numa viagem para combater traumas intergeracionais. Nyah, a

personagem, entra num mundo misterioso onde vai superar desafios para a ajudar a perceber a sua relação com a mãe. Hana Harada e Bela Messex são os fundadores deste estúdio, cujo intento é abraçar pessoas *queer* e de cor que dificilmente encontram espaço na indústria, ou que querem divulgar as suas histórias (Brinks, 2018).

Por último, Claire Morwood e Chella Ramanan são as duas partes da 3-Fold Games, estúdio responsável por *Before I Forget* (2020). Este jogo explora a vida de uma personagem com demência, sendo que quem joga pode interagir com o ambiente num entrelaçado de pensamentos, memórias e sentimentos. As autoras contam uma história de amor e de uma vida cumprida.

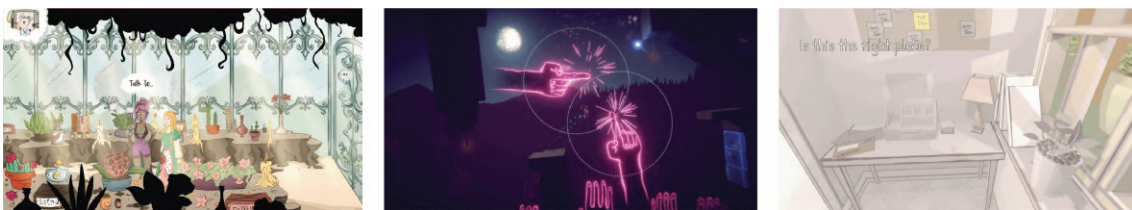


Figura 32: Screenshots dos jogos *Sea of Roses*, *Little Bug* e *Before I Forget*

Estes grupos de artistas e obras seguem a figura da mulher ao longo do tempo, abordando vários obstáculos que fazem parte da sua essência, mas que não são, por norma, reconhecidos sob toda a imponência e nocividade que carregam. Vemos nestes exemplos maneiras distintas de pensar a narrativa feminina: numa mescla entre jogo *hardcore* e *casual*, são abordadas temáticas que não o têm sido até recentemente. Seja de forma literal, ou mascarada em mecânicas comuns, estas obras reivindicam o *medium* à presença feminina. Posto isto, é necessário clarificar que não existe uma definição oposta concreta entre *jogo feminino* ou *masculino*, contudo podemos assumir que os primeiros tendem a passar ideias de empatia e tolerância, em contrapartida com os demais que se aproximam à competição e poder.

3.3. Assédio de Género

Nos espaços *online* as vítimas de assédio são frequentes, sendo as mulheres a maioria. Para além dos comportamentos em jogos *online* que foram descritos até agora, há nas redes sociais várias práticas condenáveis: a mais comum será o insultar pessoas sob características pessoais, onde encontramos os frequentes comentários sexistas e racistas. Outros formatos de assédio *online* podem ser a partilha de informações pessoais confidenciais como moradas ou números de telefone e, por último, o fazer-se passar por alguém, roubando a sua imagem (Rubin et al., 2020). Para as mulheres esta experiência estende-se à perseguição, assédio sexual até a ameaças físicas. Rubin et al. consideram que o aumento

do assédio a mulheres *online* coincidiu com a fama crescente do “feminismo popular”, que foi entendido por muitos como uma afronta à autoridade masculina. As autoras relacionam, suportadas por inúmeras referências, este assédio de gênero a ansiedades sobre o declínio do valor da masculinidade, que muitas vezes é contrariado pela adoção de condutas como a agressividade e possessão.

Existem diferenças claras entre assédio *online* e *offline* sendo que o primeiro é facilitado pela anonimidade e pelo *feedback* positivo que muitos destes perpetradores recebem através de *likes* ou partilhas. No espaço *online* a humilhação das vítimas é ainda facilmente conservada e disseminada, podendo tornar-se causa de efeitos psicológicos ou profissionais negativos.

No espaço tangível, o espectro de assédio é ainda mais amplo. Devemos considerar situações desde a humilhação ou intimidação com motivações na diferença de gênero, classe ou etnia, até ao assédio sexual. Mary Anne Franks (2012) analisa cenários concretos de assédio sexual, apresentando o espaço onde isto acontece como um “cativeiro”, e a relação dos envolvidos como uma demonstração de poder. Sendo que as mulheres são o principal alvo de assédio sexual, fica sustentada a ideia prévia da *ansiedade masculina* - estes atos de agressão são então demonstrações de poder que se vêem justificadas face a estereótipos masculinos (Dahl et al., 2015). Michael Kimmel relata no seu livro “*Angry White Men*” (2013) vários casos de feminicídio nos quais os agressores se tentam legitimar através da ideia de que tinham o direito àquelas mulheres e que a recusa da parte das mesmas era um atentado à sua masculinidade. O autor salienta ainda que para além da violência extrema, as mulheres são alvos da ameaça e medo que lhes é incutido. Estas formas de assédio são uma maneira de destituir a mulher de dignidade, como meio de preservar os estereótipos de gênero que continuam a favorecer o homem (Franks, 2012).

Voltamos à ideia de Franks de espaço enquanto “cativeiro”, que a autora revê, admitindo que o assédio que acontece em espaços públicos é, também, inevitável. Apesar de não existir uma simbiose formal, como acontece numa escola ou espaço de trabalho, a experiência de assédio nas ruas é tão comum que tende a ser desvalorizada e tomada como irrevogável (Bowman, 1993). Para as vítimas mais jovens, estas experiências são o começo da constatação da sua sexualidade, que fica assim intrinsecamente ligada a fragilidade e vergonha. Bowman acrescenta que apesar destas situações serem revoltantes, grande parte das mulheres reage ignorando as provocações; a autora questiona, pesando as diferentes possibilidades, se será preferível desvalorizar uma afronta e “admitir fragilidade”, ou resistir e ser potencialmente subjugada, mas mantendo as suas convicções. O peso imediato destas situações é evidente, mas o medo e as restrições pessoais colocadas

pela própria mulher têm consequências em si e nas suas rotinas. Desde jovens que as mulheres adotam várias estratégias para a sua proteção, seja andar com as chaves entrelaçadas na mão, manter o telemóvel acessível, aprender técnicas de defesa pessoal, entre outras (Obordo e Otte, 2021).

Estudos realizados na Europa mostram que, em geral, tanto homens como mulheres se sentem mais seguros a andar na rua do que há 20 anos, mas a diferença entre géneros mantém-se notória. Num inquérito de 2002/03, no Reino Unido 52% das mulheres manifestaram ter medo de andar na rua à noite, comparando com os valores de 2018/19 de 32% (Fitzgerald, 2021). Entre os restantes países englobados no inquérito, a Bulgária apresenta a maior percentagem com 62.3% das mulheres a sentir-se pouco segura, Portugal surge abaixo da média com 20%, e a Eslovénia com a menor percentagem a 9,9%. Apesar de os valores se provarem otimistas, relatos em diferentes plataformas mostram que diariamente muitas mulheres ainda são vítimas de assédio. Páginas do instagram como @cutecatcalls e @cheerupluv servem como meio de divulgação de casos de abuso direcionados e promovem campanhas de sensibilização e ajuda às vítimas. Este conteúdo não gera resultados por si só, mas mantém ativa a discussão que continua a ser necessária, e pode ainda servir de auxílio a muitas mulheres que sofrem de assédio.

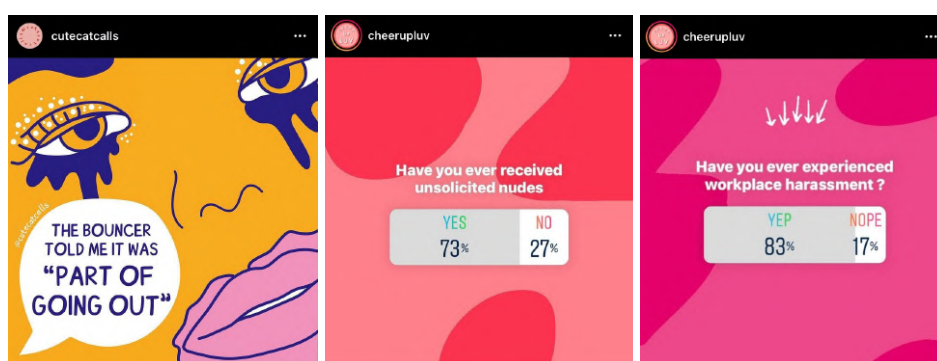


Figura 33: Screenshot de publicações das páginas @cutecatcalls e @cheeruplove no instagram (2021)

Com isto podemos concluir que as ideias feministas estão cada vez mais presentes no digital, e com elas avanços notáveis. Certamente, com a expansão contínua destes meios, e com a simbiose dissimulada entre utilizadores e as plataformas, inúmeras interrogações continuarão a surgir.

4. *COMMUTE*

4.1. Motivação

A primeira vez que partilhei histórias de *catcalling* foi assustadora. Não pela reação de quem ouvia, mas por descobrir que todas nós tínhamos dezenas de histórias semelhantes para contar. Nas redes sociais já tinha encontrado inúmeros relatos semelhantes, mas saber que tão perto de mim havia tantas experiências de medo e desconforto foi inquietante. Sara Ahmed (2007) questiona-se sobre “o que acontece ao nosso corpo quando estas coisas acontecem, e sobre quem é que nos tornamos depois disto”. A autora constata que a mulher passa a viver de forma diferente e a olhar para o que a rodeia com receio. Muitas vezes estas situações de desconforto são curtas, mas que se acumulam e pesam na maneira como interagimos com outros e com o mundo.

Quando me mudei para Lisboa, e tendo um horário de aulas noturno, senti que este medo estava a tomar conta das minhas decisões. Vários cenários do jogo são inspirados no percurso que fazia desde sair da faculdade até chegar a casa. O mais evidente é a passagem subterrânea que tomou inspiração no túnel que atravessa a Avenida Gulbenkian vindo da estação de Campolide. A primeira vez que por lá passei este estava grafitado, com má iluminação e pouca visibilidade. Umas semanas depois, o túnel estava a ser pintado e renovado. Decidi então voltar a usar esse percurso por ser mais rápido e prático. Durante as primeiras duas semanas apareceram *tags* nos espelhos, grafitis no mural, e luzes estilhaçadas.

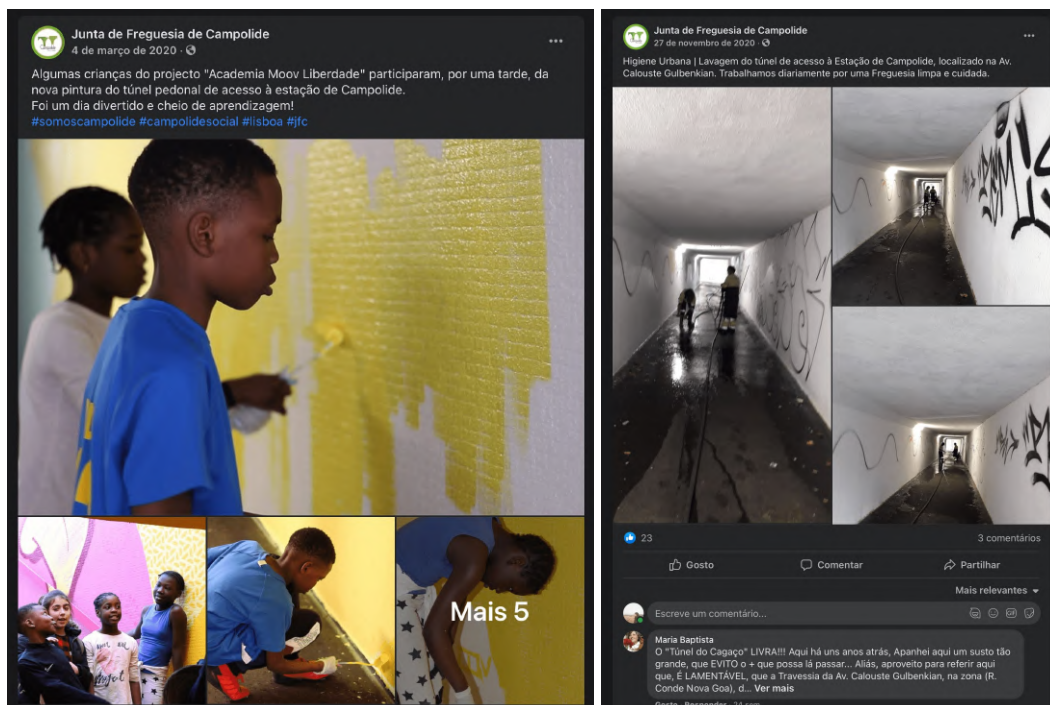


Figura 34: Screenshots de publicações no Facebook acerca do túnel de Campolide

Com isto decidi que ir de comboio tinha deixado de ser uma solução. Ao pesquisar sobre esta passagem encontrei relatos de 2006 que mostravam o túnel em condições semelhantes às de hoje; em comentários num *post* do Facebook uma senhora diz que prefere passar à superfície atravessando a via rápida, tendo de saltar um separador, do que passar por baixo. Apesar das constantes queixas, ainda não foi proposta uma solução que torne este caminho mais seguro. Esta situação particular é apenas um reflexo de muitas outras experiências possíveis de se viver na cidade de Lisboa, e no resto do globo.



Figura 35: Fotografia do túnel de Campolide em 2006 (retirada de: <http://orlandoduarte.blogspot.com/2006/12/passagem-subternea-na-av-calouste.html>)

Juntando estas minhas reflexões à investigação que tenho vindo a desenvolver desde o início do mestrado, idealizei *Commute*, um jogo de narrativa 2D onde, enquanto uma jovem numa grande cidade, se é desafiado a chegar a casa vindo do trabalho. Nesta jornada, terão de ser feitas escolhas em relação ao percurso que irão definir a segurança da personagem, sendo possível ainda interagir com alguns elementos do ambiente que aludem, de maneira irónica, a temas sociais e memórias minhas. O percurso do jogo denota o medo que muitas pessoas sentem durante a noite, remetendo para histórias e situações reais.

O fator de interação presente num jogo entre designer e jogadores faz com que seja possível colocar um no mundo do outro, transformando-o numa ferramenta de exploração e ensino, onde tomar decisões gera uma opinião sobre os temas abordados (Antrophy, 2012). Anthropy afirma que o jogo é uma forma de explorar dinâmicas e relações, e dá um exemplo de *Gang Rape* (Wrigstad, 2008) de Tobias Wrigstad que criou esta experiência

com o intuito de colocar quem joga numa discussão acerca do horror que é uma violação. Wrigstad reforça que este jogo não é suposto ser divertido de jogar, mas é ao invés uma ferramenta para levantar questões e criar desconforto. Por sua vez, *Commute* partilha da ideia do desconforto, mas utiliza-a no *crescendo* de emoções que pretende gerar. Contudo, a forma como a história é contada é apenas uma parte do jogo; o que cada um tira da experiência, e a maneira como faz a sua interpretação acaba por conter apenas uma fração daquilo que o designer produz (Zagalo, 2013).

4.2. *Game Design Document*

A criação de um GDD (*Game Design Document*) é um passo essencial à criação de um jogo. Este documento serve para detalhar os objectivos e formato do jogo de maneira a criar um guia para o seu desenvolvimento. Este é um documento que reúne e descreve todos os componentes do jogo^a.

Como ponto de partida para a estruturação do jogo tomo em consideração o livro *Rules of Play* (Salen e Zimmerman, 2003) que descreve o jogo como um sistema que é artificial, tem jogadores, conflito, regras e contém um objectivo, sendo que se pode sair vencedor ou perdedor. Salen e Zimmerman realçam o conceito de *meaningful play* que se foca na experiência psicológica e emocional que vem com o ato de se jogar um jogo; isto é algo que *Commute* pretende potenciar.

4.2.1. *Gameplay* e Mecânicas de Jogo

Commute apresenta a personagem principal, Sam, a sair do trabalho e a retornar a casa. No decorrer do percurso, serão tomadas decisões que vão influenciar a segurança da personagem. O objectivo principal do jogo é fazer este percurso durante sete dias seguidos; secundariamente existe a oportunidade de descobrir todas as interações possíveis do mundo de jogo.

O desafio central do jogo vem com a percepção de que este é, no fundo, um jogo de sorte; que mesmo tomando as decisões aparentemente acertadas, pode-se acabar perdendo. Cria-se assim um paralelismo análogo à realidade que muitas vezes vemos ser relatada de forma injusta, culpabilizando as vítimas.

A experiência a tirar de *Commute* será ao mesmo tempo tensa e cativante; os ambientes passam uma ideia de beleza entre o caos e a procura de pequenos prazeres mesmo no perigo, dando um sensação de liberdade e rebeldia. No decorrer do jogo, e seguindo a

^aO *Game Design Document* encontra-se por inteiro em anexo. Certas partes estão transcritas nas secções seguintes, mas alteradas para combinar o fator técnico com as suas justificações conceptuais. Para uma melhor compreensão dos detalhes técnicos sugiro consultar esse documento.

narrativa, quem joga irá criar uma sensação de empatia com a personagem fazendo com que queira garantir a sua segurança.

Com base na mecânica de *point and click*, controla-se o movimento da personagem com a liberdade de explorar o ambiente. Ainda com o rato, pode-se interagir com o telemóvel da personagem - fazer chamadas, responder a mensagens, ligar a lanterna, ver mapas ou chamar um taxi. O jogo chega ao fim quando se termina a narrativa, chegando em segurança a casa sete dias seguidos. Durante estes sete dias existem diferentes eventos para que nenhum percurso seja exatamente igual, e para que se explorem todas as áreas do mapa. A qualquer decisão pode-se perder o jogo - quer se façam as escolhas mais acertadas ou as mais arriscadas, existe sempre a possibilidade de perder.

4.2.2. Referências e Art Style

Commute é um jogo 2D de exploração com foco na narrativa, assim sendo, alguns dos jogos que fui mencionando na investigação são inspirações diretas tanto para o formato, como para o conteúdo ou aspeto visual.

Um dos jogos que serve de inspiração é *Gone Home* (Fullbright, 2013) que, como já mencionado, é um jogo de narrativa e exploração que nos leva a descobrir a história de uma rapariga *queer* que foge de casa pelo desconforto que isto causa na família. *Gone Home* é um exemplo notório pelo fator exploratório, pela liberdade dada, e por abordar um tema feminino de carácter pertinente e emotivo.

Sendo *Commute* um jogo com base em narrativa, ao explorar jogos com este foco encontramos a categoria das *Visual Novels*. Em síntese, uma VN (*visual novel*) é um formato de ficção interativa ilustrada por sequências de imagens estáticas ou pequenas animações. O *gameplay* deste género de jogos é sintetizado à leitura e escolha do desenrolar da narrativa. Este universo de jogos é muito extenso e com inúmeros exemplos que poderia usar, de entre a vastidão desta categoria escolhi *Beyond your Window* (Team SolEtude, 2020) por ser um jogo recente de um estúdio de jovens que se focam em criar pequenas VN sobre a solidão. Outro fator de interesse neste jogo é o estilo de ilustração e o uso da cor na separação de ambientes e diferenciação das personagens e narrativa. Apesar de *Commute* não ser uma VN, este adota as mecânicas de escolha de opções de diálogo que compõem a narrativa.

Como já mencionados, os jogos de Nina Freeman são uma forte fonte de inspiração a vários níveis. *Freshman Year* (Freeman, 2015) em específico tem uma ligação direta com *Commute*. Neste jogo autobiográfico Freeman alude a uma violação naquilo que poderia ser uma noite comum na vida de estudantes universitários. O jogo começa com a



Figura 36: *Screenshots* do jogo *Beyond your Window* (2020)

personagem Nina a ir para uma festa onde se iria encontrar com uma amiga, mas acaba sozinha num bar onde é abordada por um estranho, levando ao desenrolar drástico em que é violada. *Freshman Year* conta ainda com as ilustrações e animações íntimas e expressivas de Laura Knetzger.

Ambientes

O ambiente de um jogo vai para além da criação das imagens de *background* e abrange a colocação de câmaras, os sons e a música (Zagalo, 2013). *Commute* está dividido em 6 zonas exteriores e uma interior. Estas são distinguíveis entre si pela cor predominante, sendo que cada uma representa um estado de ansiedade distinto (Haller, 2019). O jogo situa-se numa cidade fictícia e foi inspirado em algumas ruas de Lisboa, onde entre vitrinas são apresentados protestos irónicos a convenções sociais subversivas. Grande parte dos cenários apresentam um alto contraste de luz/ sombra para intensificar a atmosfera de ansiedade. A utilização de um rácio alongado faz um paralelismo à distância que a personagem tem de percorrer.

Começa-se cada dia de jogo na *Rua Principal* cuja cor é o azul escuro; a cor representa, em simultâneo, autoridade, lógica e apreensão - isto reflete os sentimentos transmitidos que primeiramente são de confiança, mas que, imergidos na cor, ao longo dos dias, se vão transformando em frieza e medo. Nesta secção a personagem encontra montras de lojas, cafés e pessoas com as quais poderá interagir.



Figura 37: Parte do *background* da secção *Rua Principal*

Saindo da *Rua Principal* para a esquerda, chega-se à *Paragem de Autocarro*, aqui a personagem pode-se sentar à espera, interagir com os horários ou apanhar um taxi, caso o requisite. A cor utilizada é um roxo acinzentado que, sendo das cores menos visíveis do espectro, tende a representar espiritualidade ou nostalgia. Rodeado de roxo, existe a sensação de se perder contacto com a realidade, que hiperbolicamente se pode comparar às reflexões prolongadas de alguém que espera num espaço vulnerável como uma paragem de autocarro.



Figura 38: *Background* da secção *Paragem de Autocarro*

Contudo, escolhendo o caminho da direita vai-se em direção à *Estação de Comboio*. Neste espaço é apresentado um tom de azul mais claro provido de uma sensação *corporate* e *confiável*.



Figura 39: *Background* da secção *Estação de Comboio*

Depois de apanhar o comboio, saindo da estação, encontra-se uma *Rua Estreita* cuja cor predominante é o verde - normalmente esta cor comunica harmonia, mas nesta situação, a sobrecarga da cor com tons de cinzento e castanho passa a ideia de decadência e podridão. Com o tempo vão aparecer garrafas de cerveja partidas, lixo no chão e luzes instáveis.

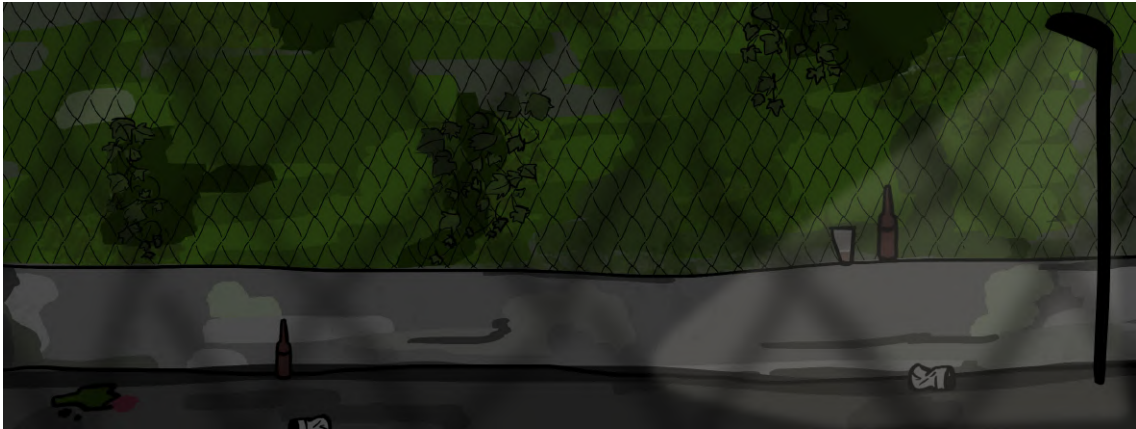


Figura 40: *Background* da secção *Rua Estreita*

Chega-se assim à *Passagem Subterrânea* mencionada anteriormente, onde vão aparecendo grafitis ao longo do tempo. A cor utilizada é um rosa escuro e roxo, que antes de estarem vandalizados, parecem idealizar um espaço completamente distante dos anteriores mas que, com os grafitis se transforma em algo abandonado e encardido.



Figura 41: *Background* da secção *Passagem Subterrânea*

Finalmente chega-se à *Rua de Casa* com tons quentes de laranja e castanho que juntos representam um ambiente quente, amigável e seguro. Contudo, demasiado castanho pode passar a ideia de algo inflexível e pesado. Encontramos este contraste no cheiro do jantar dos vizinhos, a par com brilhos de olhos despreocupados de *voyeurs* entre cortinas e reflexos.



Figura 42: Parte *Background* da secção *Rua de Casa*

A última maneira de chegar a casa é apanhando um taxi. Neste cenário é apresentado um panorama a partir do banco de trás de um carro, com vista para a estrada e para as costas do condutor que, por vezes, olha para trás ou pelo espelho. A cor presente é o azul-petróleo que mantém a ideia de apreensão do azul levada a uma nova dimensão com um efeito quase sedativo e de repressão de emoções e espontaneidade. O que isto representa no contexto do cenário é a impotência da personagem e a sensação de se estar à mercê de um estranho.



Figura 43: Ilustração do interior do *Taxi*

A mecânica do uso do telemóvel explicada anteriormente é representada visualmente com a sobreposição de uma *sprite* que se torna visível clicando no ícone no canto inferior esquerdo do ecrã. Quando este modo é ativado, a personagem visível no ecrã passa também a olhar para o telemóvel (representações na figura 33).



Figura 44: Vista do telemóvel e colocação do ícone no ecrã de jogo

A sobreposição da imagem do telemóvel cobre parcialmente o ecrã, dificultando a mobilidade da personagem e a atenção ao que a rodeia, paralelamente à realidade. A mecânica de *point and click* mantém-se, e pode-se escolher entre as opções descritas previamente de lanterna, mapas, chamadas e mensagens.

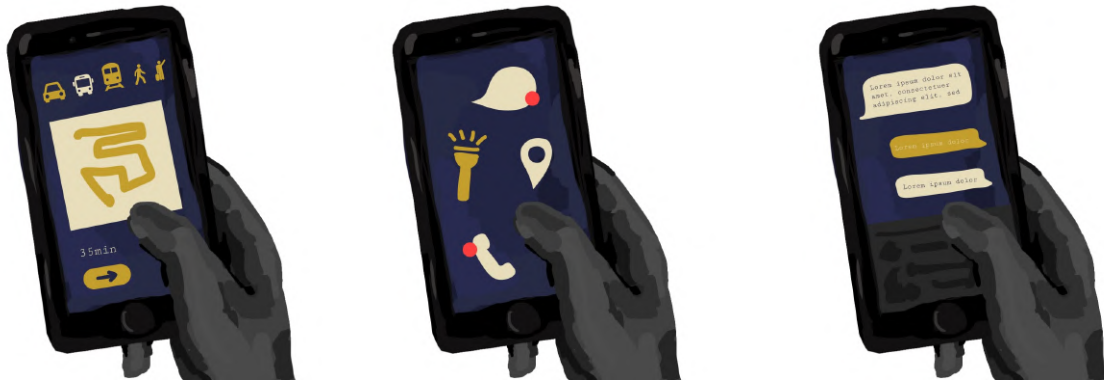


Figura 45: Representação das interações possíveis com o telemóvel

Com uma vista semelhante à do telemóvel, em certas situações é apresentada uma vista do relógio. Isto pode ocorrer quando a personagem ficar sem bateria no telemóvel, ou se perder um comboio ou autocarro por pouco tempo.



Figura 46: Vista do relógio no ecrã de jogo

Personagens

Uma questão que surgiu no decorrer da investigação foi "como representar uma personagem que espelha um grupo tão diverso de pessoas?". Vimos no primeiro capítulo que nos anos 90 quem criava jogos eram, na sua maioria, homens e, por isso, criavam personagens e narrativas com base nas suas experiências que acabaram por afastar os demais do *medium*. Assim sendo, criar uma personagem à minha imagem, ou das minhas experiências seria limitar o conteúdo do jogo ao meu próprio privilégio. Desta maneira surgiu a intenção de representar as personagens como uma silhueta, deixando espaço para todos se conseguirem colocar nos pés das mesmas.

A personagem principal, Sam, está presente em todo o decorrer do jogo e é ela quem se guia até casa. Sam é uma jovem que se mudou recentemente para uma grande cidade. As suas expectativas de passear e conhecer a cidade rapidamente foram toldadas pelo medo que sentia ao andar na rua quando escurecia. O que de dia parecia repleto de energia, à noite tornava-se indiscernível. Sam ouvia repetidamente as palavras da mãe “uma rapariga foi assaltada por aí”, “...foi violada”, “...foi raptada”, “não andes sozinha na rua à noite!” - mas nem sempre se tem essa escolha. Sam é extremamente trabalhadora e tende a ser reservada e organizada. É daquelas pessoas que vai chegar antes da hora a um compromisso e que sente ansiedade quando acontecem imprevistos ou mudanças de planos. Todas as suas escolhas são bem deliberadas e com os seus objectivos sempre em mente. Sam é ainda assim otimista, conseguindo olhar para o futuro com um sentido de humor - espera que boas coisas aconteçam porque no fundo sempre trabalhou arduamente para isso.

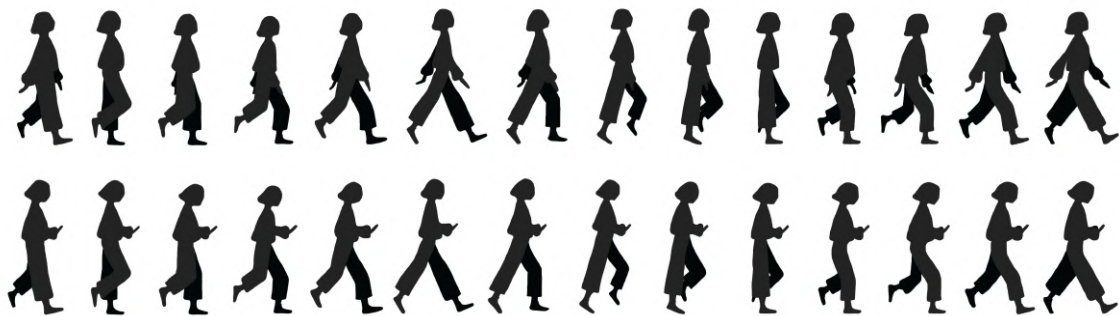


Figura 47: Sam *walking cycle* e *walking cycle* com telemóvel

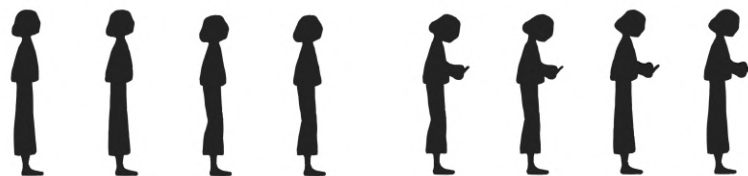


Figura 48: Sam *idle motion* e *idle motion* com telemóvel

Alex é uma personagem secundária que aparece ao início de cada dia de jogo e que pode acompanhar Sam em alguns percursos. As personagens são colegas de trabalho, mas por sua vez, Alex sempre viveu numa grande cidade e não parece ter as mesmas reservas sobre andar à noite que Sam. Alex aparenta ser extremamente confiante e corajosa; é espontânea, conversadora e sociável. Alex procura companhia e aprecia ter pessoas em seu redor; onde ela está o ambiente é leve e confortável. Não a conhecendo bem, podem considerá-la convencida, mas Alex não acredita ser melhor ou pior que ninguém - ela sabe o valor que tem e espera ser tratada com respeito.

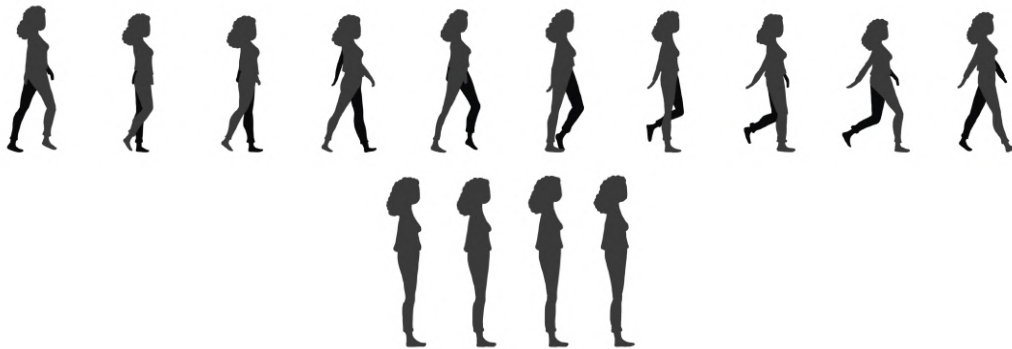


Figura 49: Alex *walking cycle* e *idle position*

Ambas as personagens representam pessoas fortes, cada uma com as suas peculiaridades. Foi feita ainda uma tentativa de deixar nelas um espaço não binário, quer pelo seu nome, quer pela aparência. Com a língua portuguesa torna-se muito complexo adjectivar sem género, sendo que assumi ambas como sendo do sexo feminino uma vez que se aproxima mais das comunidades em risco na narrativa explorada.

As restantes personagens representadas no jogo são figuras variadas que podem representar qualquer pessoa. Algumas poderão ser pedintes que abordam Sam, podem ser peões, condutores ou pessoas em cafés. Nesta situação o uso da silhueta é útil para fugir a estereótipos ou à delineação de arquétipos desnecessários.



Figura 50: *Walking cycle* das figuras presentes no jogo



Figura 51: Variações do *Walking cycle* das figuras presentes no jogo

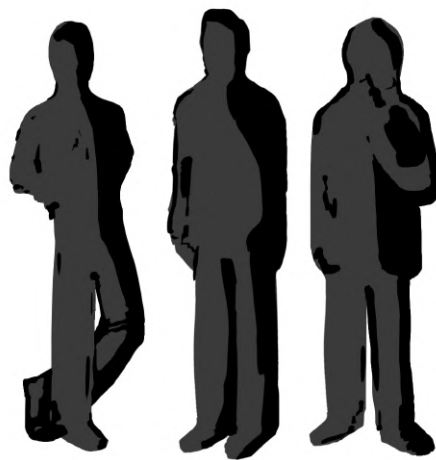


Figura 52: Ilustração das figuras presentes durante o jogo

Música e Sons

Como mencionado no início da secção, a experiência de um jogo é moldável também pela música e sons. Tendo isso em consideração a banda sonora foi criada de maneira a simular um ambiente metropolitano com momentos de tensão por entre uma estrutura ligeira e confortável.

Como grande parte dos jogos, *Commute* apresenta efeitos sonoros associados a ações específicas, e música de fundo. Os efeitos sonoros foram recolhidos de diferentes fontes, entre estes são de notar o som dos passos, o *flicker* dos candeeiros, carros a passar e balbuciar de *catcallers*. Ainda nos efeitos sonoros, mas agora relacionados à interface gráfica existem sons de sobrepor ou pressionar botões.

Para a banda sonora, foi criada uma música *lo-fi* para transmitir uma sensação metropolitana e contemporânea. A escolha do estilo *lo-fi* é ainda justificado por este se sustentar na repetição e simplicidade dos motivos, sem causar distrações ao jogo. Sendo que *Commute* está dividido em diferentes cenas, cada uma potenciando sensações díspares, faz

sentido que a música o replique. Deste modo, a banda sonora foi criada com diferentes *layers* que sobrepostas geram os efeitos pretendidos. As diferentes camadas são a percussão, a progressão harmónica, o baixo, a melodia e ornamentos. Para a harmonia e baixo foram criadas alternativas que alteram ou incrementam diferentes sensações. Existe ainda uma introdução e dois finais (um para quando se sai vitorioso, outro quando se perde). Cada um dos ambientes é então uma conjugação destas partes^b.

Design da Interface e Identidade Gráfica

Commute foi feito de maneira a ser um jogo acessível para *casual gamers*, desta forma tanto os comandos como a interface são de fácil compreensão e manuseamento. O menu inicial ao qual quem joga é introduzido quando abre o jogo tem as opções de jogar, ir para as definições, saber mais acerca do projeto e a opção de sair do jogo. Escolhendo a opção de jogar pode-se escolher começar do início ou retomar a sessão de jogo anterior. Começando o jogo existe uma breve explicação dos comandos e das várias mecânicas.



Figura 53: Menu Inicial e de Confirmação

Existe ainda o menu de definições que permite aumentar o tamanho da fonte usada melhorando a acessibilidade do jogo, a opção de tirar o som ou a música, e por último, de trocar a língua dos diálogos e menus.

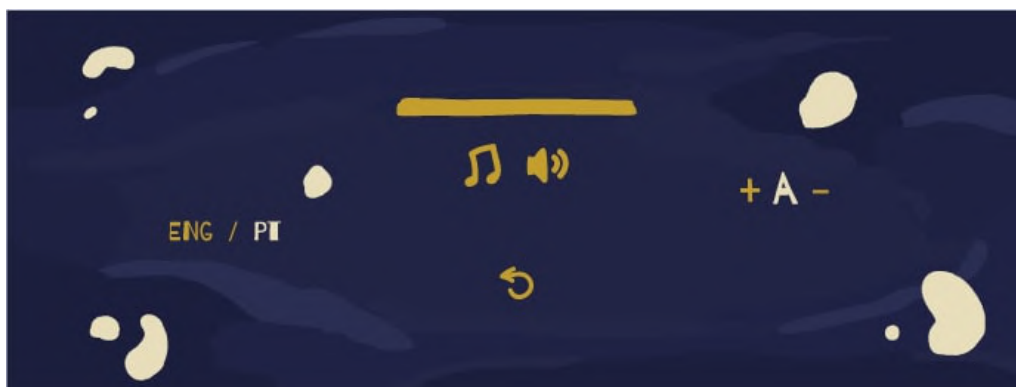


Figura 54: Menu de Definições

^bA descrição detalhada de cada conjugação de camadas está disponível em: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ER0Bbi43-vTH1ajPcQV6gcWj-USjCpM04ezQvTYdeHs/edit?usp=sharing>

No menu de pausa existem as opções de voltar ou sair do jogo, guardar o progresso, silenciar sons e música, e voltar para o menu principal, ou para o menu de definições.

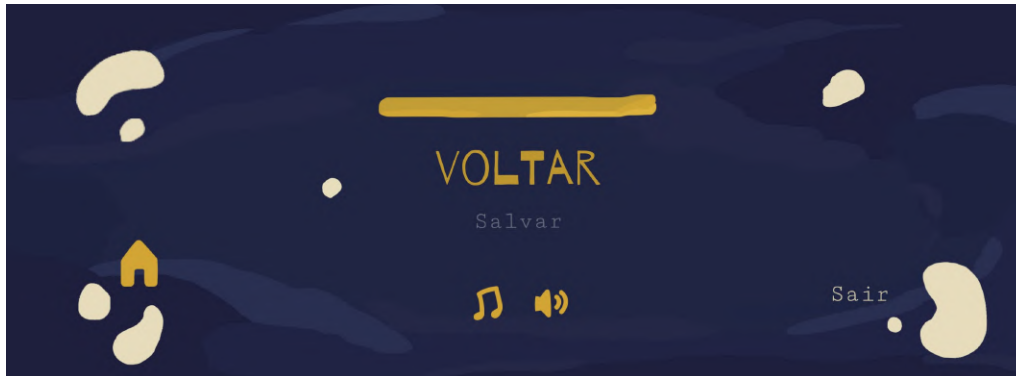


Figura 55: Menu de Pausa

Foram ainda pensadas as mensagens de *ganhar* ou *perder* o jogo. Ao ganhar é-se direcionado para o *website* onde será possível encontrar relatos de outros jogadores.



Figura 56: Mensagens de perder e ganhar o jogo

O nome *Commute* foi escolhido pela tradução direta de *trajeto* (normalmente associado ao percurso que alguém faz desde casa até ao trabalho e vice-versa); a palavra está intrinsecamente associada a algo frustrante, mas indispensável. As cores utilizadas no logótipo assim como nos menus é o azul escuro com texto a amarelo. O azul é o mesmo utilizado na *Rua Principal* e para além de ser uma representação clara de um céu noturno, mantém o carácter de inquietação e seriedade. O amarelo por sua vez opõe-se como uma fonte de luz e um sinal de otimismo e confiança.

4.2.3. Protótipo

A versão disponível do jogo é apenas um protótipo^c, sendo que apresenta menos mecânicas do que aquelas descritas previamente ou no *Game Design Document*. O protótipo foi criado em Unity, com assistência de um programador, Francisco Barros. Apesar de não

^cO protótipo encontra-se disponível em <https://xiasantos.itch.io/commute>



Figura 57: Imagem gráfica inicial do jogo *Commute*



Figura 58: Logótipo do jogo *Commute*

ter domínio sobre a ferramenta, consegui programar certas mecânicas, mas sem dúvida que sem o auxílio do Francisco não teria o projeto tão avançado, ou com tanta qualidade. Para além de pequenas ajudas nas partes em que fiquei responsável, o Francisco focou-se no movimento da personagem (em particular tornar possível que esta subisse e descesse as escadas do túnel), no sistema de diálogos, e noutras questões de maior profundidade. Eu fiquei assim responsável, para além de ter criado todos os *assets* necessários, de fazer funcionar os menus, montar e criar ligações entre as diferentes cenas, criar o sistemas de *interactables*, programar a HUD, e associar os sons e músicas aos sítios respetivos. Estas tarefas foram organizadas e monitorizadas através de um projeto conjunto no GitHub.

O projeto continuará a ser atualizado até estarem disponíveis todas as mecânicas pensadas inicialmente, sendo que quando atingir esse ponto, este será distribuído através da plataforma *Steam*, e com algumas alterações, para dispositivos *mobile*.

5. CONCLUSÃO

Commute foi construído a partir de uma série de iterações entre investigação e desenvolvimento do projeto, sendo que quanto mais investigava, mais concretos ficavam os ideais que pretendia seguir, e quanto mais desenvolvia o jogo mais questões surgiam. Posto isto, ambos progrediram, caindo cada vez mais um no outro. As ideias iniciais, tanto do jogo como da investigação, foram moldadas àquilo que são agora.

Sobre a cultura dos videogames vimos que, em várias das suas categorias, a presença da mulher começa a ser notória, mas na maioria, ainda não existe um ambiente que o permita. Seja nos *e-sports*, *streaming*, ou em *voice chats* de jogos *online*, a mulher é frequentemente alvo de assédio, humilhação ou desprezo, sendo assim afastada dos videogames. No entanto, há vezes em que a mulher não demonstra sequer interesse no *medium* devido à forma como este é publicitado, e por ainda existir uma relação conflituosa entre a mulher e o seu tempo de lazer. Concluímos que o ciclo perpetuado por estes comportamentos afeta, não só a demografia de jogadores, mas os jogos que são produzidos, e o envolvimento de mulheres em cursos de design de jogos ou postos de trabalho. O crescimento dos *casual games* aparece como uma solução que, agora em retrospectiva, tem um papel semelhante aos jogos cor-de-rosa, mas que feito adequadamente poderá ser uma mais valia. O problema que vejo em ambos é a tentativa de circunscrever as mulheres a apenas uma categoria de jogo que é “mais fácil de jogar”, assumindo que os restantes jogos não são adequados. Este formato dos *casual games* tem provado continuamente encaixar-se no ritmo do dia-a-dia contemporâneo comum à maioria das pessoas; posto isto, vemos neles uma hipótese de motivar a mais diversidade para as restantes categorias de jogos. No decorrer desta investigação vimos que existem muitos *casual games* de valor que não são jogados apenas por mulheres, e que criam comunidades saudáveis de partilha em seu redor, mas, e de onde vem a minha preocupação, é que quem joga *casual games* não sente domínio sobre o *medium* e tende a desvalorizar a parte da experiência que levaria a querer estudar ou fazer jogos; quando isso não acontece, a sua experiência é mesmo assim desvalorizada por outros - seja em convenções, círculos de *gaming*, ou em ambientes de trabalho.

O feminismo torna-se relevante no estudo dos videogames no sentido em que, sabendo pelo que procurar, os obstáculos tornam-se óbvios. Olhando criticamente para os jogos, e para a comunidade, facilmente se identifica o que está mal. As soluções discutidas passaram por quebrar o *ciclo* já apresentado, levar a que a indústria crie experiências diversificadas e a que imponha o uso correto dos espaços de jogos, e do aproveitamento dos seus conteúdos. Ultrapassando estes problemas característicos da cultura dos videogames, o feminismo é ainda mais uma ferramenta à compreensão em profundidade das razões pelas quais, em norma, as mulheres não demonstram interesse no *medium*. A discussão

sobre o tempo de lazer de cada um é fundamental a este domínio e à restante identidade da mulher, que lhe é muitas vezes negada. Vários autores defendem esta questão reforçando que não existindo espaço de experimentação dissociado de espaço de trabalho, “a mulher não tem espaço para expandir para além daquilo que lhe é definido” (Wearing (1998) em Chess (2020)). Os videojogos são, no fim, parte do problema e da solução.

O projeto *Commute* surge tentando por um lado analisar um problema comum a muitos, com destaque a mulheres e membros da comunidade LGBTQ+ e, por outro, sendo um exemplo de um jogo que aborda a personagem feminina mostrando a fragilidade que lhe é imposta pela conduta misógina, rejeitando a ideia de que a mulher é que se deve transformar face ao atentado à sua existência absoluta.

Agora com uma visão mais alargada do paradigma social e institucional dos jogos digitais, sinto que o culminar desta investigação assenta essencialmente na expressão de Adrienne Shaw (2014):

“The Internet is full of jerks, because the world is full of jerks”.

BIBLIOGRAFIA

- Ahmed, S. (2007). *Living a Feminist Life*. Duke University Press.
- Alexander, L. (2014). Girly video games: Rewriting a History of Pink. <https://www.theguardian.com/technology/2014/jun/05/girly-games-history-of-pink-rachel-weil>.
- Antrophy, A. (2012). *Rise of the Videogame Zinesters: How Freaks, Normals, Amateurs, Artists, Dreamers, Drop-outs, Queers, Housewives, and People Like You Are Taking Back an Art Form*. Seven Stories Press, New York.
- BBC (2016). 100 Women 2016: The Women Challenging Sexism in e-sports. BBC News.
- Bowman, C. (1993). Street harassment and the informal ghettoization of women. *Cornell Law Faculty Publications*, 106.
- Brinks, M. (2018). How Buddy System Games Turned Friendship and Advocacy into an Adorable, Witchy Platformer. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/melissabrinks/2018/10/26/how-buddy-system-games-turned-friendship-and-advocacy-into-an-adorable-witchy-platformer/>.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Chess, S. (2020). *Play like a Feminist*. The MIT Press.
- Consalvo, M. (2009). Hardcore Casual: Game Culture *Return(s) to Ravenhearst*. In *Proceedings of the 4th International Conference on Foundations of Digital Games, FDG '09*, pages 50–54, New York, NY, USA. Association for Computing Machinery.
- Consalvo, M. (2012). Confronting Toxic Gamer Culture: A Challenge for Feminist Game Studies Scholars. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*.
- Cullen, L. L. A. (2018). “I play to win!”: Geguri as a (post)feminist icon in esports. *Feminist Media Studies*, 18(5):948–952.

- Dahl, J., Vescio, T., e Weaver, K. (2015). How Threats to Masculinity Sequentially Cause Public Discomfort, Anger, and Ideological Dominance Over Women. *Social Psychology*, 46:242–254.
- ESA (2017). Essential Facts About the Computer and Video Game Industry. ESA.
- Eurostat (2019). ICT Specialists in Employment. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=ICT_specialists_in_employment#ICT_specialists_by_sex.
- Feminist Frequency (2013). Tropes vs Women in Video Games – Season 1. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q&list=PLn4ob_5_ttEaA_vc8F3fjzE62esf9yP61.
- Ferguson, T. (2019). I'm Not Like Other Girls. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=7nL-kgbbcBA&t=3s>.
- Fitzgerald, R. (2021). Survey shows 32% of British women don't feel safe walking alone at night – compared to just 13% of men. <https://theconversation.com/survey-shows-32-of-british-women-dont-feel-safe-walking-alone-at-night-compared-to-just-13-of-men-157446>.
- Flanagan, M. (2009). *Critical Play: Radical Game Design*. The MIT Press.
- Franks, A. M. (2012). Sexual Harassment 2.0. *Maryland Law Review*, 71. <http://digitalcommons.law.umaryland.edu/mlr/vol71/iss3/3>.
- Freeman, N. (2013). Nina Says So. <http://ninasays.so>.
- Gay, R. (2014). *Bad Feminist: Essays*. Harper Perennial.
- Gee, J. P. e Hayes, E. R. (2010). *Women and Gaming: The Sims and 21st Century Learning*. Palgrave Macmillan.
- Gender Action (2021). Discussion Paper on Gender & Digitalization.
- Gouveia, P. (2010). *Artes e Jogos Digitais, Estética e Design da Experiência Lúdica*. Lisboa, Edições Universitárias.
- Graser, M. (2013). Videogame Biz: Women Still Very Much in the Minority. Variety.
- Gray, K., Voorhees, G., e Vossen, E. (2018). *Feminism in Play*. Palgrave Macmillan.
- Guerra e Paz, Editores (2019). *O Piropo Nacional*. Guerra & Paz.

- Haller, K. (2019). *The Little Book of Colour: How to Use the Psychology of Colour to Transform Your Life*. Penguin Life.
- Harris-Lowe, B. (2017). Gatekeeping: Women, people of color, and the video game community. Dissertação de Mestrado, University of South Carolina.
- Harvey, A. e Fisher, S. (2016). Growing pains: feminisms and intergenerationality in digital games. *Feminist Media Studies*.
- Huizinga, J. (1938). *Homo Ludens: A Study of the Play Element in Culture*. Beacon press.
- Jackson, S. (2018). Young Feminists, Feminism and Digital Media. *Feminism & Psychology*. <https://doi.org/10.1177/0959353517716952>.
- Jenson, J. e de Castell, S. (2014). *Online Games, Gender and Feminism in*, pages 1–5. American Cancer Society.
- Juul, J. (2009). *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. The MIT Press.
- Kafai, Y., Heeter, C., Denner, J., e Sun, J. (2008). *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender and Gaming*. MIT Press.
- Kennedy, T. (2009). The voices in my head are idiots: Rethinking barriers for female gamers. <http://www.slideshare.net/Netwoman/ir10-presentation-milwaukee-oct-9-2009>.
- Kimmel, M. S. (2013). *Angry White Men: American Masculinity At the End of an Era*. New York: Nation Books.
- Kohen, Y. (2014). What's the Problem With Pink, Anyway? The Cut. <https://www.thecut.com/2014/03/whats-the-problem-with-pink-anyway.html>.
- Lima, L. e Gouveia, P. (2020). Gender Asymmetries in the Digital Games Sector in Portugal. *DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere*. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2020_paper_132.pdf.
- Liu, S. (2017). The Origins and Evolution of Machinima. Chicago University. <https://voices.uchicago.edu/machinima/sample-page/>.
- Lynch, T., Tompkins, J. E., van Driel, I. I., e Fritz, N. (2016). Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video Games across 31 Years. *Journal of Communication*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jcom.12237>.

- Maldonado, L. (2020). How Crunch Hurts Video Games & Their Developers. Screen Rant.
- Martinho, C., Santos, P., e Prada, R. (2016). *Design e Desenvolvimento de Jogos*. FCA, Lisboa.
- Nathman, A. N. (2014). Pink is Not the (Whole) Problem. <https://themamafesto.wordpress.com/2014/03/28/pink-is-not-the-whole-problem/>.
- Obordo, R. e Otte, J. (2021). “I stick to well-lit and busy areas”: women share their fears of walking alone at night. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2021/mar/11/i-stick-to-well-lit-and-busy-areas-five-women-share-their-fears-on-walking-alone-at-night>.
- O’Sullivan, K. (15 abril 2021). Gender Action, Workshop on Gender & Digitalisation.
- Reijmersdal, E., Jansz, J., Peters, O., e Noort, G. (2013). Why girls go pink: Game character identification and game players’ motivations. *Computers in Human Behavior*, 29:2640–2649.
- Rivers, N. (2017). *Postfeminism(s) and the Arrival of the Fourth Wave: Turning Tides*. Palgrave Macmillan.
- Rubin, J., Blackwell, L., e Conley, T. (2020). Fragile masculinity: Men, gender, and online harassment.
- Ruffino, P. (2018). *Future Gaming*. Goldsmiths Press.
- Salen, K. e Zimmerman, E. (2003). *Rules of Play - Game Design Fundamentals*. The MIT Press.
- Shaw, A. (2014). The Internet Is Full of Jerks, Because the World Is Full of Jerks: What Feminist Theory Teaches Us About the Internet. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 11(3):273–277.
- Shaw, A. (2015). *Gaming at the Edge: Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture*. University Of Minnesota Press.
- Shaw, A. (2017). The Trouble with Communities. In Ruberg, B. e Shaw, A., editors, *Queer Game Studies*, chapter 16, pages 153–162. University of Minnesota Press.
- Tressel, L. (2019). Diversity in Gaming. Analysis of the current representation of video game demographics and strategic guidelines for diverse character design in modern games. Dissertação de Mestrado, Stuttgart Media University.

- Wearing, B. (1998). *Leisure and Feminist Theory*. SAGE.
- Weil, R. (2012). Femicom museum. <http://www.femicom.org>.
- Wells, J. (2020). Twitch Generated More Revenue Than YouTube Gaming in 2019. The Loadout.
- Weststar, J. e Marie-Josée, L. (2018). Women's Experiences on the Path to a Career in Game Development. In Gray, K., Voorhees, G., e Vossen, E., editors, *Feminism in Play*, chapter 7, pages 105–123. Palgrave Macmillan, Cham.
- Yee, N. (2017). Beyond 50/50: Breaking Down The Percentage of Female Gamers by Genre. Quantic Foundry.
- Zagalo, N. (2013). A singularidade da linguagem dos videojogos. *Lições do Portal da Comunicação InCom-UAB*. <http://hdl.handle.net/1822/27131>.

JOGOS E MODS

3-Fold Games (2020). *Before I Forget*. <https://www.3foldgames.uk>.

Anthropy, A. (2012). *Dys4ia*. <https://zkm.de/en/dys4ia>.

Atari (1981). *Defender*. http://www.atarimania.com/game-atari-2600-vcs-defender_s6689.html.

Bethesda Softworks (2014). *The Elder Scrolls Online*. <https://www.elderscrollsonline.com/en-us/home>.

Blizzard (2004). *World of Warcraft*. <https://worldofwarcraft.com>.

Buddy System (2018). *Little Bug*. https://store.steampowered.com/app/822190/Little_Bug/.

DeLappe, J. (2015). *Elegy: GTA USA Gun Homicides*. <http://www.delappe.net/play/elegy-gta-usa-gun-homicides/>.

Eklund, K. e McGonigal, J. (2007). *World Without Oil*. <http://writerguy.com/wwow/metahome.htm>.

Electronic Arts (2000). *The Sims*. <https://www.ea.com/games/the-sims>.

Electronic Arts (2002). *Battlefield*. <https://www.ea.com/games/battlefield>.

Electronic Arts (2008). *Spore*. <http://www.spore.com>.

Electronic Arts (2016). *Unravel*. <https://www.ea.com/games/unravel/unravel>.

Finji (2017). *Night in the Woods*. <http://www.nightinthewoods.com>.

Freeman, N. (2015). *Freshman Year*. <http://ninasays.so/freshmanyearch/>.

Fullbright (2013). *Gone Home*. <https://gonehome.com>.

Fullerton, T. (2017). *On the Safe Side*. <https://www.tracyfullerton.com/onthesafeside>.

GameDev Técnico (2021). *Do Outro Lado da Toca*. <https://apps.apple.com/us/app/id1554446124>.

GT Interactive (1996). *Quake*. <https://quake.bethesda.net/en>.

Halfbrick Studios (2010). *Fruit Ninja*. <https://www.halfbrick.com/games/fruit-ninja>.

IO Interactive (2000). *Hitman*. <https://hitman.com/global/>.

Jennifer Ann's Group (2021). *Sea of Roses*. https://store.steampowered.com/app/1581940/Sea_of_Roses/.

KatVerse (2020). Custom Content for Sims with Disabilities. <https://katverse.com/2020/03/06/custom-content-for-sims-with-disabilities/>.

King (2012). *Candy Crush Saga*. <https://www.king.com/game/candycrush>.

Linden Lab (2003). *Second Life*. <https://secondlife.com>.

London Studio (2004). *SingStar*. <https://www.giantbomb.com/singstar/3025-351/>.

Long Hat House (2018). *Dandara: Trials of Fear Edition*. <http://www.longhathouse.com/games/dandara/>.

mazzyrocks (2007). Rihanna feat Jay-Z - Umbrella (Sims 2 Version). Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=yQa9umPt5mo>.

Moon Studios (2015). *Ori and the Blind Forest*. <https://www.orithegame.com/blind-forest/>.

Naughty Dog (2013). *The Last of Us*. <https://www.playstation.com/pt-pt/games/the-last-of-us-remastered/>.

Naughty Dog (2020). *Tell Me Why*. <https://www.tellmewhygame.com>.

Niantic (2016). *Pokémon Go*. <https://www.pokemongo.com/en-us/>.

Niantic (2019). *Harry Potter: Wizards Unite*. <https://www.harrypotterwizardsunite.com>.

Nintendo (1984). *Tetris*. <https://tetris.com>.

Nintendo (1985). *Super Mario*. <https://mario.nintendo.com>.

Nintendo (1986). *The Legend of Zelda*. <https://www.zelda.com>.

Nintendo (1992). *Mario Kart*. <https://www.nintendo.com/games/detail/mario-kart-8-deluxe-switch/>.

Nintendo (1996). *Pokémon*. <https://www.pokemon.com/us/>.

Nintendo (2001). *Animal Crossing*. <https://animal-crossing.com>.

Nomada Studios (2018). *Gris*. <https://nomada.studio>.

Playdead (2016). *Inside*. <https://playdead.com/games/inside/>.

PlayFirst (2003). *Diner Dash*. <https://playfirst.com>.

PopCap Games (2009). *Plants vs. Zombies*. <https://www.ea.com/ea-studios/popcap/plants-vs-zombies>.

RedOctane (2005). *Guitar Hero*. <https://www.giantbomb.com/guitar-hero/3025-289/>.

Rohrer, J. (2007). *Passage*. <http://passage.toolness.org>.

Rohrer, J. (2018). *One Hour One Life*. <http://onehouronelife.com>.

Rovio Entertainment (2009). *Angry Birds*. <https://www.angrybirds.com>.

Snowman (2018). *Alto's Odyssey*. <http://altosodyssey.com>.

Sony Computer Entertainment (2005). *Buzz!* <https://www.giantbomb.com/buzz/3025-79/games/>.

Square Enix (1996). *Tomb Raider*. <https://tombraider.square-enix-games.com/en-us>.

Standing Stone Games (2007). *The Lord of the Rings Online*. <https://www.lotro.com>.

Team SolEitude (2020). *Beyond your Window*. <https://team-soletude.itch.io/beyond-your-window>.

Thatgamecompany (2012). *Journey*. <https://thatgamecompany.com/journey/>.

Thatgamecompany (2019). *Sky: Children of the Light*. <https://thatgamecompany.com/sky/>.

THQ (2002). *Disney Princess*. [https://disney.fandom.com/wiki/Disney_Princess_\(video_game\)](https://disney.fandom.com/wiki/Disney_Princess_(video_game)).

Thunder Lotus Games (2020). *Spiritfarer*. <https://thunderlotusgames.com/spiritfarer/>.

Ubisoft (2015). *Rayman Adventures*. <https://www.ubisoft.com/en-us/game/rayman-adventures/>.

Valve Corporation (2000). *Counter-Strike*. <https://blog.counter-strike.net>.

Watanabe, B. (2015). San Andreas Streaming Deer Cam. http://bwatanabe.com/GTA_V_WanderingDeer.html.

Wrigstad, T. (2008). *Gang Rape*. <https://index.rpg.net/display-entry.phtml?mainid=16543>.

APPENDIX

A.1. *Website* da parceria FBAUL/IST

No segundo semestre do meu primeiro ano de mestrado (2019/2020) fiquei responsável, a par com a colega Rita Silva, de criar e manter o *website* onde os alunos das cadeiras Game Design e Sistemas Interativos viriam a relatar o seu processo, e resultados finais. O *website* pode ser consultado através do seguinte url : <https://fbaulistgaming2020.wixsite.com/fbaulistgaming2020>

Na página inicial destaco a identidade gráfica criada para o *website* e a estrutura cronológica para os posts dos alunos.

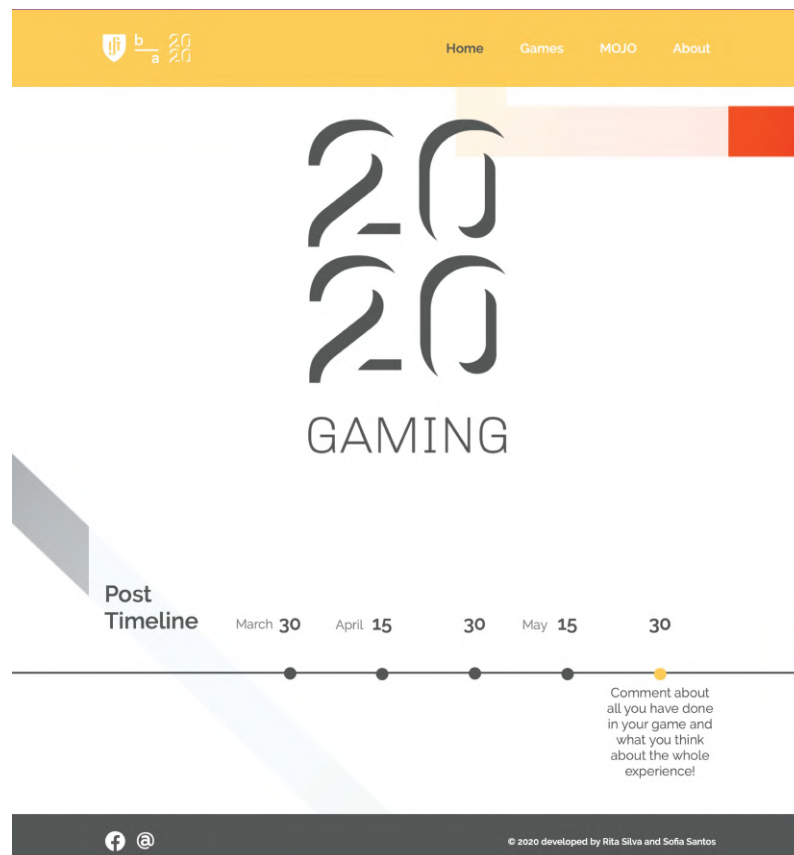


Figura 59: Página Inicial do *Website*

Esta página foi criada para oferecer uma visão geral dos 9 jogos num único local. Passando o rato por cima de cada quadrado, fica visível uma imagem que cada aluno escolheu para representar o seu jogo.

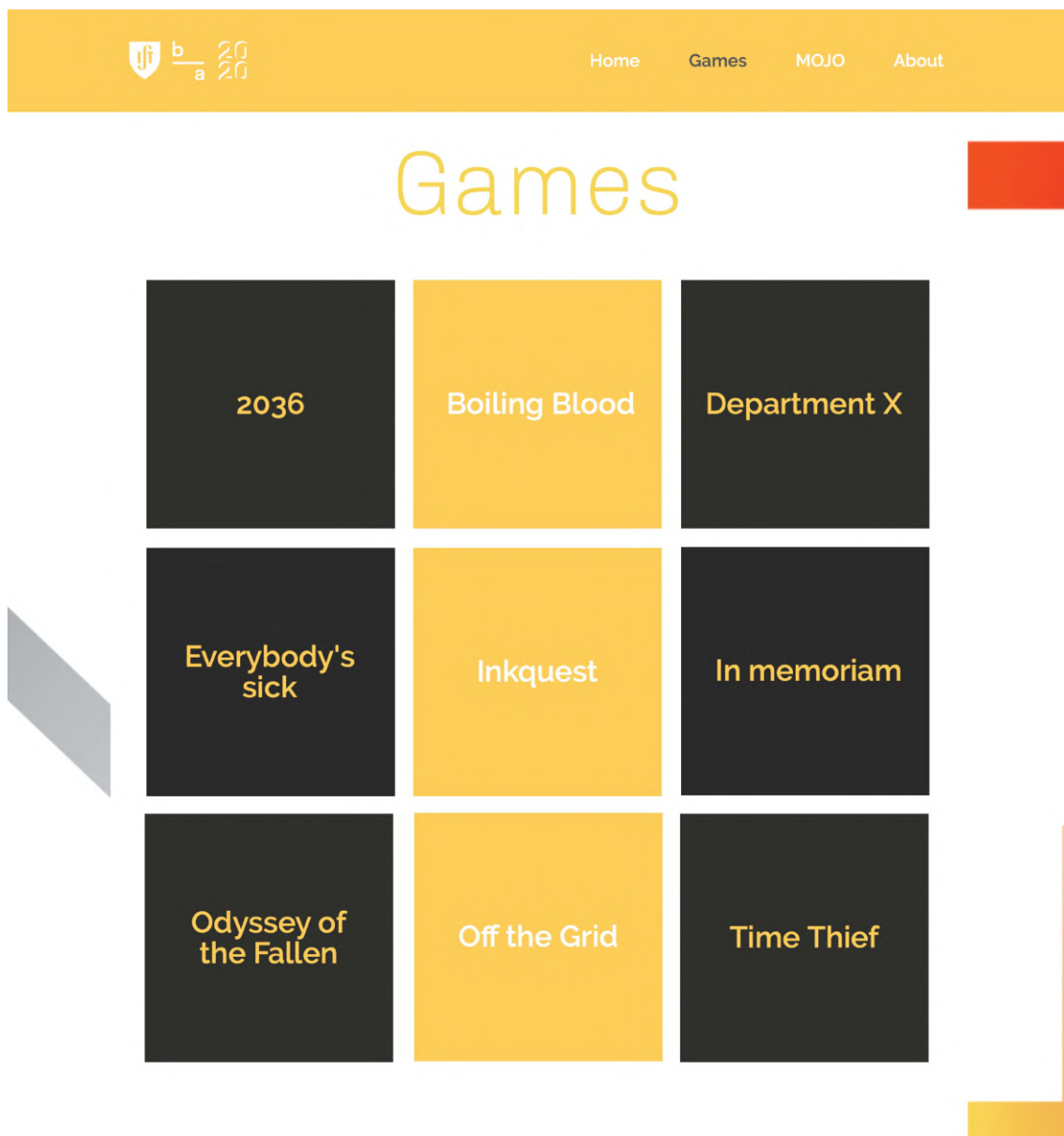


Figura 60: Página de acesso aos jogos

Na secção seguinte estão referenciados os links para as *livestreams*, assim como alguns *screenshots* das apresentações. Dou relevância ao detalhe tipográfico criado no título “MOJO ’20” onde o *J* e o *2* são uma imagem espelhada.

The image shows a website header with a logo on the left and navigation links (Home, Games, MOJO, About) on the right. The main content area features the title "MOJO '20" in a large, yellow, stylized font. Below the title, there is a paragraph of text explaining that the event was an online live stream due to the COVID-19 pandemic, with links to "part 1" and "part 2". Below the text are four screenshots of the live stream interface, each showing a different scene from the game and a grid of viewer avatars. The screenshots are labeled "DIRETO" and show viewer counts of 53, 56, 54, and 55. At the bottom of the page, there are social media icons for Facebook and Instagram, and a copyright notice: "© 2020 developed by Rita Silva and Sofia Santos".

Figura 61: Página da Montra de Jogos

Nesta última página está uma pequena descrição da parceria (escrita pela minha colega Rita Silva) e links para os *websites* dos anos anteriores, e recentemente atualizado para referenciar o *website* de 2021.

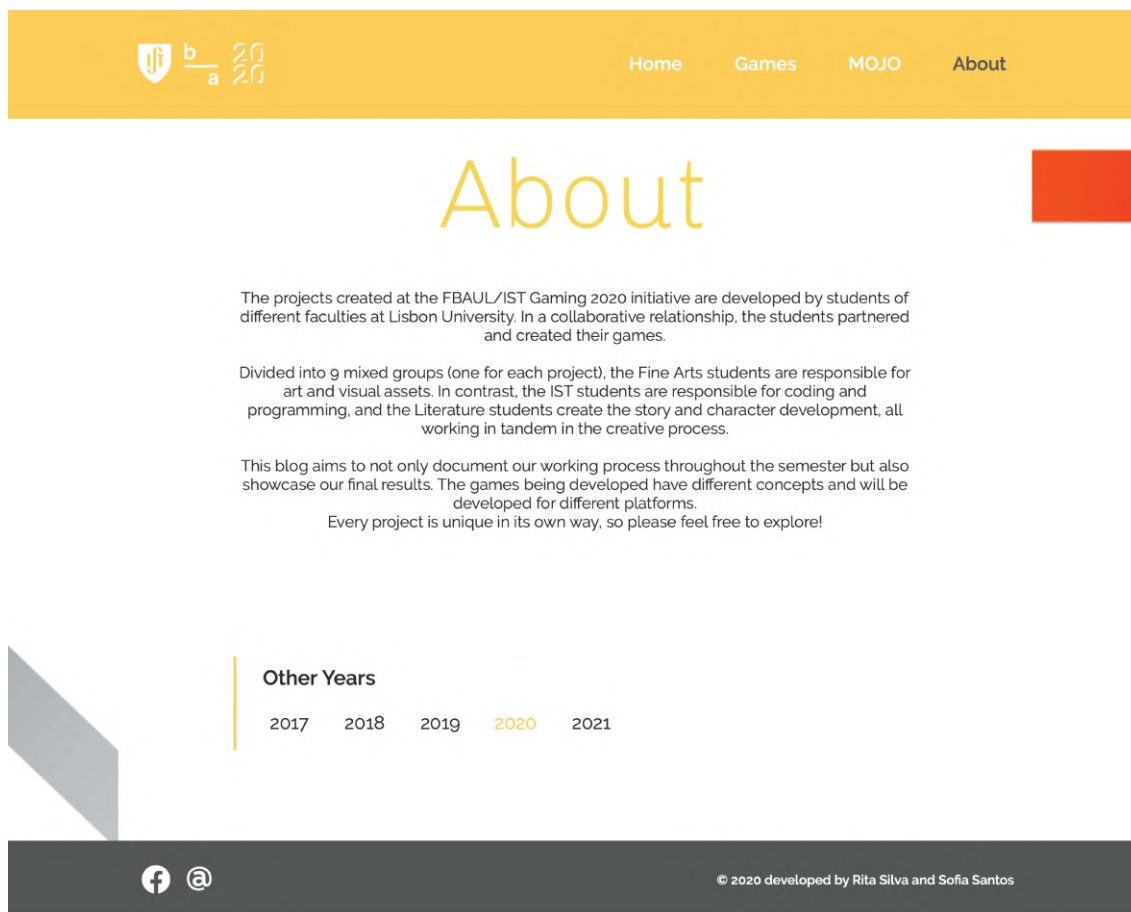


Figura 62: Página com detalhes da parceria

A.2. 2036

2036 é uma ficção política 3D criada na parceria com os colegas do IST, na cadeira de Game Design.

O projeto está descrito no *website* mencionado anteriormente através do url: <https://fbaulistgaming2020.wixsite.com/fbaulistgaming2020/2036>.

Neste projeto fiquei responsável por criar a interface gráfica, *assets* para o jogo e conteúdo promocional. A par com a criação de *assets* acabei por ficar também com a responsabilidade de criar partes da narrativa. O meu colega Humberto trabalhou nos ambientes 3D e em protótipos para as personagens.



Figura 63: Estudos e exemplos de *assets* criados por mim para o jogo 2036

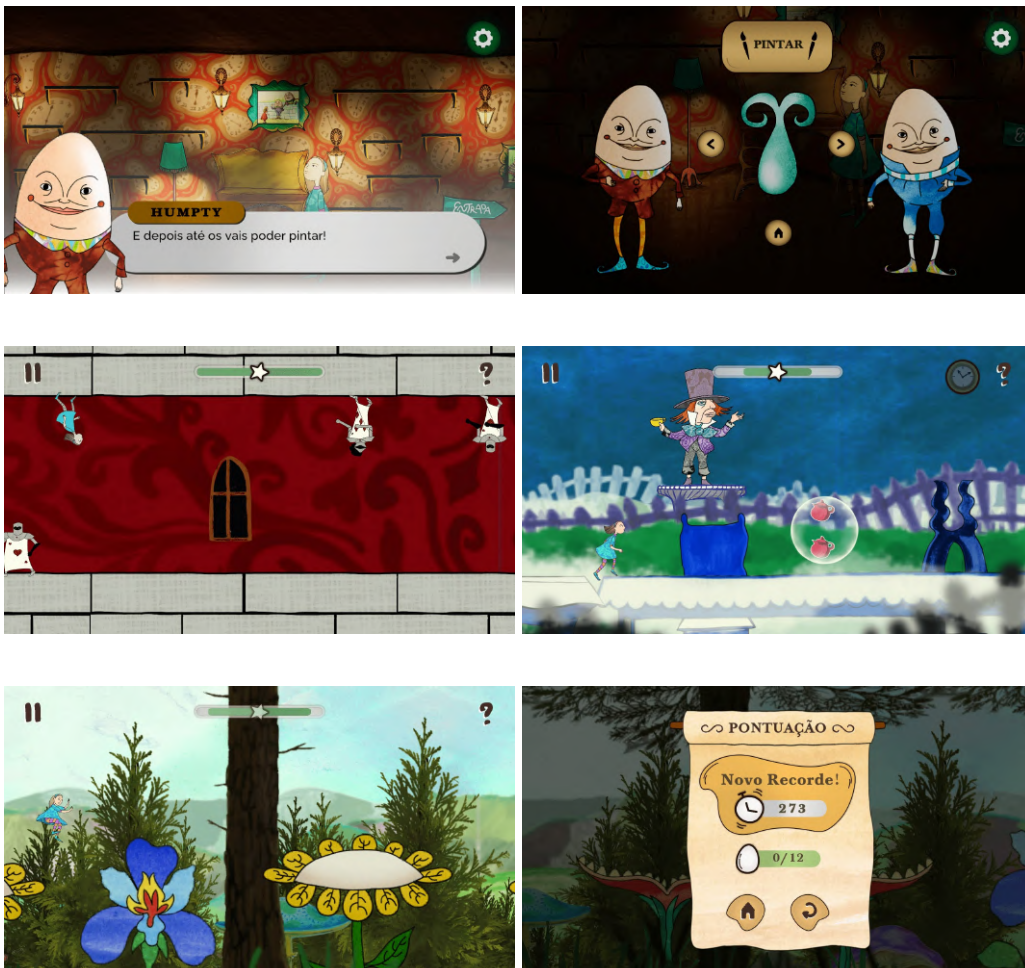
A.3. Estatísticas MOJO

A versão *online* (e que pode conter alterações face à submissão da tese) encontra-se em: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1zXPige9mELUr_qZJe0-ECYHgAOFXdHD5w05JX1_3kMk/edit?usp=sharing.



A.4. Do outro Lado da Toca

O jogo *Do outro lado da Toca* faz parte de uma parceria entre o GameDev Técnico, a Fábrica das Artes e o CCB. Este projeto nasceu da necessidade de criar um objeto digital que aumentasse a experiência física do Ciclo Festa de Desaniversário que contou ainda com uma exposição, variadas peças de teatro, concertos e formações. O projeto teve início em Agosto de 2020 com a duração de cerca de um ano. Durante este ano, criei *concept art*, a *interface* gráfica do jogo, ilustrações e animações, e conteúdo promocional. O projeto foi gerido pelo Diogo Rato do GameDev Técnico que seguiu uma metodologia *agile* com reuniões semanais, *kanban boards* e *sprints* entre cada um dos objetivos. O projeto final encontra-se disponível para download na *app store*, *play store* e no *itch.io* em <https://gamedevtecnico.itch.io/alice>.



A.5. “Borderline: Games and Activism”

O artigo mencionado nesta dissertação, e que se encontra na página seguinte, foi aceite e apresentado na conferência VideoJogos 2020 (<http://videojogos2020.ipb.pt>), cujo *Proceedings Book* pode ser consultado em <http://videojogos2020.ipb.pt/docs/ProceedingsVJ2020.pdf>



Borderline

Games and Activism

Sofia S. Santos

Interactive Technologies Institute/LARSyS
Fine Arts Faculty/Lisbon University
sofia.flis.santos@gmail.com

Patricia Gouveia

Interactive Technologies Institute/LARSyS
Fine Arts Faculty/Lisbon University
p.gouveia@belasartes.ulisboa.pt

Abstract. This article explores digital games as media through which activism exists. We highlight several works, which in parallel with certain games, show that authors are working on themes of social and political matters. We review the role of game designer Will Wright, and his creation of games like *The Sims* (EA, 2000_) and *Spore* (EA, 2008). It is also shown, in association with these games, the concept of *mods* and their role in creating communities based on identical beliefs and also enhancing the skills of the player. In this paper we will analyze activism in gaming experiences, serious games, and LGBT inclusion in playful environments. Finally, we present a game named *borderline*, which aims to bring up our main research question: can an interactive experience contribute to generate awareness about social issues?

Keywords: Games, Activism, *Mods*, *Serious Games*.

1 Activism in Games

Through art, activism has been present in various forms, from performance to games, on which we will focus. The game, increasingly accessible, is a medium with the potential to change the way we think. Unlike in music or painting, it establishes an indispensable interaction between the player and the author. This way it is easier for the artists to transfer their ideas to the community.

Authors like Mary Flanagan and Anna Anthropy, among others, are responsible for bringing to attention both the problems and strengths of the gaming culture. There are still misconceptions about games and the gaming community, not only from the media and people outside of it but also from gamers and creators of content (Lima & Gouveia, 2020). Once the public dismisses these myths, it will be possible to acknowledge the strengths of the medium. One of these promising strengths, and subtheme of this article,

is the activist game, distinguished from others by focusing on social, educational, intervention (Flanagan, 2009), economic and environmental issues.

Within these games, we will further look into some AAA games that are creating socially conscious experiences, indie games that focus especially on serious topics, and others, that in some way, create on the player moments of reflection.

2 Projection of Experiences in Games

Gaming as a leisure activity has become more prompt and complex. This means that its demand is also higher. There is thus a need to increase the diversity of games to respond to different types of players, who seek experiences with which they can relate.

The gaming industry has been consistently using while creating content, the same formula that is mostly aimed at the same audience, leaving little space for other artists, ideas, and players. It is, nonetheless, in its majority, a system made by men and for men (Anthropy, 2012).

An immediate response to the lack of diversity in games, that hadn't the intention to revolutionize the industry in sensitizing communities to inclusion, is evident in the worlds of Will Wright in *The Sims* (2000_), *SimCity* (1989), and *Spore* (2008). With these, the player does more than play the game (Gee & Hayes, 2010). Wright gave his players a chance to create the contents of their world and thus create their narratives.

In *The Sims* games, the player is invited to create their characters and build the elements of their life: such as their family, relationships, jobs, and hobbies. In the game *Spore*, there is an identical dynamic, applied to a different narrative. The player starts by incorporating a cell that evolves over several phases to become an intelligent being capable of mastering technology and space travel. During the various stages, the player can change its creature; when it starts inventing things, the player has tools that allows them to create unique vehicles and structures. With these dynamics, the player is no longer a spectator of the narratives produced by others (Gee & Hayes, 2010) and starts creating its own, based on individual experiences (Gouveia, 2009).

3 *Mods and the Creation of Renewed Narratives with Games*

Mods (modifications) can be mere visual additions or alterations to a game, with no immediate changes in behaviors, but they can also change the intentions and playability of a game.

In 2015, Brent Watanabe developed a *mod* for the game *Grand Theft Auto V* (Rockstar Games, 2013), in which he created a deer with free will (Watanabe, 2015). This results in an abnormal experience to the game narrative we are used to seeing.



Fig. 1. Screen captures of the prototype of *San Andreas Streaming Deer Cam* by Brent Watanabe.

Based on the same game, Joseph DeLappe creates the mod *Elegy* (2018-19) that replicates, in the game, the homicides that took place in the USA during the space of a year; DeLappe changes this narrative to a form of political criticism (DeLappe, 2018).

In 2002, for the game *Counter-Strike* (Valve, 2000), Anne-Marie Schleiner created *Velvet-Strike*: a set of sprays meant to be used as graffiti in the game scenario. This project emerged after the 9/11 terrorist attack, following other mods that incited discrimination and violence, already so realistic in games of the genre. The artist created a movement to remember and spread tolerance within the *Counter-Strike* players (Schleiner, 2002).



Fig. 2. A *Velvet-Strike* graffiti in *Counter-Strike*.

In *The Sims*, this possibility for the player to create content transcends the game platform itself. For all versions, there are content-sharing websites created by fans. On the official website of *The Sims 2*, in less than four months, about 125 000 characters and customized houses were uploaded; nearly 5 million visitors then downloaded these. (Business Wire, 2005 cited in Flanagan, 2009). A solid community of people with entirely different backgrounds has been created around something that all had in common

(Gee & Hayes, 2010). In addition to sharing experiences, these communities generate more than that; people acquire social skills when dealing with others with different mindsets (Gouveia, 2009). As well as social skills, inherent in sharing and communicating, creating this type of content requires the player to acquire mastery of tools that may be useful in the real world (Gee & Hayes, 2010).

In addition to the freedom in creating narratives present in *The Sims*, *SimCity*, and *Spore*, there are more details of these games that deserve our attention. Something familiar to all is the complexity of the systems; there is a dynamic that makes the player plan ahead, something that was not common in video games to date. This forces the player to think about the future and the consequences of its actions. A spirit of responsibility and balance is created, which, transported to the real world, might be useful.

4 The Progress of the LGBT Presence

Concerning judgment building in the players, something EA Games has done with *The Sims*, under pressure from its fan base (or not only), is to have created a space for players to express their sexuality without restrictions. In each series, there were improvements, showing an understanding of the need for social evolution over the years. In the first *The Sims* (2000), there was a chance of romantic interaction between *Sims* of the same sex, but there was no chance of a formal marriage proposal. In *The Sims 2* (2004), this possibility of marriage is created, but with different terms for homosexual or heterosexual couples (Joined Union/ Marriage). In *The Sims 3* (2009) there is no longer a differentiation of terms. Finally, in *The Sims 4* (2014), the previous nomenclatures are kept, and the option to change genders is created. This evolution in a cult game like *The Sims* has the potential to shape a generation of players.

Either way, implementing diversity in characters can be more complicated than it appears. When creating a character, the designer tends to use stereotypes (overly sexualized women, heroes with big muscles, etc.) (Cage, 2007 cited in Shaw, 2009) as a way of creating desirable and recognizable personas. Few characters that are part of the LGBT community refrain from fitting any stereotype. One of the scarce examples can be seen in *Assassins Creed: Brotherhood* (Ubisoft, 2010), set in Rome c.a. 1499, where we play with Ezio Auditore, who, in some circumstances, visits Leonardo da Vinci. In dialogue, he says, for example, "women provide little distraction" suggesting, based on similar historical assumptions, his homosexuality. As in this example, many of the LGBT characters present in games are only secondary to the narrative and, on rare occasions, the protagonist. The solution, however, cannot be to force the normalization of the insertion of the LGBT community into gaming environments as this may diminish what is being attempted to communicate (Woods, 2007 cited in Shaw, 2009).

Creating a game about LGBT matters can fall into a dialogue that will eventually turn what should be common into something outside the norm (Shaw, 2009). Nevertheless, some games do it harmoniously. An example that managed to balance these factors was *The Last of Us: Left Behind* (Naughty Dog, 2014), which closely follows Ellie, a queer girl in a post-apocalyptic environment. This is a game that features a realistic

representation of female characters in their adolescence within an atmosphere of survival and horror. Another relevant game is *Gone Home* (The Fullbright Company, 2013) that sets the player in the position of Katie, a teenager who returns home to find it empty and is compelled to explore and find out what happened. Part of the narrative revolves around her sister Sam who, through various hints, narrates the story of how she fell in love with a girl and the impact the lack of her parents' support had on her life. This game creates an experience of tension and immersion in a narrative that is still necessary for the gaming industry.

5 Games, Activism and *Hactivism*

In addition to the examples mentioned, in which activism can be present on a casual basis, there are several games whose intentions are more apparent. One of these is Lucas Pope's 2013 game, *Papers, Please!*. The player takes on the role of an immigration inspector from the fictional country *Arstotzka* who, at the end of the war, is in charge of letting (or not) several characters into the country; among these, we see contraband, spies, and terrorists. The player has to balance the subsistence of themselves and their family, and the sense of responsibility and exhaustive control of the border, having to make decisions in a system against time, which calls into question his instincts and reactions.

Another example of activism in a game is *Bury me, my Love* (The Pixel Hunt, 2017), which follows Nour's story and her experience in trying to leave Syria and go to Europe. The player has a passive and potentially decisive role, taking the place of her husband, Majd. The latter has to stay in Syria and replies to text messages giving advice or just keeping company to his wife by exchanging emojis or photos. The game provides a notion of the passing time, showing the complexity of the current emigration situation. Both these games address relevant issues of the contemporary political paradigm, which convey to those who play it, at least, a feeling of empathy capable of changing opinions and generating actions.

With a more comical approach, *The McDonald's Video Game* (Molleindustria, 2006) is highlighted. It is, in short, a satire on the company's practices showing its dark side. In the game, we are responsible for agriculture, slaughter, restaurant service, and business and marketing decisions. With the role of CEO, the player can decide to plant genetically modified grain, destroy protected forests for planting, bribe unions, etc., to benefit the company. Although *Molleindustria* intended to draw attention to the unethical nature of many McDonald's practices, it ended up showing the difficulty that exists in creating a successful fast-food chain, offering almost a feeling of sympathy to the company by the players.

Thinking about activism in digital environments leads us inevitably to the term *Hactivism*, the use of hacking techniques to create forms of protest (Jordan & Taylor, 2004), with which some of the works already mentioned converge. An example of this is the *etoy* campaign. In 1999, a toy brand whose domain was *www.etoys.com*, upon discovering the existence of *www.etoy.com*, a website dedicated to artistic interventions, decided to buy the latter to stop having it as a competitor. In response, several

online and offline movements have emerged. They created websites to parody the toy brand, sent e-mails to employees informing them of the company's actions, and created a chat-room type platform with graphics of lego soldiers where boycott actions were coordinated. This led the toy brand to end up not buying the domain *www.etoys.com* and suffer a drop in the value of the shares close to 70% (Jordan & Taylor, 2004, pp.83-84).

6 *Serious Games*

Serious games are games with an agenda. They often correlate with activism for exposing compelling narratives and tend to serve a primary purpose other than entertainment: focusing on teaching, health, marketing, among others.

Inherent to this classification, we could consider game-based learning (or gamification), that is still underused, due to some of the previously mentioned mis-concepts on video game history (Gouveia, 2015). The idea of *levels* and *rewards*, which is a common one in games, is being used as an incentive for workers and students to complete everyday tasks. Game-based learning is grounded on the belief that interaction and experience potentiates learning; this is, when a student can enjoy the process of education it is more likely to absorb information.

Moreover, there is the *games for change* category. According to Flanagan these appear close to the activist theme including matters of poverty, racism, discrimination, war, and human rights (2009). A good example of this is Anna Anthropy's 2012 game *Dys4ria*¹, an autobiographical piece about her experience as a trans woman undergoing hormone replacement therapy. The game tackles personal and social issues as well as financial and medical barriers. Additionally, focusing on feminist ideas, Nina Freeman is the author of several games that, from a child's perspective, confront abandonment issues (*Space Dad*, 2014), eating disorders (*My House My Rules*, 2013), dysfunctional families (*A Pretty Ornament I Made*, 2011), and many others. Not only do games like this help sensitize the public about topics they're unaware of, but also helping those who face similar narratives.



Fig. 3. Screenshot of *Space Dad* (2014), Nina Freeman's game based on a child's idea that her dad was saving the universe, trying to rationalize his absence.

¹ We reference an unofficial website since the original (<https://www.newgrounds.com/portal/view/591565>) is no longer available to play.

The main goal of this game category is to create an entertaining experience, and at the same time communicate a social message (Swain, 2007). With this in mind, many of these games tend to dissipate the *serious* factor since a large part of the gaming community is not attracted by the *didactic* element of games (Flanagan, 2009).

Several examples mentioned before are in line with the idea of *teaching* without having the player noticing it. The saga *The Sims* and *Spore*, teach long-term planning. *Zoo Tycoon 2* (2004), in which the player is in charge of creating and managing a zoo, passively teaches habitats, food, and habits of the various animals, and part of the business plan itself. Moreover, the *Assassins Creed* saga serves almost as a history museum: in *Brotherhood* (2010), the player explores ancient Rome and can walk through the *Coliseum* mimicking real-life experiences; *Origins* (2017) is set in Egypt and *Valhalla* (coming out in 2020/21), during the Viking empire. All of these games are conveying knowledge to the player without the educational feel to it since the fun factor dilutes all the information presented.



Fig. 4. The Roman Coliseum in *Assassins Creed: Brotherhood* (2010).

Some of these games may simulate real situations creating a space for the player to experiment and fail, without consequences. The act of producing anxiety in the player can simultaneously give them a feeling of satisfaction if they are in control of the situation (Flanagan, 2009); this is valid for social aspects, for the completion of certain tasks, and even in the mastery of physical activities.

Due to this, many artists have used this medium to create instructions that will generate actions on the part of the players (Flanagan, 2009). Through games, it is possible to educate people about political and social issues, eventually creating a society with better decision-making power.

Mary Flanagan states that the patterns of games reflect cultural changes (2009, p.24), and this statement can be opened to vice versa, admitting that culture is also moldable by games. The *Pokemon Go* augmented reality mobile app (Niantic, 2016) has become a phenomenon that was the focus of several media broadcasts. It took many members of the gamer community to the streets, changing their habits, and positively impacting their health. In 2018, a similar phenomenon was observed with the game *Fortnite* (Epic Games, 2017); it did not have such a positive impact as *Pokemon Go*, nor the media acclaimed it, but its cultural impact is undeniable. It has overwhelmed platforms like Twitch and Youtube, and some of its content like flossing, dab, etc. (which have its

own controversies) passed onto the real world and was seen in schools, parties, and the vastness of social media. The path to success for serious games and activist games is about creating an environment in which the player feels comfortable playing (Flanagan, 2009). That said, there has to be a balance, made by game designers, to capture the interest of the players without compromising their thought process.

7 *Borderline*

We perceived in previous sections that games have the power to convey narratives in a way that differs from other media since it creates an essential interaction between the player and the creator. This interaction is ideal for giving the user a role in something; giving them responsibilities in an environment without consequences for the players to question their choices and have the chance to repeat the journey.

Intending to merge the topics studied and using this potential of the medium, we created *borderline*. Alike *Dys4ia* (Anna Anthropy, 2012), *borderline* regards social and personal issues reflecting thoughts of anxiety and overthinking. Another project that, to a certain extent, resembles ours is *SuperBetter*, Jane McGonigal's 2012 *alternate reality game* intended to make a positive impact on the player's habits and mental health. These contrast in a way where *borderline* aims to put the player in an introspective state of doubt and concern, instead of creating an environment in real life to reduce these thoughts.



Fig. 5. Screenshot of Anna Anthropy's game *Dys4ia*.

At a conceptual level, *borderline* arised from the need to, in a time of pandemic and confinement, communicate the frustration of breaking routines and expectations of the self, and others. The experience given by the game is also an approximation to the homonymous mental illness that is characterized by having an impact on the way of thinking about oneself and those around; it can create difficulties in dealing with emotions and engaging in relationships, leading to emotional crises. It also reveals itself in the form of extreme fear of abandonment, acts of self-harm, chronic feelings of emptiness, a tendency to hold grudges, etc. (World Health Organization, 1993). One in all, the game is an invitation to enter a wandering mind where the player will be able to explore and be immersed in thoughts they had forgotten, never had, or were repressing.

Through a different point of view *borderline* falls into the art game category, alongside *Everything* (David O'Reilly, 2017) and *Proteus* (Ed Key & David Kanaga, 2013), which main objective is exploration; there is no chance of winning or losing, just finishing and starting over, collecting memories.



Fig. 6. Introduction of *borderline*

During the experience, the player gains control of the character, a white cube on a black background where various messages and animations are displayed. The messages can be unexpected, insecure, inquisitive, and uncomfortable questions or statements, taking the player on an introspective journey. These serve, optimally, to those who read them as an incentive to, once again, review their memories, create new ones, or, at least, generate some unusual emotions.



Fig. 7. Scenes of *borderline*

Throughout, when deviating from its path, the player encounters an environment filled with color and *odd* animations. Each one encountered becomes part of the player's story and is collected as a memory.



Fig. 8. Menu of the collected memories

When opening the game, the soundtrack begins. It consists of three sections: the introduction that only appears at the beginning and is then followed by four measures that repeat on a loop until the player reaches the end, where all dissonances and discomfort are resolved with the final sentence.

♩ = 160

1 C#m6 C#6 A#7 F#7sus2

6 C#m7 F#7sus2 C#6 F#7(5)

10 Fm9 Fm6 C#6 C#7b5 Cdim7(11) Fm7

Fig. 9. Simplified chord progression

The harmony used is embellished with ninth chords denoting tension through dissonances, sixth chords that create points for resolution, and seventh chords that destabilize the chord and offer a way forward. The complex harmony and repetition end up causing the player to feel uncomfortable and uneasy.



Fig. 10. Final scene of *borderline*

In *borderline* there is a correlation with life in which, whatever the path, there is an invariable finale. A literal atmosphere is created around the cliché of *giving value to the journey and not the destination*.

8 Conclusion

The *borderline* playful media was designed with an exploratory research question, can an interactive gaming experience contribute to generate awareness about mental disorders? In that scope, we used an exploratory research methodology with the aim of reflecting on the borderline mental and behavioral disorder to make the player feel empathy about the troubling condition of those who have it. Previous research in playful media and gaming was done with the goal of connecting media studies and game design with an activist and artistic perspective. The prototype created suggests an introspective journey through music and visuals with a poetical arts-based research approach where the players fill the voids of interpretation with their own ambiguities. Future research in gaming applied to behavioral disorders, such as anxiety, will be supported under a master thesis at the Lisbon University Fine Arts Faculty and the research center ITI/LARSyS.

9 Acknowledgments

This research was partially funded by LARSyS (Project - UIDB/50009/2020).

References

1. Anthropy, A.: Rise of the Videogame Zinesters: How Freaks, Normals, Amateurs, Artists, Dreamers, Drop-outs, Queers, Housewives, and People Like You Are Taking Back an Art Form. Seven Stories Press, New York (2012).
2. *A Pretty Ornament I Made*, <http://ninasays.so/ornament/>, last accessed in 2020/18/11.
3. *Assassin's Creed*, <https://www.ubisoft.com/en-us/game/assassins-creed?isSso=true&refreshStatus=noLoginData>, last accessed in 2020/30/09.
4. *Bury me, my love*, <http://burymemylove.arte.tv>, last accessed in 2020/30/09.
5. DeLappe, J: Elegy: GTA USA Gun Homicides, <http://www.delappe.net/play/elegy-gta-usa-gun-homicides/>, last accessed in 2020/30/09.
6. *Dys4ia*, <https://freegames.org/dys4ia/>, last accessed in 2020/18/11.
7. *Everything*, <http://www.davidoreilly.com/everything>, last accessed in 2020/30/09.
8. Flanagan, M.: Critical Play: Radical Game Design. MIT Press, Cambridge (2009).
9. *Fortnite*, <https://www.epicgames.com/fortnite/en-US/home?sessionInvalidated=true>, last accessed in 2020/30/09.
10. Gee, J. P., Hayes, E. R.: Women and Gaming: The Sims and 21st Century Learning. Palgrave Macmillan, London (2010).
11. Gouveia, P.: Narrative paradox and the design of alternate reality games (ARGs) and blogs. In: 1st International IEEE Consumer Electronic Society's Games Innovation Conference, ICE-GiC 09 (2009).
12. Gouveia, P.: Serious gaming: how gamers are solving real world problems. In: Artech 2015, Seventh International Conference on Digital Arts, 147-56 (2015).
13. *Gone Home*, <https://gonehome.game>, last accessed in 2020/30/09
14. *Grand Theft Auto V*, <https://www.rockstargames.com/V/>, last accessed in 2020/30/09.
15. Jordan, T., Taylor, P.: Hacktivism and Cyberwars. Psychology Press, London (2004).

16. Lima, L., Gouveia, P.: Gender Asymmetries in the Digital Games Sector in Portugal. In: DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere (2020).
17. *My House My Rules*, <http://ninasays.so/myhousemyrules/>, last accessed in 2020/18/11.
18. *Pokemon GO*, <https://www.pokemongo.com/en-us/>, last accessed in 2020/30/09.
19. *Papers, Please*, https://store.steampowered.com/app/239030/Papers_Please/, last accessed in 2020/30/09.
20. *Proteus*, <https://store.steampowered.com/app/219680/Proteus/>, last accessed in 2020/30/09.
21. San Andreas Streaming Deer Cam: studies for computer-controlled installation, http://bwatanabe.com/GTA_V_WanderingDeer.html, last accessed in 2020/30/09.
22. Shaw, A.: Putting the Gay in Games. *Games and Culture*, 4(3), 228–253 (2009).
23. Swain, C.: Designing games to effect social change. In: 3rd Digital Games Research Association International Conference: “Situated Play”, DiGRA 2007, 805–809 (2007).
24. *SimCity*, <https://www.ea.com/games/simcity>, last accessed in 2020/30/09.
25. *Space Dad*, <http://ninasays.so/spacedad/>, last accessed in 2020/18/11.
26. *Spore*, <http://www.spore.com>, last accessed in 2020/30/09.
27. *SuperBetter*, <https://www.superbetter.com>, last accessed in 2020/18/11.
28. *The Last of Us: Left Behind*, <https://www.thelastofus.playstation.com>, last accessed in 2020/30/09.
29. *The McDonalds Video Game*, <https://molleindustria.org/mcdonalds/>, last accessed in 2020/30/09.
30. *The Sims*, <https://www.ea.com/games/the-sims>, last accessed in 2020/30/09.
31. *Velvet-Strike*: counter-military Graffiti for CS, <http://www.operatorsociety.net/velvet-strike/about.html>, last accessed in 2020/30/09.
32. World Health Organization: The ICD-10 classification of mental and behavioural disorders: clinical descriptions and diagnostic guidelines. World Health Organization. (1993).
33. *Zoo Tycoon 2*, https://zootycoon.fandom.com/wiki/Zoo_Tycoon_2, last accessed 2020/30/09.

A.6. GDD de *Commute*

Tal como mencionado no decorrer deste documento, o GDD explica em pormenor as mecânicas do jogo, tendo sido a base ao protótipo criado, e será referência para mudanças futuras permitindo que diferentes developers fiquem a par do projeto.

Este documento foi escrito em Inglês para permitir que seja partilhado e compreendido por um maior número de pessoas, e para se utilizar vocabulário específico à área sem ter de recorrer a traduções incomuns, ou quebrar a leitura com anglicismos.

Game Design Document

COMMUTE

Version 3.1



INDEX

Game Overview	3
Gameplay and Mechanics	4
Art Style	13
Music and Sounds	15
Interfaces	16
Accessibility	18
Technical overview	19
Deployment	19



GAME OVERVIEW

Concept

The clock reaches 19:00! Finally, you can get out of work and head home... it's winter again, and the days are shorter - It's pitch-black already.

Maybe at the end of the year, you've saved enough money for a car but for now, public transports will do.

You've read about issues in this city, but certainly not in your neighborhood! Everyone seems very nice so it certainly shouldn't be a problem; you will do just fine!

Target Audience

The game is expected to reach audiences over 16.

- explicit language;
- implicit violence/death/rape.

Flow Summary

Commute is a single-player 2D adventure game where the player, as a young woman, has the challenge of getting home after work. In this journey, the player will get to make choices that will define their safety.

As the story progresses, the player will understand that every choice they make has consequences, whether it is the right one or not.

Look and Feel

The game makes use of digitally drawn visuals, providing a careless look of city streets, allowing the player to focus on the narrative and choices they have to make.

Being set at night most of the environments will provide a somber yet oddly relaxing look making use of intriguing and mesmerizing color pallets.

The player will get to observe some humorous and inciting details of social and political matters.

GAME-PLAY AND MECHANICS

Objective

Main: The player's goal is to arrive home for seven days, each one with different events. The player is ought to get home, making crucial decisions.

(going to the gym, going for a run, going out on the weekend, Friday night the streets are full of people)

Secondary: Discover all world interactives.

Challenges

To finish the game, the player will have to rely on luck, and on making the best choices they perceive. Discovering all the interactives is as well a challenge since they are camouflaged in the illustrations.

Structure & Progression

After starting the game, the player begins in the middle of a two-way road that leads, to the left, to the bus stop or the right, to the train station providing, at the get-go, a decision to make.

Commute will progress with each choice the player makes; it will bring different encounters, backgrounds, and interactive elements.

At every decision, the game might end. To win you have to finish the 7 days of making it home safe.

Game Experience Goals

1. The game will be, at the same time, tense and engaging - the combination of the grim environment and the imminent danger with the inciting details on the interactive elements presents the player with a rebellious feeling.
2. Throughout the game, and when following the narrative, the player will want to reach the end, and ensure the safety of the character.
3. When losing, the player will feel gradually more revolted with the unfortunate events that occur, motivating them to repeat, complete the game, and be aware of real-life struggles that people face.
4. The player will feel fulfilled when collecting all the interactive experiences.
5. The hand-drawn visuals, audio design, and soundtrack will make the player feel immersed in the experience of Commute.

Actions

Throughout the game, the player controls the main character from a 2D perspective with **point-and-click** actions. Therefore, the player uses the **mouse** to walk, select options, and interact with the world.

The player can also reach for their smartphone that toggles special options (requesting a taxi, calling a friend, fake calling a friend, etc.) these are controlled the same way as the world options.

Winning

The player wins when arriving home on the seventh day.

Losing

With every choice the player makes, there is a chance of losing. Making the right decisions won't guarantee the character's safety, but wrong decisions will augment the chance of losing, proving the point that the victim is never to blame.

The longer the player takes to get home, the higher the risk.

The losing is implicit, the player doesn't watch a gruesome cut-scene, but is left with the feeling that something terrible happened.

Entities

The entities present in the game are the main character, her colleague from work, and several uncertain figures.

Main Character - Sam

Sam, the playable character, is present throughout the whole game. She can interact with the world, with some of its elements, and with some entities in structured dialogue (with the coworker, friends, and some figures).

Work Colleague - Alex

The work colleague is present in the early part of the player's commute and provides some dialogue options. Depending on the choices made, they might accompany the character to the train station where they'll part.

Figures

As stated above, the figures are uncertain personas created to portray passer-byes in a way that dismisses their appearance. They interact with the main character in dialogue, sometimes unidirectionally.

Game Sections

● Leaving Work - Main Street

This street is the first thing the player sees at the beginning of every in-game day. It leads to the train station (to the right) or the bus stop (to the left) - the train station is the one located further away. Alongside this road, there are several cafes/bars, stores with interactive showcases, beggars, or apartments. Sometimes there are passer-byes.

● Train Station

This is an end section where the player can catch the train home. Sometimes the coworker will accompany the main character to the station, but they catch a different train.

● Bus Stop

The bus stop is another end section where the player waits for the bus. Here, they can interact with the bus' schedules, passer-byes, and their phone. If the player decides to call a taxi they can use their phone to do so and will catch it on this section of the game.

● Leaving the Train Station - Narrow Street

After leaving the train station, the player will be led into a narrow street with fused lights, poorly cared for pavement, empty and/or broken bottles, etc. Sometimes there are passer-byes.

● Leaving the Narrow Street - Tunnel

Following the narrow street, the player encounters a tunnel that will have its appearance changed throughout the in-game days; the walls that at first were freshly painted and the functioning lights will deteriorate and be replaced with graffiti and crashed lights.

● Home Street

Following the tunnel or after exiting the bus, the player will end up close to the character's apartment. (This background is also used for special events: going for a run, the path to go out with friends, etc.)



map scheme - color coded

Taxi Ride

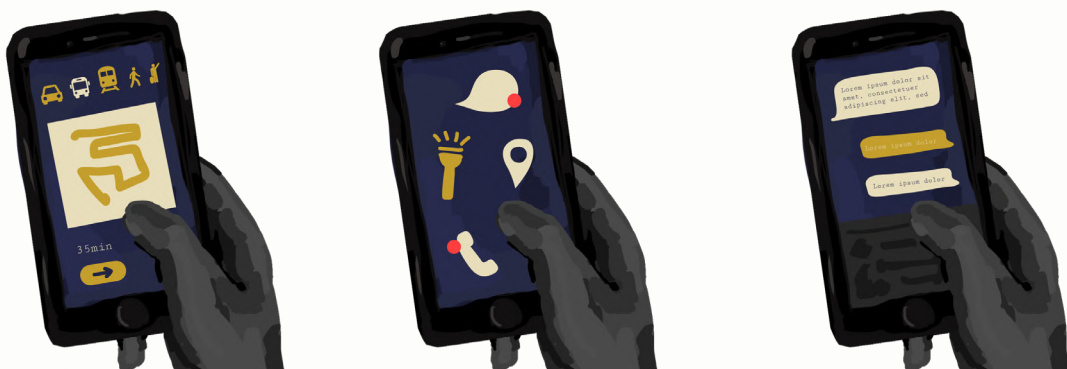
Inside the taxi, the player will have a vision of the road ahead and the back of the driver, looking from the backseat. The player can have dialogues with the driver and use their phone.

Mobile Vision (and Clock)

In this section, the player has a first-person view of the character's items and can interact with them - the clock has an alike view but with no interaction (its useful to know how much time has passed, since the latter, the more dangerous it is). The mobile has several options that vary accordingly to the situation the character is in:

1. Check maps - this will have options on top, like google maps, of taking the train and the time it takes to arrive, take the bus, walk (the character will never allow), driving (that is not possible), or calling a Taxi;
2. Call the Taxi - if trying to use it many times in a row the character will deny it and say she can't spend all her money on commute;
3. Option to turn on the light - only suggested when the lights are off or nonexistent ;
4. Make a call - when feeling bored/ in danger the character may call some friends or family; if they don't answer, the player has the chance to fake a call (might seem strange to some, but its a common strategy woman apply when sensing to be followed or observed);
5. Receive texts and reply - the character's mom will sometimes text and ask if she's ok; her friends will invite her out, etc.

The clock has a similar view to the mobile phone but no interaction - when the character loses the train it shows the time, or if the phone battery ends.



scheme of the phone's interface

Game References



Gone Home (Fullbright, 2013) - Narrative-oriented game; the player is expected to look for details in the game world.



Beyond your Window (Team SolEture - 2020) - 2D Visual Novel with impactful dialogue and digitally drawn illustrations.



Freshman Year (Nina Freeman - 2014) - A narrative game that portrays a rape scene. It is also hand-drawn.

Narrative

Game World

Commute is set in a fictional city, inspired by some streets of Lisbon. Storefronts, street signs, and most world text elements are distorted as ironic accusations or complaints. The play with lighting and darkness is essential to transmit the vibes of a turbulent city at night-time. Throughout the game, the player will encounter several figures as depicted previously.

Characters

What follows is a detailed description of all the characters with some backstory, goals and motivations, personality features, relationship to other characters, and relevance to the story.

Sam

Sam is a young woman that just moved to a new city - a bigger city. The excitement of new life opportunities was quickly shadowed by the fears that started appearing.

During the day she feels excited and safe by the amount of people around her. At night, all those people turn into indiscernible figures and then, the words of her mom resonate in her mind - "be careful", "I saw that another girl was raped", "...was robbed", "...was kidnapped", "don't walk alone at night." - like there is a choice.

The details of the illustration are few, therefore not many features are portrayed. Sam has a regular figure and short hair - she is portrayed as a silhouette.



Coworker

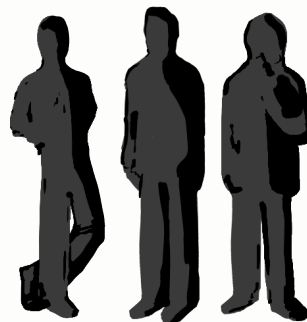
Alex is a woman around the same age as Sam. To Sam's eyes, they are fearless and confident.

Alex has long curly hair, she wears a casual, effortless look with jeans a loose jacket - Alex will be portrayed as a silhouette as well.



Figures

With the intention of not following stereotypes, these figures will be less more than silhouettes. They will represent passer-byes, drivers, beggars, people at cafes, etc.



Areas

The main areas were stated before as Game Sections, now they will be further described, and examples will be given.

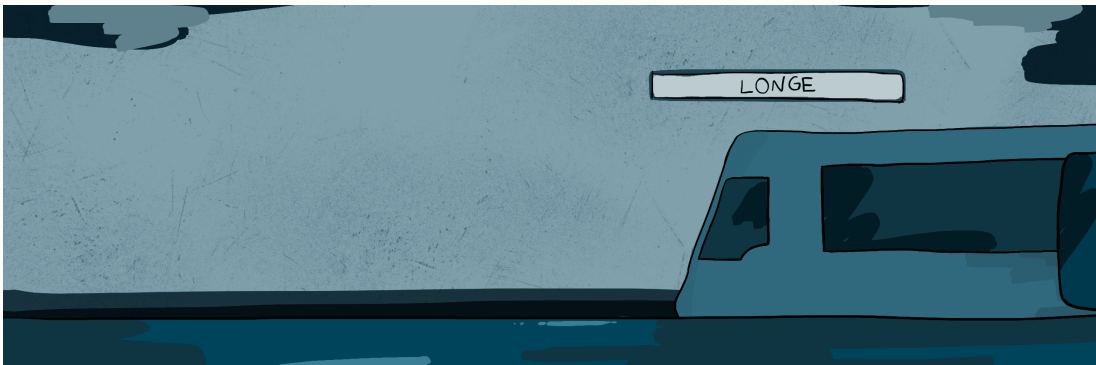
Leaving Work - Main Street

There are storefronts present on this street, alongside there are critiques of this type of business that target women's weaknesses and use that as selling points.



Train Station

With a distinct intention, the train station has a sign that displays the social frustration of having to wait and being far from home; it says something along the lines of "Not home yet".



Bus Stop

This area has a bench where the character waits and flickering lamps. When interacting with the bus' schedules, the player will have a close-up of it and read "Uncertain" throughout the sign.



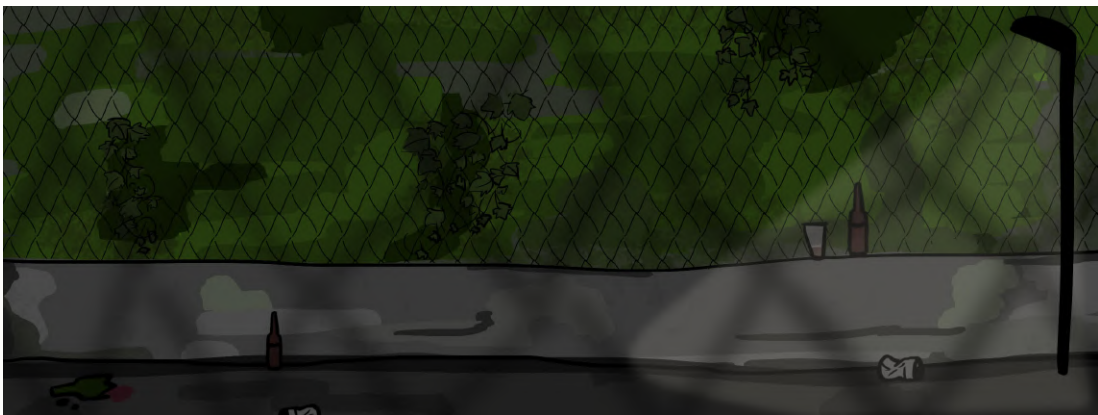
Taxi Ride

As stated before, inside the Taxi, the player sees the road through the middle of the front seats and the back of the driver, who turns slightly around to talk to the character. Using the phone Sam has access to the map and to make calls.



Leaving the Train Station - Narrow Street

The view of this street reveals a fence with untamed plants, fused lights, poorly cared for pavement, and empty and/or broken bottles.



Leaving the Narrow Street - Tunnel

The tunnel has, on the first in-game days freshly painted walls that will deteriorate and be replaced with graffiti. The bright white lights will be broken and leave the tunnel in the dark. In these situations, the player can use the phone to light the path.



Home Street

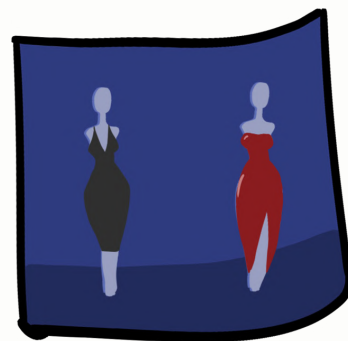
This background has a more relaxed feeling and warmer lights.



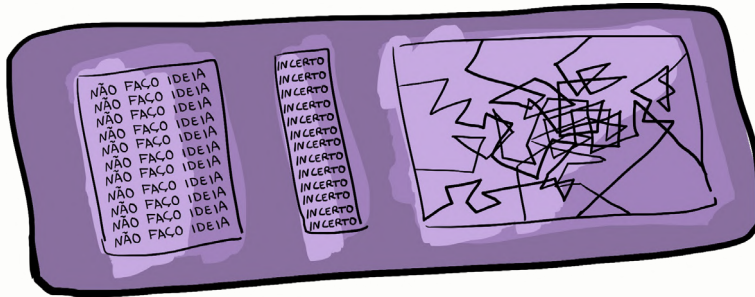
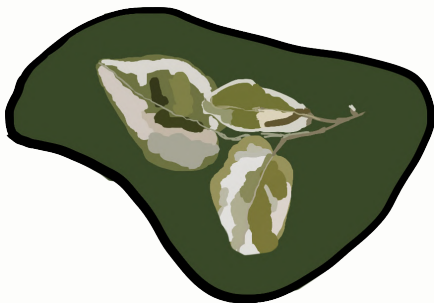
Interactables

Hidden in the illustrations the player can find some details that enrich the narrative, the character's personality, or that critique some realities.

On Main Street, the player can find the first hidden details. On a cafe, there is the plaque that shows "We sell expensive coffee" mocking the overrated coffee shops directed at tourists in capital cities. On the same scene, there is a store window with expensive and petite party dresses that seem to only fit one specific body type but are shown as a staple piece every woman should own and fit into. Lastly, there is a reflection that startles the character but ends up being their own, to which she waves.



The following scenes show details such as the bus schedules that are always incomprehensible, a showcase of a particular store, a pretty plant, and the neighbors' dinner.



Script Main Beats

Sam finds a job in the big city and decides to move - she is feeling overwhelmed.

Every night of this week, different things happen:

Some specific nights - she might go for a run

Friday - crowds in the center - extra drinks on the narrow passage

Each day will have between 3-6 minutes of playtime.

ART STYLE

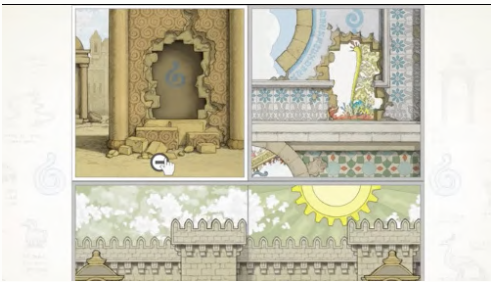
As stated in previous sections, this game features digital illustrations with irregular strokes and out-of-place fills. The ratio used is abnormally horizontal, as a representation of the long path.

The color pallet will vary accordingly to the place where the character is. On Home Street, the colors will consist of browns, oranges, and warm, comfortable tones. On the way home the pallet will gradually become less comfortable and more severe, blue and gray tinted colors take over.

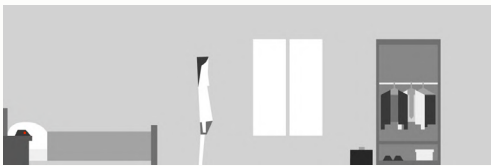
References



Gris (Nomada Studio, 2018) - a watercolor based platform game. Serves as a good example of flow in animation and the use of color to convey moods.



Gorogoa (Jason Roberts, 2017)- features a hand-drawn story and animations with a puzzle dynamic;



Every day the same dream
(Molleindustria, 2009)- Horizontal Ratio, social critic and narrative-driven;

Key Assets

For the entirety of the game, there are some main needed assets:

[Commute - Assets Listing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ER0Bbi43-vTH1ajPcQV6gcWj-USjCpM04ezQvTYdeHs/edit?usp=sharing)

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ER0Bbi43-vTH1ajPcQV6gcWj-USjCpM04ezQvTYdeHs/edit?usp=sharing>

Character stills and animations

First and foremost full animations of the main character. Concerning her, exists a walk and idle animation with variations looking at the phone.

For the coworker, there is an idle, and a walking animation.

The figures will have different sizes and shapes, and walking animations for each. Also some other specific still illustrations like the beggars, bar-goers, taxi drivers, etc.

Backgrounds

There are at least 10 distinct backgrounds as described in two previous sections.

Props

The player interacts with the phone, and watch when playing; the outdoors lighting poles will also be coherent throughout the game - varying only from broken to intact;

Text and Graphic elements

For the overall look and feel of the game, these elements are essential:

- The dialogue font and its overall appearance - will resemble hand-drawn letters (ex: barrio, caromi, amatic);
- The game icon/logotype;
- The cursor icon;
- The UI elements - pause, back, quit, settings, etc.
- The main and pause menus;
- The phone HUD and inside menus - maps, etc;
- In-game options (choices, dialogue, etc);
- Interactive highlight;
- First time interacting notice - text, and counter (x/xx);
- Help arrows and highlights;



MUSIC AND SOUNDS

Soundtrack

A lo-fi layered looping soundtrack will be composed - layers will be added in the most intense moments. A variation of the soundtrack with a different feeling - lighter, warmer - will be played at home and in the home street.

Sound Effects

Sound of people walking, chatting, radio music, cars passing, a phone ringing, catcalling, whistles, etc.

Selecting options, scrolling through/hovering options, etc.

Voice acting

For the main character's thoughts, as well as subtitles;

The remaining dialogue will be only subtitled and accompanied by talking sound effects.

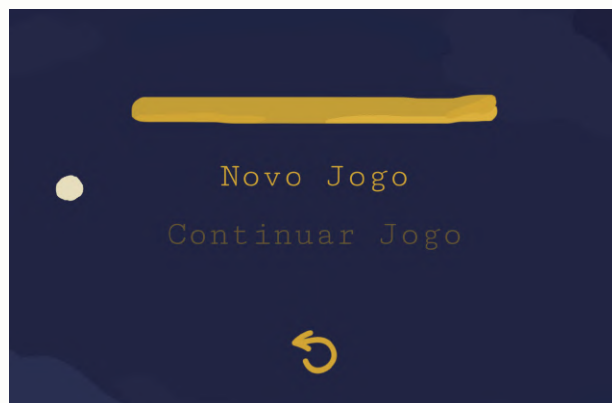
INTERFACES

Menus

Start Menu

When the player starts the game, there is a Menu that allows him to manage the gaming sessions and the general options of the game.

- Start
- Options
- About - takes to the game page with stories of women walking at night;
- Quit Game



Loading Screen

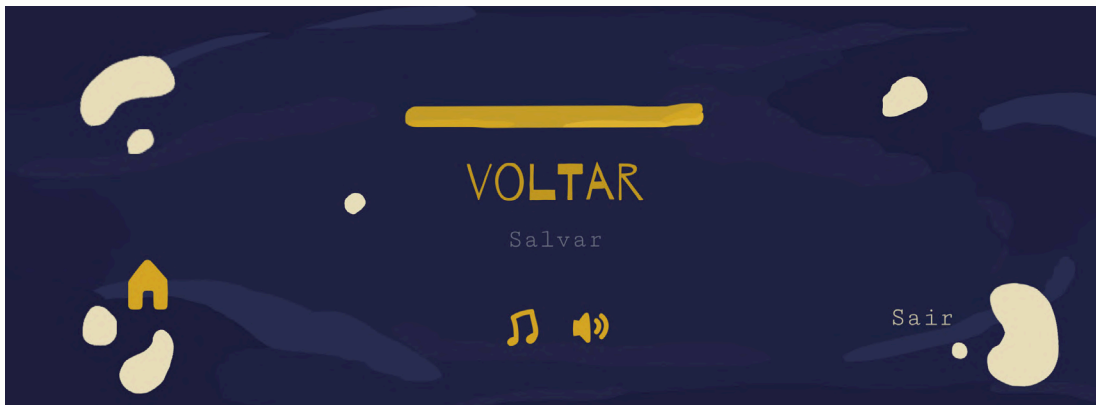
At the beginning of each day, a screen displaying the day of the week/number of days played is shown; As well as a digital clock showing the time advancing - 18:59 -> 19:00

Perhaps a comment, fact, help, etc.

Pause Menu

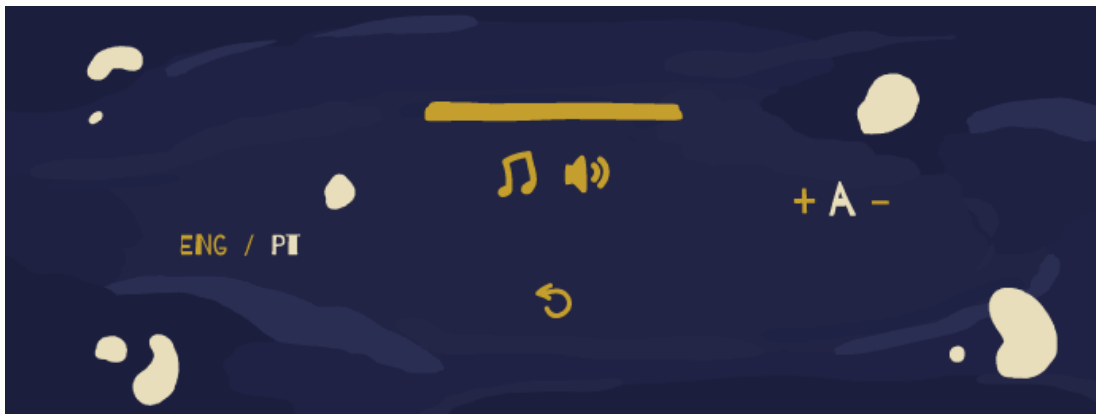
The pause menu will be a place to change options and leave the game. The options available right away are music and sound functions. All buttons are listed below:

- Home - confirm quit pop up - save!
- Save
- Music & Sound
- Options
- Resume



Options Menu

- Change Language - PT, Eng
- Music and Sound
- Font sizing



HUD

On-screen is present:

- the pause button;
- a mobile phone icon to access mobile actions;
- when triggered, some options for dialogue or actions;
- highlighted elements when hovering.



Help

A starting tutorial is displayed, making use of the character Alex, and explicit help is given when the player appears stuck - as explained in Accessibility.

It is displayed in the form of arrows, highlights, and camera pans.

ACCESSIBILITY

[The following adjustments to the user experience adhere to the guidelines presented in <http://gameaccessibilityguidelines.com/>]

- Even if there isn't a confirmation for interactions, it won't punish the player since there will be other chances to repeat or go back on the decisions, bypassing slippage or shakiness problems.
- All the interface fonts and subtitles can be resized.
- At the beginning of each game, the player is shown a quick tutorial on the commands. If lost or standing still for a certain period, some clues in the form of

highlights and arrows appear.

- The players will be able to progress through text prompts at their own pace. Moving from one dialogue line to the next always requires the intervention of the player.
- The game is saved at the end of each day.

TECHNICAL OVERVIEW

Target devices

The game should be deployed for WebGL to be played in a browser; since it uses a point and click mechanic it might be easy to convert to mobile devices as well.

Development technology

The game will be developed using Unity (game engine).

For illustrations, Adobe Photoshop and Illustrator.

For the soundtrack and sound effects, FL Studio and Audacity.

DEPLOYMENT

Distribution channels

The game will be distributed using itch.io and social media platforms.

Analytics

Through the Itch.io platform.

Release Approach

The game is to be ready at the end of the second semester of 2020/2021.