

ESCOLA DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA
MESTRADO EM HISTÓRIA

TOBIAS DROSTE SILVA

**HISTÓRIAS JOGÁVEIS: AS REPRESENTAÇÕES SOBRE A EXPANSÃO COLONIAL
E O PAPEL DO BRASIL NOS JOGOS DE TABULEIRO**

Porto Alegre
2023

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

TOBIAS DROSTE SILVA

**HISTÓRIAS JOGÁVEIS: AS REPRESENTAÇÕES SOBRE A EXPANSÃO
COLONIAL E O PAPEL DO BRASIL NOS JOGOS DE TABULEIRO**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre em História pelo Programa de Pós-Graduação em História da Escola de Humanidades da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Luis Carlos dos Passos Martins

Porto Alegre

2023

TOBIAS DROSTE SILVA

HISTÓRIAS JOGÁVEIS: AS REPRESENTAÇÕES SOBRE A EXPANSÃO COLONIAL E O PAPEL DO BRASIL NOS JOGOS DE TABULEIRO

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre em História pelo Programa de Pós-Graduação em História da Escola de Humanidades da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Área de concentração: História das Sociedades Ibéricas e Americanas

Aprovada em: _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Luis Carlos dos Passos Martins (PUCRS) - Orientador

Prof. Dr. Marcello Paniz Giacomoni (UFRGS)

Prof. Dr. Charles Monteiro (PUCRS)

Porto Alegre
2023

Ficha Catalográfica

S586h Silva, Tobias Droste

Histórias jogáveis : as representações sobre a expansão colonial e o papel do Brasil nos jogos de tabuleiro / Tobias Droste Silva. – 2024.

134.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em História, PUCRS.

Orientador: Prof. Dr. Luis Carlos dos Passos Martins.

1. Jogos de tabuleiro. 2. Representações. 3. Brasil. 4. Colonização. 5. Análise do discurso. I. Martins, Luis Carlos dos Passos. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da PUCRS
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Bibliotecária responsável: Clarissa Jesinska Selbach CRB-10/2051

AGRADECIMENTOS

Aos meus avós.

Aos meus pais Amaury Silva Júnior e Annette Droste, por sempre acreditarem em mim.

À minha tia, Dorothea Droste, que mesmo longe, sempre deu muito carinho.

À Isadora Freitas, que desde a graduação me acompanha pessoalmente e profissionalmente com muito afeto e parceria.

Ao Freddy, Juno, Moritz e Barth.

Aos meus amigos, Thiago Costa, Pricila Müller, Augusto Rossi, Artur Martini, Rafael Cassel, Vicente Leorato, Douglas Haas.

Ao professor Dr. Luis Carlos dos Passos Martins, que orientou e incentivou a escolha da temática.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico e à Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, pela concessão da bolsa que permitiu a realização do presente estudo.

À banca, pela disponibilidade e pelas contribuições valiosas, visando a qualificar este trabalho.

RESUMO

Os jogos analógicos cada vez mais abordam temáticas históricas nas suas narrativas. A chegada dos *Hobby Games* ao Brasil, a partir da década de 1980 com os *RPGs* e, em 2010, com o surgimento de editoras nacionais com foco em publicações de *Eurogames*, reforça a prática de jogar com a história. A presente pesquisa teve como objetivo analisar como os *Hobby Games* representam a colonização portuguesa e o papel do Brasil, por meio de suas ilustrações, textos e regras em três jogos específicos: *Age of Empires III: Age of Discovery*, *Navegador* e *Tragédia de Tracunhaém*. Com o intuito de demonstrar de que forma as representações estão sendo construídas a partir do lúdico, utilizamos a Análise de Discurso para evidenciar os sujeitos do discurso e a sua relação com as mecânicas do jogo. Com isso, foi possível identificar qual história está sendo contada, como, por quem e para quem.

Palavras-chave: *Hobby Games*. Colonização. Representação. Análise de Discurso. História Cultural.

ABSTRACT

Analog games increasingly address historical themes in their narratives. The arrival of Hobby Games in Brazil, starting in the 1980s with RPGs and in 2010, with the emergence of national publishers focusing on the publishing of Eurogames, has reinforced the practice of playing with history. This research aimed to analyze how Hobby Games represent the Portuguese colonization and the role of Brazil through their illustrations, texts and rules in three specific games: Age of Empires III: Age of Discovery, Navegador and Tragédia de Tracunhaém. In order to demonstrate how representations are being constructed from the ludic, we used Discourse Analysis to highlight the subjects of the discourse and their relationship with the game mechanics. This made it possible to identify which history was being told, how, by whom and to whom.

Keywords: Hobby Games. Colonization. Representation. Discourse Analysis. Cultural History.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Estimativa de jogos analógicos lançados nos últimos dez anos (2013-2022) no Brasil.....	16
Figura 2 - Estimativa do número de jogos analógicos com temática histórica em relação ao total de jogos ranqueados pela <i>Ludopedia</i>	17
Figura 3 - Livros de regras de <i>Dungeons & Dragons</i>	27
Figura 4 – <i>Magic: The Gathering</i>	27
Figura 5 – Tabuleiro de <i>Age of Empires III: Age of Discovery</i>	64
Figura 6 – Ficha de descoberta de <i>Age of Empires III: Age of Discovery</i>	66
Figura 7 – Especialistas do jogo <i>Age of Empires III: Age of Discovery</i>	67
Figura 8 - Tabuleiro principal do jogo <i>Navegador</i>	77
Figura 9 - Rondel dividido em oito partes (<i>Workers, Market, Colony, Privilege, Ships, Market, Buildings e Sailing</i>).....	78
Figura 10 – Caixa do jogo <i>Navegador</i>	90
Figura 11 – Apresentação das peças do jogo segundo o livro de regras de <i>Tragédia de Tracunhaém</i>	98
Figura 12 – Tabuleiro do jogo <i>Tragédia de Tracunhaém</i>	99
Figura 13 – Ilustração do livreto de regras de <i>Tragédia de Tracunhaém</i>	106
Figura 14 – Peças do jogo <i>Tragédia de Tracunhaém</i>	109

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 O ADVENTO DOS <i>HOBBY GAMES</i>: CONCEITO, INDÚSTRIA E PÚBLICO	22
2.1 Conceito de <i>Hobby Games</i>: contextualização, desvios e uma possível definição	22
2.2 A indústria de brinquedos no Brasil e o surgimento de editoras nacionais de jogos de tabuleiro	31
2.3 A produção dos <i>Hobby Games</i> no cenário brasileiro	43
2.4 Público dos <i>Hobby Games</i>	52
3 QUANDO O BRASIL SE MATERIALIZA NO TABULEIRO: AS REPRESENTAÇÕES SOBRE A COLONIZAÇÃO PORTUGUESA NA AMÉRICA E A FORMAÇÃO DA SOCIEDADE BRASILEIRA	57
3.1 O jogo <i>Age of Empires III: Age of Discovery</i>	59
3.1.1 <i>Contextualização: autor, editor e recepções</i>	59
3.1.2 <i>Regras, fundamentos e perspectivas: as narrativas que acompanham a mecânica do jogo</i>	63
3.1.3 <i>Discursos visuais e textuais</i>	68
3.2 O jogo <i>Navegador</i>	70
3.2.1 <i>Contextualização: autor, editor e recepções</i>	71
3.2.2 <i>Regras, fundamentos e perspectivas: as representações que acompanham a mecânica do jogo</i>	76
3.2.3 <i>Componentes: Análise do discurso a partir do material do jogo</i>	86
3.3 O jogo <i>Tragédia de Tracunhaém</i>	94
3.3.1 <i>Contextualização: autor, editor e recepções</i>	95
3.3.2 <i>Regras, fundamentos e perspectivas: as narrativas que acompanham a mecânica do jogo</i>	97
3.3.3 <i>Discursos visuais e textuais</i>	102
5 CONCLUSÃO	112
REFERÊNCIAS	115
ANEXOS	126

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, existem 27 significados para a palavra jogo conforme o dicionário Houaiss (Jogo, 2023), que incluem metonímia, sentido figurado, extensão de sentido e metáfora. O jogo pode ser uma atividade recreativa que tem por finalidade entreter, divertir ou distrair. Aproxima-se da palavra brincadeira e tem como exemplos o *Pega-pega*, o *Esconde-esconde* e a *Amarelinha*. Além disso, pode ser entendido como uma atividade submetida a regras que definem o vencedor e o(s) perdedor(es), podendo ser uma competição física e mental e sendo disputado por premiação ou prazer. Assim, *Uno*, *Truco* e *Xadrez* são exemplos. O jogo também pode designar uma partida inserida em uma competição maior, como um jogo de futebol, vôlei, basquete e tênis. É possível também designar jogo como um sinônimo de aposta. Apenas alguns exemplos de significado desta palavra foram mencionados, mas, entre os 27 significados no dicionário Houaiss, é possível identificar a aproximação do seu sentido como uma atividade, e ausência de relação com jogo analógico ou virtual de *videogame* ou computador.

Recentemente, podemos acompanhar o jogo como um objeto mensurável de maneira econômica e enquanto costume. Os dados projetados pela *Newzoo* previam que o mercado de jogos gerasse uma receita global de 159,3 bilhões de dólares no ano de 2020 (Riveira, 2020). Segundo a página eletrônica *Globo* (Cerca, 2020), a empresa de pesquisa de mercado *DFC Intelligence* constatou que os jogos fazem parte da vida de 3,1 bilhões de pessoas no mundo. Essas informações foram colhidas até a metade do ano de 2020 e consideram um crescimento impulsionado pelo isolamento social devido à pandemia da Covid-19. Em relação ao perfil do público que consome jogos, a *designer* de jogos norte-americana Jane McGonigal (2012) afirmou que, nos Estados Unidos, o jogador médio tem cerca de 35 anos e joga há cerca de 12 anos, 97% dos jovens dedicam-se a jogos de computador ou *videogames*, e um em cada quatro jogadores tem mais de 50 anos. Além disso, uma pesquisa realizada no Reino Unido, publicada no portal *G1* (Gamers, 2020), afirmou que, em média, um jogador passa 9,2 horas por semana jogando *videogame*.

No Brasil, apesar do alto índice de desigualdade social, o número de jogadores é significativo. Segundo a 7ª edição da *Pesquisa Game Brasil*, realizada em 2020,

cerca de 73,4% dos brasileiros jogam, com um crescimento de 7,1% em relação a 2019 (Lordello, 2020). Quanto ao perfil do público consumidor, em primeiro lugar estão adultos de 25 a 34 anos, representando 33,4% e, em seguida, estão os jovens de 16 a 24 anos, representando 32,5% dos jogadores. Em relação ao uso, 49,3% das pessoas declararam que jogam diariamente. Esses números garantem ao Brasil o 13º lugar na classificação global de mercado de jogos, sendo líder na América Latina (Brasil, 2019).

A presente pesquisa teve como objetivo estudar esses jogos que não estão reduzidos a uma atividade isolada, mas sim, constituem uma prática constante e que são entendidos como um produto cultural que está localizado, como mencionado pelo historiador Robson Scarssati Bello na sua dissertação *O Videogame como representação histórica: Narrativa, Espaço e Jogabilidade em Assassin's Creed (2007-2015)* (Bello, 2016), em um processo de globalização:

Assim, os games situam-se sobretudo em um sistema cultural onde tudo está interligado: a Indústria Cultural alçou uma escala global e uma convergência de formatos e conteúdos, disseminando-se pelo planeta e articulando produções de inúmeras indústrias – a audiovisual, lúdica, editorial, têxtil, dentre outras (Bello, 2016, p.39).

Nesse sentido, a ascensão dos jogos virtuais e analógicos deve ser contextualizada a partir do final do século XX e compreendida como fundamental para a transição do entendimento do jogo como atividade para jogo como prática e objeto cultural. Mesmo assim, é importante perceber que ainda temos caminhos recém formalizados para entender o jogo como uma profissão, como os *e-sports*.

Dito isso, é o jogo enquanto prática e objeto cultural que foi analisado nesta pesquisa, tendo como escolha os jogos analógicos denominados de *Hobby Games* que são jogos produzidos a partir da segunda metade do século XX e que se caracterizam pela preocupação de creditar a autoria ao *game designer* (autor), inovação em mecânicas ou temáticas, materiais de qualidade e com um público preponderantemente adulto. Os *Hobby Games* são problematizados e contextualizados no capítulo 2 da presente dissertação.

Diferentes entendimentos do que é jogo também permearam a escrita acadêmica e foram fundamentais para traçar questionamentos e objetivos de autores como Johan Huizinga (2014), Roger Caillois (2017) e Phillippe Ariès (1986). O historiador holandês Johan Huizinga publicou a obra *Homo ludens* em 1938 (Huizinga,

2014) e inaugurou o debate sobre a função social do jogo no campo das Ciências Humanas. Preocupado em descrever suas principais características, Huizinga argumentou que:

Parece-nos que essa noção poderá ser razoavelmente bem definida nos seguintes termos: o jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da "vida quotidiana" (Huizinga, 2014, p.33).

O objetivo do autor em *Homo ludens* era articular o conceito de jogo com o de cultura (Huizinga, 2014, p. 2). Sendo assim, defendeu que a noção de jogo é um fator fundamental presente em tudo que acontece no mundo e, como o próprio título do livro sugere, *Homo ludens* é uma terceira noção que se verifica na vida humana, para além de *Homo sapiens* e *Homo faber*. O historiador Hezrom Vieira Costa Lima (Lima, 2019) afirmou que esse estudo abriu novos horizontes, com o jogo sendo o elemento central da vivência humana, e que diferentes sociedades possuem entendimento distinto e lidam de forma variada com os mais diversos aspectos da vida cotidiana. Para Huizinga, que escreveu com um tom pessimista sobre sua época, a primeira metade do século XX estava marcada por continuidades remanescentes do século XIX, sendo a sistematização e a regulamentação do jogo por meio do esporte como responsável pelo esvaziamento do que Huizinga definiu como “espírito lúdico”, distinguindo os jogadores entre amadores e profissionais (Huizinga, 2014, p.219). O jogo de tabuleiro também foi analisado (Huizinga, 2014, p. 220) como um elemento no qual a balança entre seriedade e divertimento pende para a seriedade, com a eliminação da sorte em jogos como o Xadrez sendo fundamental para esse processo. Desta maneira, uma das conclusões do autor é que:

A vida social moderna está cada vez mais fortemente dominada por uma característica que tem alguma coisa em comum com o jogo e dá a ilusão de um fator lúdico fortemente desenvolvido. Julguei poder dar a esta característica o nome de puerilismo, que me pareceu ser o mais adequado para designar essa mistura de adolescência e barbárie que se tem vindo a estender pelo mundo no decorrer das últimas duas e três décadas (Huizinga, 2014, p.227).

Ao identificar a perda do espírito lúdico, que é caracterizado pelos aspectos de ordem, tensão, movimento, ritmo, mudança, solenidade e entusiasmo em espaços

como a arte, política e música, Huizinga identificou uma nova forma de presença do jogo e de seu aspecto lúdico na sociedade (Huizinga, 2014, p.21).

O sociólogo francês Roger Caillois publicou, em 1958, o livro *Os Jogos e os Homens: A máscara e a vertigem* e afirmou que seu objetivo era lançar fundamentos de uma sociedade a partir dos jogos, à medida que entendeu o espírito de jogo é elemento essencial à cultura e os jogos e brinquedos são considerados seus resíduos ao longo do tempo (Caillois, 2017). Neste caso, o espírito do jogo estaria relacionado a competição, sorte, vertigem e simulacro, e sua definição passaria pelo entendimento de uma atividade livre, separada, incerta, improdutiva, regrada e fictícia (Caillois, 2017, p.103). Ambos os autores, Huizinga (2014) e Caillois (2017), tinham o interesse de explicar a sociedade e suas mudanças a partir do jogo. Desta forma, o jogo ingressou no espaço acadêmico a partir do debate sobre “cultura” e “civilização”.

Desde então, o lúdico vem sendo pesquisado com maior aprofundamento por diferentes áreas do conhecimento. O médico inglês Robert Charles Bell escreveu o livro *Board and Table Games from Many Civilizations* (1979), categorizando os vários jogos que as “civilizações” haviam produzido em “jogos de corrida”, “jogos de guerra” e “jogos de mancala”, entre outras. O historiador francês Philippe Ariès dedicou aos jogos um capítulo intitulado *Pequena Contribuição à História dos Jogos e Brincadeiras* em seu livro *História Social da Criança e da Família* (1986). Na área da Psicologia, Piaget (1978) e Vygotsky (1991) teceram análises sobre a importância dos jogos para o desenvolvimento humano e, conseqüentemente, para a aprendizagem.

A partir de uma mudança historiográfica com a Nova História Política e a História Cultural Renovada, priorizou-se o estudo dos jogos enquanto objetos culturais capazes de produzir representações sobre o passado. Um dos principais estudos foi a dissertação do historiador Robson Scarassati Bello (2016), *O Videogame como representação histórica: narrativa, espaço e jogabilidade em Assassin's Creed (2007-2015)*. O autor se propôs a investigar as relações entre a representação da História e os jogos eletrônicos, utilizando alguns jogos da série *Assassin's Creed*. Segundo o autor, os jogos são uma plataforma importante de veiculação de visões de mundo, que legitimam determinadas construções sobre o mundo social (Bello, 2016, p.286). Os jogos são capazes de promover essas visões por meio das narrativas, da criação de espaços e de formas de interatividade e jogabilidade.

Outros autores também se propuseram a analisar os jogos virtuais com temática militar, como a franquia *Call of Duty*. O historiador Marco de Almeida

Fornaciari pesquisou de que forma as representações da Segunda Guerra Mundial foram construídas em *Call of Duty* (2003) e *Call of Duty: World War* (2008), afirmando que as propostas desses jogos não são a representação de uma guerra específica, mas do ato do combate (Fornaciari, 2016, p.175). A mitologia também é um assunto muito recorrente nas pesquisas de representação. A obra *Videogames e mitologia: a poética do imaginário e dos mitos gregos nos jogos eletrônicos* escrita por Flávia Gasi (2013) se propôs a estudar como os processos de criação de narrativa e mecânicas se relacionam com a mitologia da Grécia Antiga nos jogos *God of War*, *Bioshock* e *Eternal Sonata*.

As representações do Brasil nos jogos virtuais foram analisadas por Leandro Viana Villa dos Santos (2012) em sua dissertação *A nacionalidade em jogo: representações do Brasil em jogos digitais*, tendo como principal objetivo estudar os jogos estrangeiros lançados entre 1985 e 2009, destacando e problematizando seus cenários, personagens, espacialidades e territórios. O jornalista Guilherme Resck (2020) pesquisou sobre as representações do Brasil nos jogos digitais nacionais *Aritania e a Pena da Harpia*, *Dandara* e *The King of Blackwoods* e publicou o livro *Brasil nos games nacionais*.

Em comparação aos jogos virtuais, os jogos analógicos parecem ter menos espaço no estudo sobre as representações, sendo que é possível encontrar apenas dois artigos. O primeiro, de Douglas Mota Xavier de Lima (2020), é intitulado *O medievalismo lúdico dos jogos de tabuleiro*. O autor se propôs a analisar a recepção da Idade Média nos jogos de tabuleiro modernos. Em suas conclusões, afirmou que, do conjunto de jogos analisados, há uma predominância de um medievo masculino e guerreiro, dando pouco espaço à diversidade (Lima, 2020). O segundo artigo, *Jogos de tabuleiro do Império: board games modernos e a pervasividade do neoliberalismo*, de Lucas Marques dos Santos e Laan Mendes de Barros (Santos; Barros, 2021) relacionou os jogos analógicos e suas representações da história com a lógica neoliberal contemporânea.

Os jogos analógicos têm ganhado maior destaque na área de Ensino. Existem trabalhos produzidos por historiadores que se propuseram a identificar as potencialidades pedagógicas dos jogos, e que são considerados pioneiros no assunto. O livro *Jogos e ensino de história*, escrito por Marcello Paniz Giacomani e Nilton Mullet Pereira (Giacomani; Pereira, 2018), teve como objetivo descrever experiências em sala de aula e promover reflexões sobre o uso do jogar na educação e no ensino de

história. Destacamos ainda os artigos “O jogo como uma ferramenta de ensino de história: uma análise da experiência lúdica a partir do jogo “Batalha do Crucaré” no Ensino Fundamental, de Marina Galvão Prezotti e Pietro Esquincalha Margoto (Prezotti; Margoto, 2018), *O lúdico e o sério: experiências com jogos no ensino de história*, de Débora El-Jaick Andrade (Andrade, 2007) e *A Ditadura Civil Militar e o ensino de História*, de Laura Bosslez Caríssimi e Roberto Radünz (Caríssimi; Radünz, 2019), que indicam um constante interesse pela potencialidade dos jogos no ensino da História. Atualmente, é possível destacar dois laboratórios: o Laboratório de Ensino de História (LEH, Universidade Federal de Pelotas) e o Laboratório de Ensino de História e Educação (LHISTE, Universidade Federal do Rio Grande do Sul).

Apenas recentemente, os jogos analógicos se tornaram objeto de estudo dos historiadores, por isso sendo possível encontrar diversas lacunas. A dificuldade de encontrar trabalhos específicos sobre essa temática faz com que a maioria dessas pesquisas busquem sustentação em outras áreas do conhecimento, como a Educação e o *Game Design* e fazem uso de referências encontradas de forma virtual, como páginas eletrônicas, fóruns, *blogs*, entrevistas, *podcasts*, vídeos, dentre outros. Contudo, a ausência de referencial também deixa em evidência uma das principais características estruturais de um jogo, sua interdisciplinaridade.

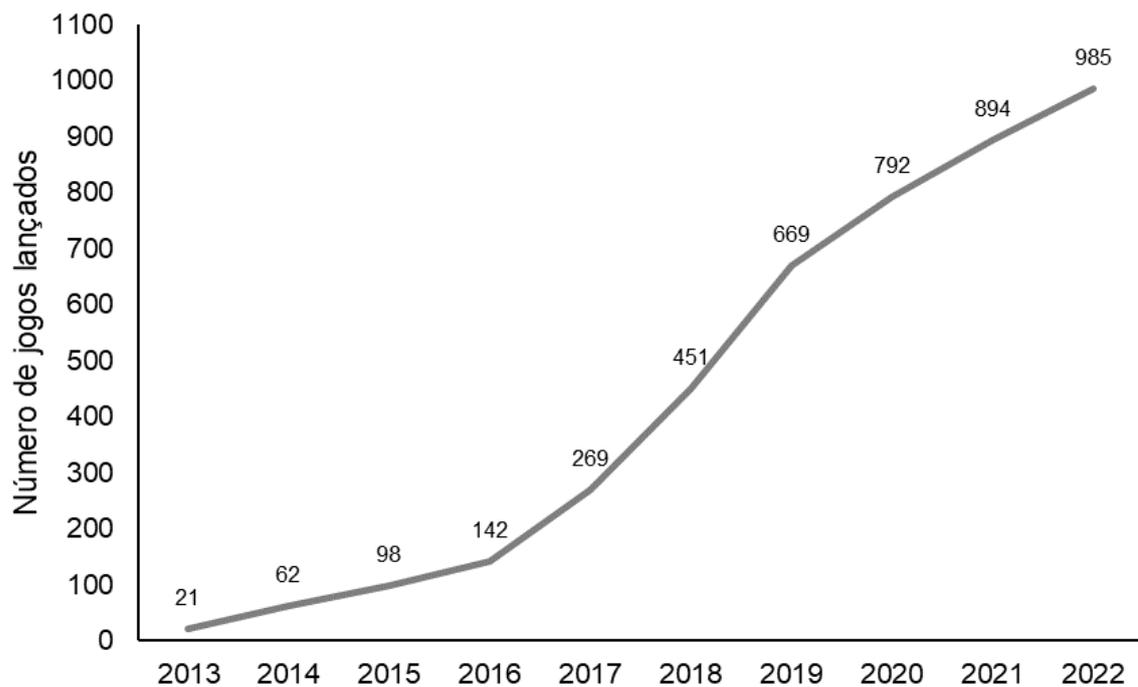
O estudo das representações nos jogos analógicos pode se mostrar profícuo, à medida que é identificável um interesse pela história como temática. Nesse sentido, a plataforma digital *Ludopedia*¹ (2013) menciona 2.533 jogos com conteúdo histórico. Entre eles, temos *7 Wonders* (2020), *Concordia* (2013), *Tikal* (1999) e *Brazil: Imperial* (2021). Já a página eletrônica *BoardGameGeek*² (2000) tem diversas categorias para jogos com temática histórica, sendo elas: Guerra Civil Americana, com 928 jogos; Antiguidade, com 3.069 jogos, Idade Média, com 5.057 jogos; Renascimento, com 962 jogos; Era da Razão, com 710 jogos; Era Napoleônica, com 1.455 jogos; Primeira Guerra Mundial, com 1.234 jogos; Segunda Guerra Mundial, com 7.020 jogos; Guerra do Vietnã, com 328 jogos e Guerra da Coréia, com 150 jogos.

¹ A *Ludopedia* é uma rede social brasileira voltada para entusiastas dos jogos analógicos. É possível se registrar e usar o sistema para organizar coleções, interagir com a comunidade, avaliar jogos, participar de votações, conferir ou produzir conteúdo, comprar ou vender jogos e consultar descrições e informações sobre jogos lançados.

² O *BoardGameGeek* é rede social americana para entusiastas dos jogos analógicos, cumprindo as mesmas funções da *Ludopedia*.

Esse interesse é acompanhado pelo surgimento de jogos analógicos denominados de *Hobby Games* no Brasil, cuja presença começou a ser significativa a partir de 2010, quando várias empresas foram criadas com o intuito de produzir e/ou localizar jogos para o mercado nacional. Hoje, temos editoras como exemplo a *Galápagos Jogos* (2009), a *Devir* (1987) e a *MeepleBr* (2014). Baseado nas informações presentes na *Ludopedia*, é possível analisar os lançamentos anuais de jogos analógicos em território nacional (Figura 1).

Figura 1 – Estimativa de jogos analógicos lançados nos últimos dez anos (2013-2022) no Brasil.



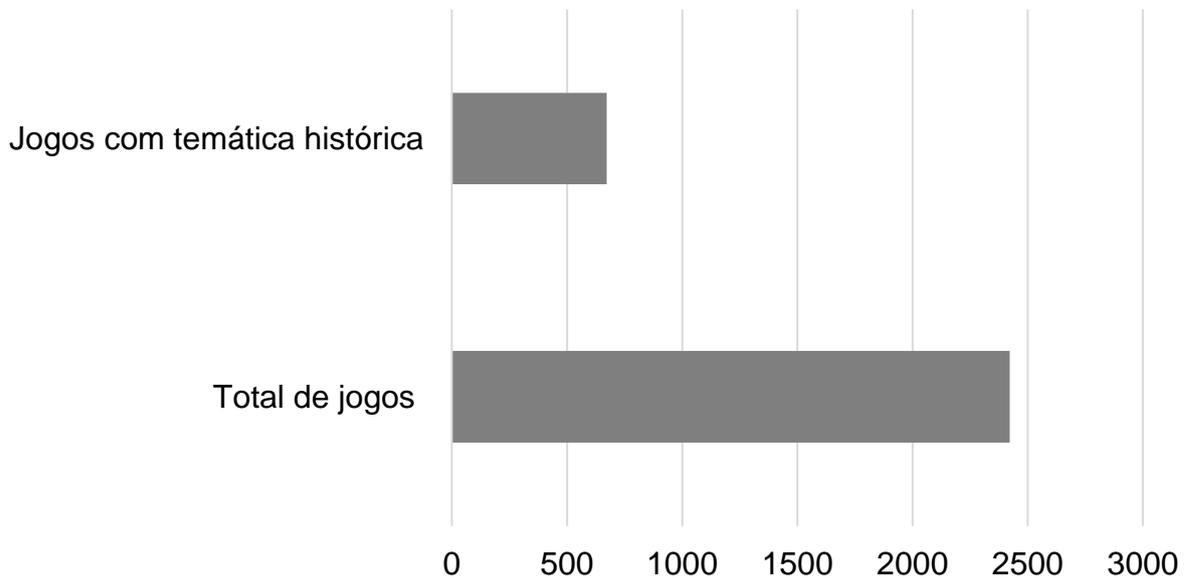
Fonte: Elaborado pelo autor, com base em dados da *Ludopedia* (2023a).

Os 792 jogos previstos para o ano de 2020 retrataram a projeção positiva feita pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (ABRINQ), que contava com um aumento de 3%, durante a pandemia da Covid-19, na indústria de jogos, sendo que, no ano de 2018, os jogos analógicos representavam 9,7% do faturamento das empresas, o que é equivalente a 666,487 milhões de reais (Gastin, 2020).

Os *Hobby Games* possuem uma estreita relação com a história, uma vez que, dos 2.423 jogos ranqueados, ou seja, lançados no mercado e avaliados pelos jogadores, 673 jogos fazem da história sua narrativa principal (Figura 2). Isso significa dizer que mais de 25% dos jogos possuem temática histórica. Esses jogos se mostram um campo de estudo interessante porque, por meio deles, é possível analisar de que

forma os diferentes grupos ou indivíduos delimitam, classificam e significam os processos históricos e buscam construir identidades sociais. Portanto, é pertinente que seja feita uma avaliação das representações que esses jogos carregam nos aspectos visual, textual e de mecânica.

Figura 2 - Estimativa do número de jogos analógicos com temática histórica em relação ao total de jogos ranqueados pela *Ludopedia*.



Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da *Ludopedia* (2023a).

Segundo Aki Järvinen (2009), a complexidade existente nos *Hobby Games* provém de sua estrutura dividida em mecânicas primárias, mecânicas secundárias e mecânicas modificadoras. Entre as mais conhecidas mecânicas estão: alocação de trabalhadores, leilão, negociação, colocação de peças e controle de área. Podemos dizer que essa ampliação possibilitou a criação de jogos divertidos e que, simultaneamente, emulassem contextos históricos. Isso é perceptível quando analisamos o texto de apresentação desses jogos, por exemplo, *Navegador* (2010):

Existem várias terras desconhecidas que permitem aos jogadores, uma vez descobertas, fundar algumas colônias. Colônias existem em diferentes lugares onde o açúcar, ouro e especiarias estão disponíveis e podem ser vendidos para o mercado a ganhar algum dinheiro. O dinheiro é usado para construir navios, edifícios como fábricas, estaleiros e igrejas, e para obter trabalhadores. Trabalhadores são necessários para fundar colônias ou adquirir edifícios e privilégios, que existem em cinco categorias e, portanto, incentivam os jogadores a seguir diferentes estratégias que competem uns com os outros (PD-Verlag, 2023, tradução nossa).

A presente pesquisa teve como objetivo analisar como as representações da história do Brasil são formalizadas nos jogos analógicos, a fim de compreender as dissonâncias e as consonâncias entre as narrativas que abordam o mesmo processo histórico e investigar os sujeitos discursivos presentes nos jogos e suas principais características.

O universo inicial de análise constituía um total de 19 jogos: *Afro-históricos, Brasilis, Brazil: Imperial, Cisplatina, Age of Empires III: Age of Discovery, Farrapos, Favelas, Ferrovias de São Paulo, Navegador, Paranauê, Quissama: O Império das Capoeiras, Timeline Brasil, Tragédia de Tracunhaém, Vera Cruz, Vossa Excelência: O Jogo Político, Pindorama, Xingu, Corrida Presidencial e Poder Político*. Estes foram separados de forma cronológica: a) séculos XV – XVIII; b) século XIX; c) século XX; d) jogos educativos.

Entretanto, ao longo do caminho acadêmico, optou-se por uma metodologia mais descritiva e detalhada sobre os discursos que estavam sendo produzidos pelos jogos, procurando enfatizar a sua potencialidade enquanto objetos de investigação do historiador. Foi realizada uma análise profunda e qualitativa dos objetos, abordando três dimensões analíticas interligadas, que são (i) a textual, (ii) das mecânicas, associando-as aos conceitos fundamentados pelos jogos e (iii) a imagética, que compõe os manuais, os tabuleiros, as cartas e as peças, ao passo que foi identificada, a partir da metodologia escolhida, uma quantidade extensiva de conteúdo a ser estudado em cada um dos jogos.

Essa escolha surgiu da necessidade de entender o jogo como um espaço de experiência lúdica, no qual os jogadores estão inseridos em uma profusão de discursos do tempo em que este foi produzido e do tempo em que se joga, que não se resumem apenas à sinopse encontrada na caixa de um jogo de temática histórica, mas também a relação entre texto, imagens, mecânicas e componentes. É a partir dela que podemos entender o jogo inserido no mundo das representações. Além disso, foi identificada a ausência de pesquisas que abordem quem são os produtores dos jogos analógicos, como eles são produzidos, quais são seus públicos e a introdução dos *Hobby Games* em território nacional, que são elementos fundamentais para estudar as representações, segundo Chartier (2002).

Isso fez com que não se tornasse viável a análise de 19 jogos para essa dissertação, sendo que nosso material foi limitado a três jogos os quais estão inseridos na categoria do século XV a XVIII e que têm como assuntos a resistência indígena, a

colonização e a escravidão. Essa seleção também diz respeito ao período em que os jogos foram produzidos, entre 2007 e 2010, e que corresponde a um dos momentos mais iniciais dos *Hobby Games* no Brasil, em que é possível identificar editores e autores alemães, no jogo *Navegador*, americanos, no jogo *Age of Empires III: Age of Discovery*, e o início da produção de jogos nacionais, com estúdios como a *Riachuelo Games* e o lançamento do *Wargame Tragédia de Tracunhaém*. Desta forma, o estudo das representações desses jogos também abordou o início da prática dos *Hobby Games* no Brasil.

Age of Empire III: Age of Discovery é o primeiro jogo que analisamos como fonte, à medida que focamos nosso objetivo no estudo das representações da colonização portuguesa no continente americano nos séculos XV a XVIII e o papel do Brasil. Juntam-se a ele, os jogos *Tragédia de Tracunhaém*, lançado em 2009, e *Navegador*, lançado em 2010, que abordam essa temática por diferentes prismas.

Como fundamentação teórica, utilizaremos o conceito de representação proposto por Roger Chartier. Existem dois sentidos que podem ser atribuídos a essa palavra e que têm origem no Antigo Regime. O primeiro diz respeito à representação como dado a ver uma coisa ausente, que supõe uma distinção radical daquilo que representa e aquilo que é representado. O segundo sentido de representação é a exibição de uma presença, como apresentação pública de algo ou de alguém (Chartier, 2002, p.20).

Segundo Chartier, o estudo das representações tem como objetivo identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler (Chartier, 2002, p.17), uma vez que, na visão do autor, as representações não são neutras, pois são criadas por sujeitos ou grupos e seus interesses:

As representações do mundo social assim construídas, embora aspirem à universalidade de um diagnóstico fundado na razão, são sempre determinadas pelos interesses de grupos que as forjam. Daí, para cada caso, o necessário relacionamento dos discursos proferidos com a posição de que os utiliza (Chartier, 2002, p.17).

Essas acepções, segundo Chartier, permitem analisar elementos do mundo social: o processo de classificação e delimitação por meio do qual a realidade é contraditoriamente construída por diferentes grupos; práticas que visam a reconhecer uma maneira de estar no mundo e significar uma posição; formas institucionalizadas

e objetivas nas quais o indivíduo ou o coletivo marcam a existência do grupo, da classe e da comunidade (Chartier, 2002, p.23). Entendemos que os jogos sobre o período colonial português na América devem ser analisados seguindo tais critérios.

Em questões metodológicas, a primeira característica dos jogos de tabuleiro passível de análise para um estudo das representações é o conteúdo textual. Ele pode estar presente nas regras, nas cartas, na caixa e no tabuleiro do jogo. Todos esses elementos contribuem para uma construção narrativa que pode ser vivenciada pelo jogador e dá sentido às suas ações. Essa pesquisa se preocupou com a maneira pela qual as representações são produzidas nos *Hobby Games*. Para viabilizar esse estudo, portanto, a Análise de Discurso proposta por Patrick Charaudeau (2016) no livro *Linguagem e Discurso: modos de organização* mostrou-se profícua, à medida que possibilitou o reconhecimento dos sujeitos internos do discurso (*Eu enunciador e Tu destinatário*) e suas correspondentes posições nas visadas discursivas.

Em seguida, foi analisado o aspecto visual dos jogos com base nos estudos sobre a cultura visual. Compreendemos, portanto, que os jogos fazem parte de um sistema cultural, como descrito por Bello (2016), que é marcado pela utilização massiva de imagens, como a televisão, celulares, filmes e *internet*. Assim, os jogos também podem ser objetos de análise da cultura visual, já que o principal objetivo dessa área é:

(...) é problematizar a forma como os diversos tipos de imagens perpassam a vida social cotidiana criando a visualidade de uma época, relacionada às técnicas de produção e de circulação das imagens, às formas de se visualizar os diferentes grupos e espaços sociais (estabelecendo padrões de visualidade), permitindo, assim, problematizar o olhar ou modos de ver (a visão), experiência que medeia a nossa compreensão da realidade e inspira modelos de ação social (os chamados regimes de visualidade) (Monteiro, 2013, p.14).

O uso das imagens nos jogos analógicos tem várias funções. A primeira, é o objetivo comercial, a fim de atrair o público dos *Hobby Games*. Além disso, as imagens estão presentes nas regras e nos componentes do jogo, de maneira a contribuir discursivamente com as suas representações. Desta forma, foi dada ênfase às escolhas de fontes históricas que *Navegador*, *Tragédia de Tracunhaém* e *Age of Empires III: Age of Discovery* utilizaram para as ilustrações dos jogos. Além disso, foram evidenciados os contextos históricos em que as imagens foram produzidas, e

as mudanças de significado das imagens ao longo do tempo, de maneira a compará-las com as representações presentes nos jogos atuais.

A terceira característica dos jogos são as mecânicas, portanto, é necessário buscar um diálogo com a área de *Game Design*. O modelo de criação e análise de jogos proposto por Robin Hunicke, Marc LeBlanc e Robert Zubek em 2004, chamado de *Mechanics, Dynamics and Aesthetics (MDA)*, auxilia nossa análise (Hunicke; Leblanc; Zubek, 2004). Segundo os autores, todos os jogos possuem mecânicas, ou seja, ações dos jogadores para cumprir seu objetivo. Essas, por consequência, produzem dinâmicas que são os efeitos das ações dos jogadores. Por fim, isso gera uma estética, ou seja, a experiência que o jogador vivencia durante uma partida. Durante nossa análise, utilizamos o manual do jogo para identificar a posição do jogador durante a partida e sua relação com os componentes, de maneira a identificar como as ações no jogo promoviam representações sobre processos históricos, como a colonização e a escravidão, ou de grupos descritos nos jogos analisados como “portugueses”, “indígenas” e “escravos”.

É importante perceber que as mecânicas promovem, junto com o texto e as ilustrações, uma narrativa do ambiente em que se está e uma identificação do jogador com quem ele está representando no jogo, gerando uma grande imersão. Aliado a isso, sabemos que os jogos analógicos são capazes de emular processos históricos e entre os que fazem parte de nossa análise estão, por exemplo, a colonização e a resistência indígena. Portanto, para uma compreensão mais precisa das representações dos séculos XV a XVIII na América portuguesa nos jogos analógicos, foi necessária uma investigação partindo dessas três perspectivas.

2 O ADVENTO DOS HOBBY GAMES: CONCEITO, INDÚSTRIA E PÚBLICO

2.1 Conceito de *Hobby Games*: contextualização, desvios e uma possível definição

Atualmente, os dois ambientes disponíveis para a prática do jogo são o virtual e o físico. Uma breve comparação mostra que os jogos digitais, também conhecidos popularmente como *games*, possuem um passado bem mais recente do que os jogos de tabuleiro, remetendo à década de 1970, com o surgimento dos primeiros *videogames* e a disseminação dos *arcades* (Bello, 2016). Já a presença dos jogos analógicos é evidente desde os primeiros assentamentos na Mesopotâmia e no Mediterrâneo. Durante as escavações do arqueólogo inglês Leonard Wolley, entre 1922 e 1934, foi descoberto o jogo real de Ur. Datado por volta de 2.500 a.C. e encontrado junto a túmulos sumérios, sua principal finalidade era servir como uma forma de comunicação com os deuses (Custódio; Afiune, 2019). Juntam-se ao jogo real de Ur, Senet, encontrado na tumba de Tutancâmon e baseado no “Livro dos Mortos”, como maneira de representar a passagem da vida para a morte no Egito Antigo, e o Mancala, originário do sul do continente africano e datado entre 7.000 e 2.000 a.C., com o objetivo de simular uma colheita, em que o jogador com maior número de sementes ganhava o jogo (Custódio; Afiune, 2019).

A diferença temporal leva à manifestação de questionamentos distintos por parte dos pesquisadores que têm como objeto de pesquisa os jogos. No campo dos jogos digitais, Leandro Viana Villa dos Santos se detém às representações do Brasil; Alex Alvarez Silva (2023) aborda as representações do tempo histórico em *Sid Meiers Civilization*; Domingos Savia Ximenes Martins Júnior (2023) traz à tona a relação entre memória e *games* sobre a Primeira Guerra Mundial; Lynn Alves, Heylom Viana Telles e Alfredo Matta (2019) abordam a forma na qual a colonização é apresentada nos jogos, e Robson Scarassati Bello (2016) discute o *videogame* como representação histórica a partir do jogo *Assassin's Creed*. A contribuição de pesquisadores nacionais para os estudos sobre os jogos digitais e a História tem mostrado a riqueza dos jogos como fonte histórica. Concomitantemente, a curta história dos jogos digitais, com menos de um século, faz com que não seja necessário buscar mais de uma conceituação para definir o que é jogo.

Por outro lado, pesquisadores da área de jogos analógicos veem-se desafiados a trabalhar com um tempo histórico que remete, como vimos, a, no mínimo, 2.500 a.C. e enxergam a necessidade de estabelecer diferentes conceitos de jogos que percorrem o período da Antiguidade até os dias atuais. Woods (2012) distinguiu três categorias de jogos analógicos (*Classical Games*, *Mass-Market Games* e *Hobby Games*), cada um com período histórico, contexto de surgimento e gêneros específicos, e podendo se relacionar com diferentes mídias, como a televisão nos Estados Unidos na década de 1950, que modificou os *Mass-Market Games*. *Game Show Name that Tune* (1957), a série *Star Trek* (1979) e *Perry Mason* (1959) ganharam destaque não só pela televisão, como também nos jogos de tabuleiro, prática que perdura atualmente com jogos como *Monopoly: Disney* (2001), *Glee Board game* (2010) e *Risk: Star Wars* (2006) produzidos por empresas como *Estrela* e *Hasbro*.

A chegada da televisão teve um impacto significativo na forma como o tempo de lazer era gasto em casa. Os fabricantes de jogos foram rápidos em adotar esse novo meio como fonte de inspiração para uma série de títulos que Parlett chama de “pulp games” (1999, p. 347). Embora os fabricantes de jogos frequentemente buscassem inspiração nas tendências e modismos atuais, a chegada da televisão teve um impacto muito mais dramático no negócio de jogos do que as tendências culturais anteriores, uma vez que cada novo programa de televisão trazia consigo outra oportunidade de reembalar mecânicas familiares com um novo tema (Woods, 2012, p.18, tradução nossa).

Steve Woods considera que os *Mass-Market Games* são jogos que estão nas lojas de grandes varejistas, na qual a atividade dos jogos é associada ao público em geral. Os portugueses Micael Sousa e Edgar Bernardo (2019), usando a mesma terminologia, consideram que se trata de jogos de massa produzidos por empresas e distribuidoras e salientam a ausência do protagonismo dos autores na divulgação do jogo e a falta de inovação no *design* de jogos. Ambos os autores reconhecem que os *Mass-Market Games* incorporaram novos gêneros com o passar do tempo e os categorizam em: *Family Games*, *Pulp Games* e *Party Games*. Os *Family Games* são jogos que trazem mecânicas e regras que são similares a outros produtos e tendem a privilegiar o elemento da sorte, como é o caso de *Risk* e *Monopoly*; *Pulp Games* possuem temáticas de filmes, séries, livros e quadrinhos, geralmente copiando mecânicas de jogos já existentes; *Party Games* são resumidos como jogos simples para muitas pessoas, com foco na interação social (Sousa; Bernardo, 2019). Contudo,

as especificidades encontradas nos gêneros e contextos dos jogos são exclusivamente relacionadas ao mercado americano de jogos analógicos, sendo necessária uma pesquisa acerca de como isso se deu em outros lugares.

O pesquisador Claudius Clüver (2017), que não compartilha do mesmo conceito de *Mass-Market Games*, esclarece que, a partir do final do século XIX, foi possível identificar uma mudança na forma de confecção dos jogos analógicos, que passou a ser identificada como uma produção em massa e em série. Nesse sentido, o jogo analógico passou a ser entendido como um produto ou mercadoria que, portanto, está inserido em processos logísticos como transporte, armazenamento e venda. Conseqüentemente, surgiu a necessidade de inserir os componentes (peças, tabuleiro, livro de regras) em uma única caixa para facilitar os novos processos nos quais os jogos analógicos recém foram inseridos. Clüver afirmou que o final do século XIX pode ser caracterizado pela padronização dos jogos analógicos, ou seja, pela relação de dependência entre as peças e o tabuleiro com o livro de regras (Clüver, 2017). Desta forma, componentes de um jogo só têm significado a partir de um manual elaborado especialmente para eles e vice-versa.

Considerado o surgimento das principais empresas de brinquedos como a *Parker Brothers* (1883), *Hasbro* (1923) e *Mattel* (1945) até a metade do século XX, é possível afirmar, junto às conclusões de Clüver (2017), que os jogos, inicialmente em solo americano, passam por um processo de ressignificação no que diz respeito à sua forma. Na realidade brasileira, é possível identificar os processos destacados por Clüver a partir de empresas como *Estrela*, fundada em 1937 por imigrantes alemães, produzindo brinquedos e jogos analógicos. Os jogos produzidos nesse período dão prioridade para suas temáticas, que são inspiradas pelo correspondente contexto de produção: *Monopoly* (1933) está associado com a Crise de 1929, e os jogos de guerra como *Risk* (1957) e *Stratego* (1947) não podem ser desvinculados do contexto da Guerra Fria (Price, 2020).

Mesmo assim, os *Mass-Market Games* e seus gêneros não representam todos os tipos de jogos analógicos e tampouco como entendemos o jogo ao longo do tempo. Segundo Woods (2012) e Sousa e Bernardo (2019), os *Classic Games* precederam os jogos com objetivos comerciais. São jogos sem atribuição de autor e companhia e apresentam uma variedade de temas abstratos, tendo como exemplos: *Nyout*, *Go*, *Pachisi* e *Xadrez*. Nesses autores, porém, há ausência de identificação do contexto de produção e limitação de como esses jogos podem ser compreendidos atualmente,

o que contradiz a própria introdução do livro de Woods, na qual o autor afirma que pretende fazer uma análise do contexto histórico, econômico e cultural dos jogos (Woods, 2012, p.17). Encontramos então um processo de supressão dos contextos históricos desses jogos, que são colocados em uma mesma categoria, mesmo que tenham enormes diferenças: (i) temporais [*Go* remete ao período das Primaveras e dos Outonos (722-481 a.C.), cujo nome advém dos *Anais das Primaveras e dos Outonos* (Silva, 2011) e, para *Pachisi*, temos evidências a partir do século XV (Schmidt-Madsen, 2021)]; (ii) geográficas (*Nyout* tendo sua origem vinculada à Coreia e *Pachisi* à Índia); (iii), culturais (*Xadrez* tendo variações em diferentes regiões (Ferreira; Tortato, 2021); e (iv) políticas (*Xadrez* foi utilizado tanto como uma ferramenta para o recrutamento militar da União Soviética, quanto como instrumento para aumentar o nível cultural das massas trabalhadoras (Hudson, 2013). A simplificação dos *Classical Games* é uma tendência de pesquisadores da área de jogos analógicos modernos, criando critérios e categorias que mencionam o seu contexto de produção apenas a partir do século XX.

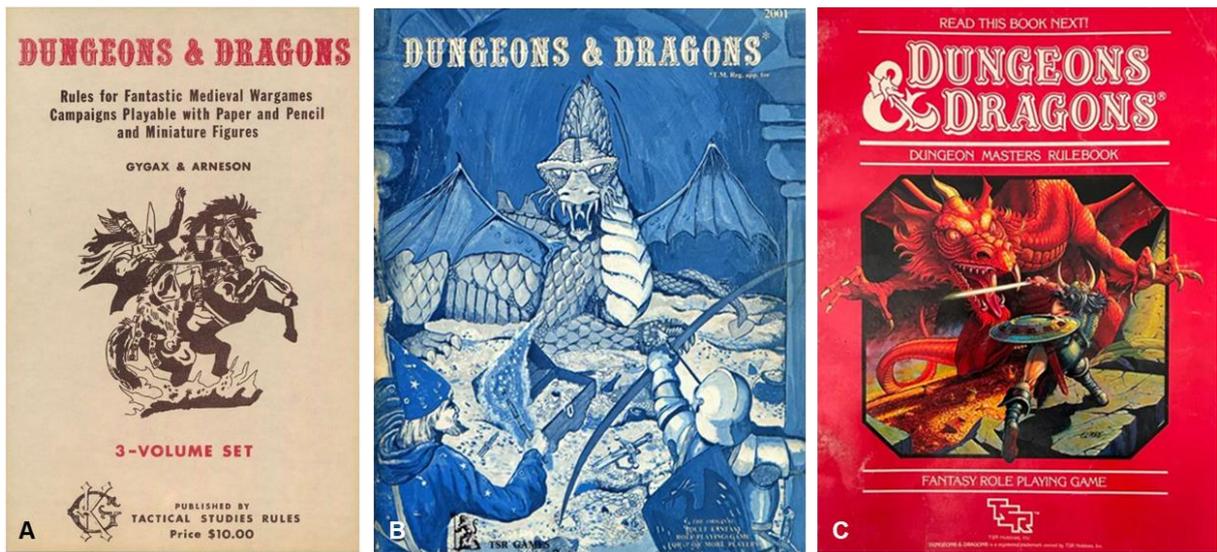
Por meio de uma análise que separa as regras do jogo e o seu material, Clüver (2017) descreveu os *Classical Games* de maneira a não os definir como pré-modernos, mas com uma relação diferente com o jogador. Para ele, até o século XIX, existia uma independência entre o material e o conjunto de regras. O material era produzido localmente, como artesanato ou manufatura, e o *design* era baseado em convenções regionais e desejos pessoais. Já o livro de regras era transmitido de forma oral, com jogadores mais experientes jogando com os mais novos, por meio da educação, e textualmente, por livros de jogos que listam diferentes jogos para serem jogados com o mesmo material. Clüver defende que até esse período a quantidade de material era menor, embora permitisse uma rica variedade de jogos, como por exemplo, a bola de gude, *Go*, *Xadrez* e o baralho (Clüver, 2017). Desta forma, com a independência entre o material e as regras, deve-se considerar as variações dos jogos como *Xadrez*, *Go* e *Pachisi* ao longo do tempo e do espaço. Hoje, eles estão padronizados quanto às regras e ao material, para comercialização, como, por exemplo, *Pachisi* que é vendido no Brasil com o nome de *Ludo*.

A terceira categoria de jogos de tabuleiro é denominada de *Hobby Games* por Woods (2012) e de *Modern Board Games* por Sousa e Bernardo (2019). *Hobby Games* é um estilo de jogo que está atrelado ao surgimento de diversos gêneros de jogos que foram desenvolvidos de forma desvinculada aos *Mass-Market Games* e

Classical Games. Woods acrescenta que são jogos com objetivos comerciais e que possuem um autor identificável, manifestando-se a partir da segunda metade do século XX. Sousa e Bernardo (2019) sugerem que a utilização do termo “moderno” foi cunhada pelos jogadores desses novos gêneros, para distinguir os jogos que estavam jogando do restante do mercado. Após uma revisão bibliográfica sobre o tema, Sousa e Bernardo concluíram que os jogos modernos são definidos em trabalhos acadêmicos como produtos comerciais, criados a partir da década de 1950, com autores identificáveis, mecânicas e temáticas originais, públicos específicos e materiais de qualidade. Desta forma, apesar dos dois termos (*Hobby Games* e *Modern Board Games*) serem distintos, sua descrição pelos autores é similar.

Incluídos nos *Hobby Games* ou *Modern Board Games*, existem gêneros como *Wargames*, *Roll-Playing Games (RPGs)*, *Collectible Cards Games (CCG)*, *American Games* e *Eurogames* (Woods, 2012). *Wargames* foi o primeiro gênero a surgir, no início do século XX, tendo como característica principal suas miniaturas e teve um destaque maior com a publicação do jogo *Tactics* (1954) do americano Charles S. Roberts. *Roll-Playing Games* surgiram com o lançamento do jogo *Dungeons & Dragons* (Figura 3A) em 1974, produzido por dois jogadores de *Wargames*, Gary Gygax e Dave Anerson. Em 1971, Gary Gygax publicou um sistema de regras para um jogo medieval que incluía heróis, dragões e magia, o *Chainmail*. Dave Anerson, jogador do *Chainmail*, considerou fazer algumas modificações para tornar o jogo mais interessante, sendo a primeira delas que o jogador fosse líder de um pequeno grupo. Após alguns testes, Anerson modificou a proposta, para que cada jogador representasse apenas um personagem. Essas ideias alcançaram Gygax que, por meio de um trabalho conjunto com Anerson, permitiram a publicação do jogo *Dungeons & Dragons* (Woods, 2012, p.26). O gênero CCG surgiu da necessidade de redução de custos, quando Richard Garfield apresentou seu *board game* à editora U.S Peter Adkison e foi advertido a reduzir os custos de produção do jogo (Woods, 2012, p.28). Como resultado, *Magic: The Gathering* (Figura 4) foi lançado em 1993. Neste jogo, os jogadores podem comprar baralhos pré-definidos e, ao longo do tempo, adicionar novas cartas que são lançadas, gerando interesse e um mercado ativo de compra de cartas entre os jogadores.

Figura 3 - Livros de regras de *Dungeons & Dragons*. A: 1974. B: 1978. C: 1981.



Fonte: Nowakowski (2023).

Figura 4 – *Magic: The Gathering*.



Fonte: Magic (2023).

As informações sobre a elaboração de novos gêneros de jogos analógicos inseridos em *Hobby Games* ou *Modern Board Games* geralmente são encontradas nas relações construídas pelo próprio público, ou seja, é do próprio interesse dos jogadores e das editoras registrar e compartilhar suas referências, experiências, seus contatos e suas produções. A busca por uma definição de estilo no qual se enquadram esses jogos é tardia, isto é, nenhum gênero e público antes dos *Eurogames* buscou definir um estilo de jogo que englobaria todos os gêneros citados. É a partir dos *Eurogames*, mais precisamente, a partir do lançamento do jogo *The Settlers of Catan* (1995), que se reconhece a necessidade de formalizar a existência de um novo estilo de jogo que se define como moderno. Até o final do século XX, não identificamos discussão sobre o conceito de jogo moderno. A partir da ascensão do gênero e público dos *Eurogames*, buscou-se vincular diversos estilos de jogos anteriores como *Wargames*, *CCGs* e *RPGs* a jogos modernos, tendo como parâmetro as características e critérios dos *Eurogames*, que identificam o autor na caixa do jogo. Isso não ocorre no jogo *Magic: The Gathering* e, apesar de *Dungeons & Dragons* apresentar a autoria no livro de regras de 1974 (Figura 3A), as duas edições posteriores retiraram essas informações (Figura 3B-C).

O critério de qualidade no material dos *Hobby Games*, identificado por Woods (2012) e Sousa e Bernardo (2019), é uma característica específica dos *Eurogames* e não pode ser verificada em *CCGs*, *RPGs* e *Wargames* que, entre 1980 e 2010, produziram materiais simples para impressão caseira ou com um baixo custo para as editoras de jogos. André Marques Fraga menciona que a chegada dos *RPGs* em território nacional ocorreu por meio de adaptações caseiras de jogos originais. Dentro do gênero dos *Eurogames*, também é possível identificar diferenças de qualidade dos componentes entre jogos. Por exemplo, *The Settlers of Catan* tem peças de madeira ou plástico a depender do local de produção e país em que é comercializado. Em consequência, os jogos não chegavam aos jogadores de maneira padronizada, implicando em maneiras distintas de vivenciá-los. Em vídeos, criadores e editores brasileiros comentam que criaram versões caseiras de jogos publicados em outros países para poder experimentar as novidades que estavam chegando (Contrapartida, 2022b; Covil, 2023; Meepletv, 2023). Além disso, o próprio lançamento de *The Settlers of Catan* tem diferença nos materiais dependendo do país, sendo que a produção alemã tem um cuidado maior, colocando peças de madeira para representar produtos como madeiras e argila, e na versão americana do jogo, estes produtos são fabricados

em plástico. No caso brasileiro, a própria entrada de *The Settlers of Catan* no país traz sua especificidade, à medida que, em junho de 2011, a fabricante *Grow* o lançou, que é considerada, a partir dos discursos posteriores de autores e editoras (Covil, 2023), como uma fabricante de jogos e não de *Hobby Games*. No Brasil, é a partir de jogos como *Recicle*, em 2007, que iniciou a discussão acerca do conceito de jogo moderno e é possível perceber o surgimento de editoras a partir de 2010, que desdobram a distinção como um nicho de mercado no qual elas seriam capazes de atuar, mesmo que com dificuldades. No entanto, a história dos *Hobby Games* no Brasil mostra que o seu espaço comercial foi, inicialmente, uma demanda não suprida com jogos como *War* e *RPGs*, e que se consolidou em um grupo de pessoas fazendo uso da *internet*, que dedicaram seu tempo para atuar nesta área, principalmente por meio da importação. Posteriormente, o conflito entre editoras e fabricantes de jogos produziu estereótipos que não condizem com os seus próprios lançamentos ou a definição de *Hobby Games*, o que trouxe para o Brasil a especificidade de que jogos de nicho eram produzidos por grandes fabricantes como *Grow*, que trouxe *The Settlers of Catan*³ (2011) e *The Castles of Burgundy* (2017), jogos reconhecidos como *Eurogames*, e que contraria os conceitos de Sousa e Bernardo (2019) e Woods (2012), que consideram sua venda em editoras uma das características desses jogos.

Dito isso, Sousa e Bernardo (2019) concluíram que os trabalhos relacionados a jogos modernos estão majoritariamente ligados ao gênero *Eurogames*, mas consideraram que é importante não reduzir os *Modern Board Games* a eles. No entanto, os autores não mencionaram que essa redução é efeito de posições tomadas anteriormente. A partir desse estudo do mercado de jogos e a necessidade de uma definição para os jogos analisados nesta pesquisa, foi possível questionar onde está o “moderno”, quem o trouxe para discussão e com qual finalidade. Isso só foi possível por dois motivos: não consideramos as definições de estilo de jogos como estruturas fechadas que simplesmente podem ser categorizadas por suas regras e objetos, mas entendemos o estilo da forma como Woods (2012) o propôs, em que o peso está na comunidade e no contexto de produção. Mesmo que Woods tenha afirmado que essa é uma peculiaridade dos *Hobby Games*, consideramos que é uma característica geral dos jogos analógicos, independente do seu estilo, e que seu diferencial não está somente no contexto, como também na comunidade. Woods (2012) reiterou que cada

³ Posteriormente, a editora Devir relançou o jogo em 2017, mostrando a necessidade de uma representante dos jogos modernos ser a responsável por trazer os jogos em território nacional.

um desses gêneros possui um público específico que não só joga, mas também são comunidades. Desta forma, jogos analógicos modernos não formam uma comunidade única, mas várias comunidades que, além de jogar um ou mais gêneros, debatem em fóruns, fazem avaliações, participam de eventos, compram produtos relacionados, divulgam para novos jogadores, criam jogos e publicam trabalhos acadêmicos. São pessoas que dedicam seu tempo para jogar e pertencer a uma comunidade.

Traçar definições e conceitos para os jogos analógicos é uma tarefa complexa para Woods (2012), e sua abordagem, ao considerá-los como elementos culturais, históricos e econômicos, difere dos autores que buscam traçar definições a partir das mecânicas, das temáticas e dos objetivos. Engelstein e Shaler (2020) apresentaram um glossário de como os jogos podem ser definidos por meio de estruturas como ordem de turno, sistema de ações e tipo de movimentação, por exemplo. Buscando uma outra forma de análise, David Chircop (2017) prometeu uma renovação nesse campo, trazendo uma análise comparativa em quatro aspectos que seriam comuns a todos os jogos: regras, aleatoriedade, representação da temática e interação.

Autores como Woods (2012) e Sousa e Bernardo (2019) deram um passo inédito para entender as categorias de jogos analógicos como espaços de busca e disputas por definições a partir de contextos históricos e seus públicos, promovendo reflexões importantes e que atualmente não possuem consenso sobre critérios e cortes cronológicos, incorporando em suas análises o contexto histórico durante o surgimento dos *Mass-Market Games* e *Modern Board Games* ou *Hobby Games*. Por outro lado, é possível perceber que nenhum dos autores teve o cuidado de fazer a análise social dos jogos clássicos, muitas vezes resumindo sua descrição em um único parágrafo. Seus critérios, baseados na produção e destacando o autor ou a editora, são anacrônicos em relação ao contexto dos jogos analógicos que antecedem o século XIX e suas funções sociais. Tal fato leva à simplificação dos contextos, estilos de jogos e públicos que não seguem essas referências. Os próprios balizadores foram formalizados após o estabelecimento de novos gêneros e estilos, por isso é necessário ter cuidado ao utilizar esses termos para definir um jogo de tabuleiro. A constituição de uma categoria que pode ser denominada *Hobby Games* ou *Modern Board Games* tem origem em trabalhos acadêmicos por meio de autores que jogam esse estilo de jogo e têm uma proximidade maior com o gênero dos *Eurogames*. Woods não é só um pesquisador na área, mas também jogador, assim como Sousa, que tem um canal no *YouTube* que aborda esse estilo de jogo (Sousa, 2023).

Concluimos que os jogos que são analisados nesta pesquisa devem partir do entendimento de que são elaborados a partir do contexto de produção dos *Hobby Games*. O termo é capaz de traduzir a prática de jogar jogos analógicos e dedicar-se de diversas formas à continuidade dessa prática, que não deve ser entendida como um passatempo, mas uma atividade que envolve seriedade, como mostrado por Martin Gibbs e Melissa J. Rogerson (2018). Estudamos, portanto, jogos analógicos modernos, o que significa que analisamos disputas de representações não só no que abrange narrativas sobre a história de um país, mas também tentativas constantes de definir e representar o que são os *Hobby Games*, seus gêneros e seu público. Salientamos que artigos nacionais mais recentes como *Jogos de Tabuleiro do Império: board games modernos e a perversidade do neoliberalismo* (2021) e *O medievalismo lúdico dos jogos de tabuleiro* (2020) não buscam se preocupar em analisar as definições de jogos modernos, e muitas vezes, os reduzem a um gênero específico, como os *Eurogames* ou, por meio da generalização, colocam todos os jogos analógicos como iguais, a partir do lançamento do jogo *The Settlers of Catan* (1995). O presente trabalho considera que os *Hobby Games*, além de sofrerem modificações por parte do público que os consome e do destaque ao autor, também envolvem o reconhecimento do jogo ou dos autores por meio de premiações internacionais ou nacionais, a manifestação da comunidade em fóruns como o *BoardGameGeek* e *Ludopedia*, o surgimento e a presença de editoras, a produção de críticas e análises em páginas eletrônicas ou em plataformas de vídeo e feiras nacionais e internacionais.

2.2 A indústria de brinquedos no Brasil e o surgimento de editoras nacionais de jogos de tabuleiro

Traçar um histórico das editoras nacionais é uma tarefa que, devido à ausência de trabalhos acadêmicos sobre jogos analógicos, envolve a associação de temas por vezes definidos como distintos. Articular trabalhos e fontes sobre a história dos brinquedos e a introdução e produção dos *Hobby Games* em território nacional pode viabilizar pesquisas que superem os desafios encontrados pela ausência de referências sobre o assunto. Por outro lado, de forma inversamente proporcional, identifica-se uma extensa quantidade de fontes e informações quando se propõe um olhar mais diverso em espaços como a *internet*. A inclusão de páginas eletrônicas de financiamentos coletivos como *Kickstarter* e *Catarse* auxiliam na identificação dos

autores, do número e da procedência dos apoiadores (recorrentes e novos), da meta necessária para que o jogo seja efetuado, do valor arrecadado por dia e de comentários. Ambientes virtuais como *podcast(s)*, canais na plataforma de vídeos *YouTube* e entrevistas em *blogs* realizados por pessoas que jogam *Hobby Games* proporcionam informações sobre a formação das principais editoras e portais nacionais por meio da participação dos seus respectivos fundadores. Feiras nacionais e internacionais como *Diversão Offline*, *SPIEL Tage Essen* e *Gen Con* cooperam com informações sobre o número de expositores, visitantes e nacionalidades presentes nos eventos, além de sua importância comercial, onde editoras nacionais buscam negociar licenças com editoras estrangeiras e anunciam jogos que serão lançados nos meses subsequentes. A partir de premiações nacionais e internacionais, são afluídas discussões sobre os critérios avaliativos dos jogos, a transferência de prestígio para novos autores ou a consolidação de autores mais renomados. *Ludopedia* e *BoardGameGeek* são portais sobre jogos de tabuleiro que permitem extrair dados referentes a editoras que licenciaram o jogo, autores, avaliações e regras e, a partir de fóruns, produzir levantamentos sobre o público que consome jogos e participa destas páginas. Por fim, a página eletrônica das próprias editoras contém, no mínimo, um parágrafo sobre as respectivas empresas e referenciam suas trajetórias, tendo o jogador como motivo desta empreitada.

Entre os cuidados que se tornam necessários a partir de uma grande quantidade de informações, estão a discrepância de dados que contradizem informações prévias, a fragmentação excessiva de elementos que aparentam ser ausências e, apesar da variedade de fontes, a regularidade de quem são os produtores dessas informações e a consolidação de consensos. A tentativa de abordar a história dos jogos analógicos no Brasil a partir dessas fontes carrega um traço particular, o reconhecimento da presença dos jogos a partir do início dos anos 2000, com uma tentativa de organização efetiva de produtores de jogos e editoras de *Hobby Games*. Jogos como *War*, *Jogo da Vida* e *UNO* são citados algumas vezes e de maneira breve para remeter a um passado que foi ou deve ser interrompido. Em entrevista para o canal *Contrapartida* no *YouTube*, no dia 11 de agosto de 2022, Ricardo Gama, fundador dos portais *Ludopedia* e *Redomanet*, mencionou que seu primeiro contato com jogos de tabuleiro foi com o jogo *War*. Os entrevistadores Fabiano Cabrera e Osmar Campbell deram seguimento à entrevista e em determinado ponto (5:35) Osmar afirma: “Se você está jogando *War* hoje em dia, você já perdeu.”

e Fabiano complementa (5:41): “*É a carroça no mundo das Ferraris*” (Contrapartida, 2022a). A metáfora foi produzida por meio de comparações, a identificação de *War* como carroça carrega consigo outros enunciados para que possa ser compreendida: todos querem ter o melhor carro e evitar a “carroça”; existe uma linha progressiva que coloca esses jogos como precedentes aos jogos modernos, com padronização de um comportamento que busca o melhor ou o novo e, conseqüentemente, com o desconforto que o olhar externo, não pertencente a essa comunidade, promove ao relacionar *War* com jogadores de *RPGs*, *Eurogames*, *Collectible Card Games*, *Wargames* e *American Games*. Neste caso, é possível identificar que o desconforto está relacionado ao desconhecimento, à medida que o entrevistado se utilizou da metáfora para substituir os jogos por algo que ele considera mais difundido na sociedade, como os carros.

O *game designer* e *game developer* Fel Barros, conhecido por trabalhos como *Space Cantina* (2016), *Gekido* (2014), *Masmorra* e *Bloodborne Card Game* (2016), propôs uma pequena linha do tempo dos jogos analógicos no Brasil, em entrevista concedida ao canal *Covil dos Jogos* do *YouTube* em 27 de junho de 2023, tendo como ponto de partida sua experiência como desenvolvedor de jogos. Barros fez menção a um tempo anterior dos *Hobby Games*, introduzindo o nome de Sérgio Halaban, que produziu jogos para fabricantes de brinquedos como *Grow* e *Estrela*, entre os quais os mais conhecidos são *Angus: Batalhas Medievais* (2004), *Jogo da Fronteira* (2006), *War: Império Romano* (2007), *Jogo dos Conquistadores* (2006), *Riquezas do Sultão* (2007) e *War: Batalhas mitológicas* (2012) (Covil, 2023). A partir de 2007, Barros apontou o primeiro exemplo de jogo produzido no Brasil, que se diferenciava dos demais e se aproximava dos jogos de tabuleiro modernos, *Recycle* (2009 e 2010) estava sendo desenvolvido por Luish Moraes Coelho (Covil, 2023). Durante a *live*, Fel Barros recebeu um comentário que lembrou o nome de Mário Seabra, que havia sido responsável por produzir jogos como *Fuga* e *Emboscada* (Covil, 2023). Contudo, entendeu que “*eles são muito mais autores de jogos de massa, War II. É galera que faz jogo pra Grow né, não era uma coisa do tipo... ah é um maluco que faz jogo moderno, né.*” (41:45) (Covil, 2023). Este posicionamento se relaciona com o caso anterior no que compete à tentativa de tornar explícito um distanciamento entre jogos de tabuleiro e *Hobby Games*, à medida que, durante a sua comunicação, faz uso do advérbio “né”, contração da locução “não é”, como concordância com o que foi dito e, ao mesmo tempo, sintetizando sua explicação. No decorrer de sua fala, jogos de

tabuleiro produzidos por empresas como *Grow* e *Estrela* são vinculados a clones ou cópias de jogos produzidos no exterior e retratados de forma negativa, favorecendo paradigmas de inovação e raridade dos jogos de tabuleiro modernos.

Da mesma forma que a tipologia proposta por Woods (2012) e Sousa e Bernardo (2019) pressupõe “falta de inovações” nos *Mass-Market Games*, as dicotomias entre simples e complexo, original e cópia, estão inseridas na linguagem das comunidades dos *Hobby Games*⁴, de modo a promover uma separação hierárquica de espécies de jogos, reconhecer um distanciamento entre os respectivos públicos que os jogam e buscar ampliação do público por meio de espaços físicos e digitais. A distinção de jogos também produz silenciamentos nas experiências de alguns autores nacionais de jogos de tabuleiro que antecederam a discussão e a chegada dos *Hobby Games* em território nacional, como Sérgio Halaban. Durante a entrevista de Sérgio Halaban na *Gen Con* de 2020, o autor mencionou jogos mais atuais de sua autoria e que marcam sua trajetória, como *Floresta Encantada* (2021) e *Robin Hood* (2011), e não fez menção a jogos como *War*, até ser lembrado pelo entrevistador (Meepletv, 2023). É possível que, como os *Mass-Market Games* não trazem o autor como protagonista criativo de um jogo, o seu reconhecimento pelo público que teve contato com jogos como *War* foi menor do que por meio de jogos mais atuais, que deram esse destaque ao autor. Mesmo assim, esse silenciamento condiz com o espaço e o grupo no qual Halaban estava inserido naquele momento, ou seja, uma feira e um grupo de autores e influenciadores especializados em *Hobby Games*.

Pensar a escrita da história dos jogos analógicos no Brasil é um movimento muito recente que está intrinsecamente ligado à formação da prática dos *Hobby Games*, à medida que existe, por parte dos jogadores, influenciadores, autores e editores, uma preocupação e persistência em contar e comunicar sua trajetória nesse gênero de jogos. Entretanto, a formação dessa prática em território nacional provém de jogos, como mencionado em citações anteriores, considerados como não “modernos”, o que torna necessária uma análise que abranja a introdução dos jogos

⁴ É importante referenciar que são várias comunidades, e Fel Barros menciona e apresenta um posicionamento de duas bem específicas (*Eurogames* e *American Games*). No entanto, é possível que trabalhos que tenham preocupação com o discurso em comunidades como *Wargames*, *RPG* e *Collectible Card Games* possam ter resultados diferentes ou pequenas nuances do que foi apresentado até aqui. Ainda assim, devemos contextualizar que é um discurso que circula em território nacional e para um público específico e, à medida que este vai se alterando, podem ocorrer modificações.

de tabuleiro no Brasil e o seu contexto histórico. Dito isso, desconsiderar jogos como *War* e *Banco Imobiliário*, empresas como *Grow* e *Estrela*, e autores como Mário Seabra, levaria esta pesquisa apenas à replicação de consensos e estereótipos produzidos por comunidades que jogam jogos ditos “modernos” ou, como esta pesquisa prefere denominar, *Hobby Games*.

Em 1937, o alemão Siegfried Adler e sua esposa Lieselotte Adler migraram para o Brasil em busca de refúgio, acompanhados dos tios Paul e Ilse Pressburger, visto a intimidação da polícia alemã e divulgação de propagandas nacional-socialistas antissemitistas (Carneiro, 2018). Na Alemanha, Siegfried e Liselotte já trabalhavam com tecidos e, quando chegaram no Brasil, adquiriram uma fábrica de bonecas de pano na rua Santa Clara, em São Paulo, chamada de *Manufactura de Brinquedos Estrella Ltda*. Por meio do diretor das Lojas Americanas, Franklin Gemmel, Adler conheceu o italiano Constantino Tonatti, proprietário da fábrica que viria a ser sua, junto com suas quatro máquinas (Carneiro, 2018). A fábrica tinha como principal produto a venda de bonecas, sendo reconhecida pela inovação em seu material. As bonecas inicialmente eram de pano, com cabeças de serragem e goma arábica prensada, passando pelo uso do metal e priorizando o uso de plástico ao final da Segunda Guerra Mundial (Carneiro, 2018). A *Estrela* mantinha um catálogo com brinquedos como carrinho de madeira, jogos de construção e roupas de Velho Oeste até 1944, quando lançou o jogo de tabuleiro *Banco Imobiliário*, inserindo jogos de tabuleiro em seu catálogo. *Banco Imobiliário* tornou-se o brinquedo mais vendido no Brasil, com um total de 35 milhões de unidades comercializadas (Carneiro, 2018).

Siegfried Adler atuou tanto na indústria de brinquedos, quanto no cenário político, pois muitas vezes estes estavam conectados, devido à posição do Estado Novo, com a chegada de imigrantes judeus e alemães. Entre 1942 e 1945, Adler também utilizou a fábrica *Estrela* como um instrumento para proteger aqueles que, radicados em São Paulo, eram vigiados pela polícia, sob a suspeita de serem súditos do Eixo (Carneiro, 2018). Em 3 de novembro de 1944, Adler enviou para Fernando Braga Pereira da Rocha, delegado do Departamento Estadual de Ordem Política e Social de São Paulo (DEOPS-SP), uma carta solicitando um salvo-conduto para que Adolfo Weil, um funcionário da empresa desde 1938, pudesse viajar até a cidade de Santos (Carneiro, 2018). Além disso, judeus portavam uma carta de apresentação fornecida pela própria fábrica, que se responsabilizava pelos seus funcionários. Entre 1942 e 1957, Adler assumiu várias funções administrativas como membro do

Conselho da Diretoria 1957, sendo a presidência da comissão da construção da atual sede da Congregação Israelita Paulista (CIP) (1955-1958) uma das mais importantes (Carneiro, 2018).

A *Estrela* marcou presença na televisão em 1951, quando a TV Tupi criou um programa cujo destaque eram as crianças da programação da emissora, o *Troféu Estrela*, também conhecido por *Menores da Semana*. O programa era patrocinado pela fabricante de brinquedos, que premiava as crianças que se destacavam em apresentações de programas da TV Tupi com o Troféu *Estrela* (Ferreira, 2019). O evento era apresentado por Sonia Maria Dorce e David José. A *Estrela* deu continuidade a essa prática e, entre 1957 e 1970, patrocinou o programa *Pim Pam Pum*, transmitido pela mesma emissora e apresentado por Aurélio Campos. Segundo Kécia Garcia Ferreira (2019), o programa exibia o modelo *cabeças falantes* e apresentava atrações como palhaços, números musicais e sorteios de brinquedos.

Já em 1964, a *Estrela* conseguiu o licenciamento do brinquedo *Autorama* junto à empresa americana Gilbert sob a direção de Mario Arthur Adler, filho de Siegfried Adler, que havia assumido a fábrica de brinquedos (Carneiro, 2018). A partir desse momento, o lançamento da boneca Susi em 1966 e as versões do *Autorama* de pilotos brasileiros como Emerson Fittipaldi, Ayrton Senna, Rubens Barrichello e Nélon Piquet se popularizam no território nacional, principalmente após Emerson Fittipaldi ter recebido o título de campeão mundial da Fórmula 1 em 1972. Neste mesmo ano, surgia em São Paulo a companhia limitada *Grow Jogos e Brinquedos*, fundada pelos brasileiros Gerald Reiss, Roberto Schussel, Valdir Rovai e o israelense naturalizado brasileiro Oded Grajew, que se conheceram no curso de Engenharia da Escola Politécnica de São Paulo e, após a formatura, decidiram abrir o seu próprio negócio (Grow, 2023). Em outubro de 1972, três meses após a fundação da empresa, os empresários lançaram o jogo de tabuleiro chamado *War*, que era baseado no jogo americano vendido como *Risk* desde 1959 pela fabricante de brinquedos americana *Hasbro*.

Com o sucesso de vendas da *Grow*, a empresa continuou produzindo jogos de tabuleiro e de cartas como *Diplomacia* (1973), *Jogo das Nações* (1977), *Super Trunfo*, *War II* (1981), *Imagem & Ação* (1989) e *Dungeons & Dragons* (1994). A *Grow* priorizou trabalhar com jogos e quebra-cabeças, mas, a partir de 1977, é possível também perceber o movimento da *Estrela* na produção jogos de tabuleiro de forma mais regular, publicando jogos como *Detetive* (1977), *Top Letras* (1983), *Cara a Cara*

(1986) e Jogo da Vida (1986). Ao lançarem jogos de maneira regular, ambas as empresas contribuíram para a prática de jogar jogos de tabuleiro em território nacional, principalmente no estado de São Paulo.

Concomitantemente ao aumento de produção de jogos de tabuleiro e de cartas, em 1987, também em São Paulo, surgiu a *Devir*, com objetivo de trazer para o mercado nacional não apenas jogos, mas também livros, *RPGs* e quadrinhos, com lançamentos como o sistema de *RPG Generic and Universal Role Playing System GURPS* (1991) e o *RPG Vampiro: A Máscara* (1992). Os fundadores da *Devir* foram Douglas Quinta Reis, Mauro Martinez Prazeres e Walder Mitsihary Yano. Os empresários promoveram encontros internacionais de *RPGs* entre 2003 e 2008 por meio de sua empresa, o que possibilitou o fortalecimento dos *Hobby Games* e de empresas recém-criadas, como a *Conclave Editora*, que iniciou suas atividades em 2003. A *Conclave Editora* foi fundada em Juiz de Fora, tendo sido a primeira editora a não estar localizada em São Paulo. Os irmãos Cristiano e Marcelo Oliveira eram entusiastas de literatura fantástica, história em quadrinhos e jogos de *RPG* e de tabuleiro. Segundo Cristiano Chaves de Oliveira (2013), o ano de 2003 foi caracterizado por acontecimentos marcantes dentro da cultura *geek*, como a produção do último filme da trilogia de *Senhor dos Anéis* e seu lançamento no final do ano. A *internet* estava dando seus passos iniciais em território nacional e *RPGs* como *Vampiro: A Máscara* e *Dungeons & Dragons* faziam muito sucesso. Marcelo Oliveira trabalhava na *Compendium Quadrinhos*, que trazia quadrinhos, jogos de tabuleiro e de cartas, assim como *RPGs* para o Brasil (Oliveira, 2013). Cristiano Oliveira foi um dos diretores do projeto *Brasil By Night (Live action de Vampiro)*, autor da revista *Grimoire*, do *RPG Crepúsculo* e de sua expansão, *Veneza: cidades dos pombos*, pela editora *Akritó* (Oliveira, 2013).

O envolvimento dos irmãos Cristiano e Marcelo Oliveira com os *Hobby Games* continuou com o surgimento da empresa. Segundo Cristiano (2013), eventos como *UAI!Play* realizado em Minas Gerais e o *Encontro Internacional de RPG da Devir* foram fundamentais para empresa, principalmente por meio de patrocínios. O *RPG* e tudo que envolve os *Hobby Games*, como por exemplo, publicações, materiais feitos pelos fãs, traduções e participações em eventos, a partir da década de 1990, foram uma alternativa ao que estava sendo distribuído por fabricantes como *Estrela* e *Grow* em termos de estilo e prática de jogo, ou seja, é por meio do *RPG* que jogadores não apenas jogam uma partida e sim, criam, desenvolvem, publicam e participam. Por

isso, tanto a continuidade de publicações já mencionadas pelas editoras *Grow* e *Estrela*, quanto à gênese do *RPG* no Brasil, foram fundamentais para a continuidade e a ampliação dos *Hobby Games*. O pesquisador André Marques Fraga (2022) mencionou em seu artigo *Gênese do mercado de livros de RPG no Brasil* que:

(...) é consenso entre os pesquisadores brasileiros que estudam esse gênero de jogos que a vinda deles ao Brasil é anterior às suas primeiras edições nacionais, sendo trazidos por jogadores que tiveram contato com eles no exterior, tanto por meio de livros importados como por meio de fotocópias dos originais em inglês, pelo menos desde a década de 1980. Tal acontecimento é mencionado por vários dos jogadores entrevistados oralmente por Andréa Pavão (2000) e Thomas Massao Fairchild (2007), e também por pesquisadores-jogadores, como Edson Ribeiro Cupertino (2008) e Guilherme Kazuo Lopes Yokote (2014) (Fraga, 2022, p.4).

Ao tratar sobre a publicação de *board games* pela *Conclave Editora*, encontramos informações apenas em páginas eletrônicas como a *Ludopedia* e que são muito posteriores ao seu surgimento, como *Illegal* (2014), *Midgard: The Card Game* (2014) e *Dominion* (2015). Existe uma escassez de fontes ou silenciamentos sobre jogos anteriores a 2013, podendo se atrelar a sistematização das informações ao surgimento da página eletrônica *Ludopedia* nesse mesmo ano, possibilitando só assim um espaço para catalogar jogos, e com o cuidado para vincular apenas aqueles que façam parte dos *Hobby Games*, ou que sejam considerados modernos. Desta forma, existem poucos exemplos de jogos de tabuleiro publicados por editoras antes de 2010 no Brasil, como *Carcassonne* (2002) pela *Devir* e *Guerra dos Tronos* (2008) pela *Galápagos Jogos*. Assim como os *RPGs*, os jogos do estilo *Eurogames* fizeram parte de uma pequena parcela da sociedade que podia empreender viagens ao exterior. Em alguns casos, como retratado por Thiago Leite (2019), responsável pela editora *Glyptodon*, existia no grupo de amigos que jogavam *RPGs* uma colega que havia realizado um intercâmbio na Alemanha e, como forma de obter uma vantagem financeira, adquirira jogos que estavam sendo bem recebidos naquele país para revendê-los no Brasil. Thiago Leite adquiriu dois jogos dessa colega, *Stone Age* e *7 Wonders* (Leite, 2019).

A importação de jogos é um processo que começou em 1980, com os *RPGs*, mas, somente na década de 1990, o contexto de produção de jogos se alterou de forma a favorecer essa prática. Como mencionou o economista Guilherme Xavier Mello, no mandato do presidente Fernando Collor de Mello, foi iniciado um processo de redução de tarifas sobre importações que ocorreu entre 1990 e 1994. A redução

da carga tributária que, em 1992, era de 65% e, em 1995, já atingia os 20%, tornou a compra do produto no exterior mais vantajosa do que sua criação e produção no Brasil. Movimentos anteriores a esse já começaram a aparecer em 1987, quando a Comissão de Política Aduaneira (CPA) propôs alterações na política de importação, tendo como princípios a redução de tarifas, a supressão de regimes especiais e a eliminação de tributos adicionais. Segundo Mello:

Com a diminuição da produção, iniciou-se um efeito cascata de falência das fábricas nacionais de brinquedos, principalmente pelo fato dos preços dos produtos importados serem bem inferiores que os nacionais, isso ocorre devido a leis trabalhistas vantajosas, tarifas e impostos não abusivos e uma escala de produção infinitamente maior (Mello, 2012, p.11).

Empresas como a *Estrela* tiveram dificuldades em competir com a produção chinesa em relação a valores, tendo que reduzir o custo e o valor de seus brinquedos em até 40%, que também incluíam jogos com temáticas que eram populares nesse período, de forma bem similar aos *Mass-Market Games*, como proposto por Woods. A fama de *Pokémon* com o jogo de *Gameboy* e o desenho que foi transmitido inicialmente pela Record e pelo *Cartoon Network* chegaram ao tabuleiro com *Pokémon - Já achei* (1995), tendo Mário Seabra como responsável pela sua criação. A série de anime *Shurato* também fez bastante sucesso, chamando a atenção da *Estrela*, que lançou o *Jogo do Shurato* em 1996. A franquia Mario marcou presença com o lançamento de *Super Mario RPG* em 1997, e a série americana de televisão *Os Simpson* foi representada em 2001 com *Banco Imobiliário: Os Simpsons*.

Por outro lado, a redução de taxas de importação possibilitou o surgimento de editoras como a *Galápagos Jogos*, que procuravam licenciar jogos internacionais e trazê-los para o Brasil. Com isso, a produção dos jogos, levando em consideração os papéis para fazer as cartas e as peças que são criadas a partir de materiais como madeira ou plástico, passou a ser realizada por meio da coprodução em vários países, e a editora que compra a licença fica responsável, a maior parte das vezes, pela localização do jogo, logística para a recepção dos produtos em território nacional, distribuição e atendimento ao público. Em entrevistas realizadas com Cristiano Oliveira, Thiago Leite e Diego Bianchini sobre o mercado de jogos de tabuleiro no Brasil, a China é muitas vezes mencionada como o principal país que as editoras procuram para produzir materiais de plástico de qualidade (Quadrada, 2021; Contrapartida, 2022c). Quanto aos materiais como cartas, há um consenso de que é

possível ter produção nacional a partir dos serviços prestados pela empresa brasileira de baralhos *Copag*. Assim, como relatado por Cristiano Oliveira (Quadrada, 2021), quando uma editora nacional busca licenciar um jogo internacional, é comum que a empresa que o lançou possua duas opções: aumentar a tiragem do jogo durante o processo de produção para que se tenham lançamentos simultâneos em vários países (opção raramente assumida), ou solicitar que a interessada na licença apresente um projeto que mostre a qualidade do material que será produzido pelas suas próprias fornecedoras. Nesta segunda opção, caso a qualidade do material não satisfaça o padrão da editora detentora dos direitos do jogo, esta pode exigir a substituição da empresa produtora ou se responsabilizar por esta etapa (Quadrada, 2021). Entretanto, não são todas as editoras que têm a preocupação com a qualidade do material que acompanha o jogo em outros países por meio do licenciamento.

Em 2008, os engenheiros Thiago Brito, Ricardo Sasdelli e Yuri Fang eram responsáveis por um grupo de jogadores de jogos de tabuleiro e realizaram algumas modificações nos próprios jogos, com o intuito de torná-los mais divertidos (Ludocast, 2014). Segundo Sasdelli, por meio de uma pessoa de suas relações que tinha uma empresa de recursos humanos, começaram a prestar serviços de consultoria com o uso de jogos. No entanto, o objetivo dos três paulistanos era abrir sua própria empresa e começar a vender jogos de tabuleiro para o público em geral. Durante três anos, Brito, Sasdelli e Fang conciliaram o trabalho como engenheiros com as atividades de consultoria por meio dos *board games* da empresa *Darwin Jogos* (Ludocast, 2014). Segundo Sasdelli, o dinheiro arrecadado a partir das consultorias tinha como propósito ser o ponto de partida para a criação da *Galápagos Jogos*, já que inicialmente não se tinha lucro com a venda de jogos de maneira comercial (Ludocast, 2014). Além disso, sua importação está estritamente vinculada à participação e presença em feiras como *SPIELTage Essen* na Alemanha, que se apresentou como uma grande oportunidade para fechar negócios relacionados a licenças.

Os primeiros jogos lançados pela *Galápagos Jogos* foram *Brasilis* (2010), *A Guerra dos Tronos: Board game* (2014) e *Robin Hood* (2011), que mostram uma diversidade no tipo de produção e inclusive a procura de uma identidade para a empresa. *Brasilis* foi um jogo autoral dos três fundadores da *Galápagos Jogos* e que, segundo Ricardo Sasdelli, recebeu muitas críticas referentes às regras e aos materiais (Ludocast, 2014). O jogo tinha como objetivo representar o período eleitoral, ao colocar os jogadores nos papéis de políticos que tentavam vencer as eleições,

aproveitando o período das eleições de 2010. A *Guerra dos Tronos: Board game* também tinha como objetivo aproveitar o sucesso que a série americana de televisão fazia no momento de sua chegada, em abril de 2011, por meio de mecânicas de jogos do estilo *Eurogames*, como ação simultânea, jogadores com diferentes habilidades, eventos, fichas de vantagem e leilão. Já *Robin Hood* foi um relançamento de um jogo produzido pela *Estrela* em 2006 e que se chamava *O Jogo da Fronteira*, no qual os jogadores eram contrabandistas e precisavam atravessar a fronteira, tanto com produtos legais, quanto com os ilegais (Ludocast, 2014). Contudo, o produto foi retirado do mercado pela forma com que abordava o conteúdo e o papel do jogador nesse cenário. Assim, a *Galápagos Jogos* juntamente com o autor do *O Jogo da Fronteira*, Sérgio Halaban, lançou *Robin Hood*, um jogo bastante similar no aspecto das mecânicas e objetivos, com apenas alteração da temática (Ludocast, 2014). A editora *Galápagos Jogos* priorizou lançar jogos que estavam sendo produzidos fora do Brasil e vendê-los no país a partir do processo de compra de licenças, o que se demonstrou extremamente promissor, com 876 jogos de tabuleiro lançados até o momento. Em 2018, a *Galápagos Jogos* foi vendida para a empresa francesa de jogos de tabuleiro *Asmodee* (Galápagos, 2023).

Em 2014, Diego Bianchini fundou a editora *MeepleBr* a partir da experiência pessoal da venda de materiais para jogos de tabuleiro em um grupo de *Facebook*. Segundo Bianchini, em entrevista concedida ao canal *Contrapartida*, o jogo *Lords of Waterdeep* era um dos seus favoritos e, por meio da *internet*, descobriu que um cidadão canadense vendia um *kit* personalizado que substituía as peças originais do jogo por peças de madeira com desenhos de heróis do jogo (Contrapartida, 2022b). Entretanto, o maior entrave era a questão financeira e a disponibilidade, já que não havia sido produzido em grande quantidade. Como solução, Bianchini tentou produzir o material de maneira particular, com o auxílio de uma pessoa de suas relações que tinha uma máquina de corte a *laser*. Assim, adquiriu quatro chapas de acrílico para confeccionar as peças de cores diferentes. Apesar de precisar de apenas uma pequena parte das chapas, essas somente eram vendidas em peças de 1 m x 2 m, de forma que Bianchini fez uma divulgação no grupo de *Facebook*, oferecendo kits de peças de acrílico para compra (Contrapartida, 2022b). A partir do interesse pelo material produzido, os próximos passos foram produzir peças para autores de jogos nacionais e, em 2015, direcionou a busca de licenciamento de jogos como o objetivo principal (Contrapartida, 2022b). Desta forma, a empresa lançou jogos como *Dead*

Men Tell No Tales (2016), *Mombasa* (2015), *Terraforming Mars* (2017), *Invasores do Mar do Norte* (2017) e *Orléans* (2017).

Concluimos que a prática de produção de jogos de tabuleiro no Brasil começou a partir das primeiras fábricas de brinquedos como a *Estrela*, em 1937, e, anos mais tarde, com a consolidação da empresa *Grow*, fundada em 1972, como uma empresa com portfólio voltado para jogos analógicos. Ambas as empresas também atuaram de forma a promover o jogo analógico como uma forma de lazer, principalmente em São Paulo, Estado em que estão localizadas. A partir da década de 1980, manifestou-se em território nacional o interesse por jogos que diferem de *Jogo da Vida* e *Banco Imobiliário*. As importações de livros americanos de *RPGs* podem ser entendidas como uma alternativa à produção nacional até então e, ao mesmo tempo, oferecem indícios das características do público interessado. A entrada desses jogos ocorreu por meio pessoas físicas que os traziam de suas viagens. Os *RPGs* que chegaram ao Brasil não eram de fácil acesso e, ao mesmo tempo, eram de difícil compreensão devido aos seus extensos textos em inglês. Esta alternativa, portanto, tinha limites significativos em relação ao alcance em território nacional e ao público. Na década de 1990, foi possível identificar uma significativa alteração nesse cenário, com a redução de taxas para produtos importados, que se manifestou de maneira negativa na fábrica de brinquedos *Estrela*, que, como alternativa iniciou a produção de jogos com temáticas de desenhos de televisão e de *videogames*. Concomitantemente, teve-se a consolidação dos *RPGs* no Brasil, com os primeiros lançamentos nacionais, *GURPS* (1991) e *Vampiro: A Máscara* (1992).

Os *Eurogames* e *American Games* movimentaram o interesse a partir da primeira década dos anos 2000, quando Luish Moraes Coelho marcou presença em eventos internacionais em 2007, levando o protótipo de *Recicle: Tempos de Crise*, que foi lançado em 2010. Verifica-se a formação de uma comunidade de jogos de tabuleiro modernos, com tendência nos dois gêneros mencionados, com premiações, *blogs* e páginas eletrônicas sobre o assunto. Como destaques, temos o prêmio *JoTa* a partir de 2008, o surgimento da página eletrônica *Ilha do Tabuleiro* (2007), com fóruns, grupos e listas de *board games*. Entre 2008 e 2014, ocorreu uma transição, em que profissionais de áreas como Engenharia ou técnicos em Informática do Estado de São Paulo e, ao mesmo tempo, jogadores de *board games*, iniciaram projetos de formação de editoras paralelamente aos seus empregos. Da mesma forma, foi nesse período que, segundo o fundador da *Galápagos Jogos*, a empresa se interessou em

aumentar o público consumidor de jogos analógicos. Consequentemente, a empresa adotou, inicialmente, uma política de produção de jogos por custo baixo e de regras mais simples. A consolidação dos *Hobby Games* no Brasil perpassa a presença de *RPGs* desde a década de 1980, de *Wargames* na primeira década dos anos 2000 e, principalmente, o estabelecimento dos *Eurogames* e *American Games* a partir de 2010. Os dois gêneros se mantêm até a atualidade como o principal portfólio de editoras como *Galápagos Jogos*, *MeepleBr* e *Devir*. As duas primeiras editoras mencionadas simbolizam um processo de profissionalização dos *Hobby Games*, em que, ao longo do tempo, jogadores passam a empreender na área de jogos, de maneira a se profissionalizar nela.

2.3 A produção dos *Hobby Games* no cenário brasileiro

Existe uma preocupação relevante de autores e editoras da área de jogos de tabuleiro com a manutenção da profissionalização do *hobby*, que incentiva os jogadores desenvolverem os seus jogos. Entretanto, de que forma isso é realizado e quais são as informações que podemos extrair para analisar os caminhos e processos de elaboração de um jogo de tabuleiro em um mundo onde a produção tem escalas globais? Para tanto, utilizamos uma palestra e uma entrevista que foram realizadas em 2020, respectivamente, com Lucas Passeti Schneiater, gerente de produtos da *Galápagos Jogos*, Fel Barros, *game designer* brasileiro.

Lucas Passeti Schneiater, antes de iniciar suas atividades profissionais na *Galápagos Jogos*, já tinha experiência como analista de produtos em empresas como *Pandora* e *LATAM*. Em 2020, quando era coordenador de produtos da *Galápagos Jogos*, Schneiater realizou uma apresentação na *Gen Con*⁵, abordando quais são os processos que um jogo analógico precisa percorrer para chegar às lojas como um produto (Galápagos, 2020). O primeiro aspecto analisado por Schneiater é a ideia de um jogo que tenha um objetivo claro: reformulação de um jogo já existente, criação de uma nova mecânica ou desenvolvimento de nova temática. Esses são interesses do autor e geralmente pessoais. Do outro lado, existe o interesse mercadológico em um jogo, muitas vezes representado pela editora. Segundo Schneiater, existe uma

⁵ *Gen Con* é a maior feira de jogos de tabuleiro nos Estados Unidos, que ocorre anualmente desde 1968 e, atualmente, ocorre em Indianápolis. Foi fundada por Gary Gygax, criador de *Dungeons & Dragons*. Em 2020, devido à pandemia da Covid-19, a feira foi realizada de modo virtual. Nesse mesmo ano, a *Gen Con* ofereceu palestras e eventos em português.

demanda de uma editora ou estúdio, com temáticas e mecânicas que ainda não foram desenvolvidas e questões financeiras (Galápagos, 2020). Lembrando que *Magic* foi desenvolvido como uma solução após a editora não ter capacidade de arcar com os custos de um jogo analógico apresentado por Richard Garfield, que continha tabuleiro e peças caras. Por fim, contamos também com uma demanda do público, ou seja, os jogadores pedem um tipo de conteúdo por meio de eventos, redes sociais e páginas eletrônicas das editoras.

Posteriormente, existiu uma preocupação em desenvolver o jogo como um produto comercial. Atualmente, são três os caminhos mais comuns: financiamento, estúdio ou iniciativa individual. O financiamento está atrelado a plataformas de financiamento coletivo, como *Kickstarter* e *Catarse*. Ambas possuem o mesmo propósito, porém a segunda ganha destaque por ser uma página eletrônica com projetos nacionais. O financiamento tem como objetivo apresentar a ideia diretamente para o público consumidor, para que ele o apoie com certo valor a fim de atingir uma meta mínima que torne a produção do jogo viável. Geralmente, autores tentam captar apoiadores por meio de vídeos, textos e um sistema de benefícios em que, quanto maior o valor investido, mais vantagens serão recebidas pelo comprador.

A segunda alternativa para o processo de materialização de um jogo é de maneira individual. O autor entra em contato com as editoras de forma particular para tentar vender seu jogo e necessita ter um contato direto com os fornecedores que irão disponibilizar os componentes do seu jogo. Segundo Schneiater, geralmente para essa alternativa o jogo deve estar em um estado mais avançado, ou seja, com regras bem definidas que sofram poucas alterações e, conseqüentemente, um jogo bem acabado e equilibrado (Galápagos, 2020).

A terceira alternativa e a prática mais comum em 2020, segundo Schneiater, é o desenvolvimento de um jogo por meio do estúdio (Galápagos, 2020). Segundo Fel Barros, que trabalhou muito tempo em estúdios, suas responsabilidades são, junto ao autor, analisar o equilíbrio do jogo, como as mecânicas estão funcionando durante a partida e o balanceamento das ações dos jogadores, tendo como objetivo tornar o jogo atraente, para que se tenha interesse de jogá-lo mais vezes (Covil, 2023). Em relação às regras, existe um cuidado com sua objetividade e coerência. Além disso, estúdios se comprometem com a produção, fazendo com que uma ideia de jogo se torne possível em questão de componentes, caixa de jogo, preço e público-alvo. Portanto, existe uma preocupação em pensar o jogo em todos os aspectos como um

produto, dando ênfase, principalmente, ao custo e ao público. Segundo Schneiater, as etapas mencionadas dentro de um estúdio têm como finalidade dar mais segurança acerca da recepção que o jogo terá após seu lançamento (Galápagos, 2020).

Após a conclusão de todos esses processos, o estúdio passa a vender o jogo para distribuidoras e editoras por meio do *pitch* de venda. É um ponto-chave para o prosseguimento do jogo, visto que quando ele não é bem recebido, volta ao estúdio a fim de ser reformulado ou até descartado. Segundo Schneiater, existe um mínimo de produção e venda para que a produção do jogo faça sentido, e o sucesso da apresentação a editoras ou distribuidoras é fundamental para definir se ele sairá da fase de projeto para concretização do produto (Galápagos, 2020). Além disso, o mercado nacional não tem um número alto de consumidores de jogos analógicos, fazendo com que seja necessário que as editoras ou distribuidoras vendam o jogo também no exterior, para justificar o seu lançamento. O jogo *Brazil: Imperial* (2021) pode ser considerado um exemplo à medida que foi lançado na China, Hungria, Holanda, França, Alemanha, Polônia, Espanha, Coreia do Sul, Rússia, República Tcheca e Itália (Ludopedia, 2023).

Após o processo de venda, em que a meta de tiragem foi alcançada, o jogo segue à fábrica para o teste de produção, após o qual é enviado para editora ou estúdio, onde são feitas as provas finais para entrar efetivamente em produção. Simultaneamente, a editora realiza o processo de localização (adequação para um público e uma cultura específica). O tempo de produção pode variar entre três e quatro ou até seis meses, já que diferentes componentes podem ser fabricados em países distintos (Galápagos, 2020). Segundo Diego Bianchini, a maioria da confecção é feita na China, principalmente porque este país é o maior produtor de plástico, além de que as suas políticas trabalhistas facilitam esse processo (Quadrada, 2021). Finalizada essa etapa, uma prova é realizada por meio de uma amostragem (Galápagos, 2020). Por fim, o processo de importação é considerado delicado. A importação brasileira passa por verificação tributária, certificação (quando são jogos infantis, existe uma legislação específica e alguns tipos de jogos e mecânicas têm tributações diferentes) (Galápagos, 2020). O processo como um todo dura de seis a oito meses. Como se trata de um produto importado, é produzido e pago em uma moeda estrangeira.

Em seguida, ocorre o processo de distribuição do jogo. Existem algumas fases como a nacionalização, passando por processos de verificação e certificação dos produtos conforme a certificação do país. O próximo passo é a armazenagem, sendo

que geralmente os jogos são alocados em galpões. Logo após vem a etapa de venda e entrega por parte da editora ou distribuidora para o lojista (Galápagos, 2020). Nas lojas, o jogo disputa o espaço físico com outros produtos, sendo que, nesse ponto, conta muito a relação do lojista com o consumidor. Por fim, no Brasil, as editoras também assumem o papel de estúdio, mas nenhuma se sustenta apenas com esta função. Editoras como a *Galápagos Jogos* priorizam lançamentos de jogos já existentes, como é o caso de *Dixit* da editora *Libellud*. Assim, a editora nacional fica responsável pela tradução, nacionalização e distribuição.

Tendo em vista a apresentação de Lucas Passeti Scheiater, é necessário fazer alguns apontamentos em relação aos agentes e às funções dentro do mercado de jogos de tabuleiro. Utilizaremos, como exemplos, alguns jogos já lançados, contratos de licenciamento, divisão de lucro, características de lançamentos nacionais e recentes modificações no cenário dos *board games* no Brasil. Um jogo parte de uma ideia, que pode ser de uma pessoa vinculada ou não a um estúdio, uma editora ou distribuidora. Essa pessoa chamamos de autor ou, em inglês, *game designer*. A partir de então, ocorre a formalização do jogo, na qual o autor pode escolher desenvolver seu projeto de forma individual, como é o caso do jogo *Afro-Históricos* da autora Polianna Silva, que o produziu como Trabalho de Conclusão de Curso de Design na Universidade Federal da Bahia e o vende por demanda na página eletrônica oficial⁶, ficando responsável, portanto, por todos os processos de produção, teste do jogo e escolha criativa.

Outra possibilidade de produção de um jogo é o financiamento coletivo nas páginas eletrônicas *Catarse* e *Kickstarter*. *Vossa Excelência: O Jogo Político* representa essa possibilidade quando, em 2018, o brasileiro Fernando Augusto C. Prado teve sucesso na arrecadação de R\$ 29.785,00 (Prado, 2018). O mínimo estipulado para que o projeto fosse financiado eram R\$ 25.000,00. Desta forma, um livro com a arte do jogo era enviado para aqueles que haviam contribuído com R\$ 20,00 e, a partir de R\$ 90,00, adicionavam-se o jogo e todas as metas atingidas a depender dos valores alcançados, sendo que as metas se compunham de um maior número de quartas que poderiam ser adicionadas ao jogo (Prado, 2018).

Por fim, temos estúdios que, no Brasil, carregam uma peculiaridade. Podemos encontrar estúdios que têm como proposta desenvolver o jogo como um produto,

⁶ Disponível em: <https://afrohistoricos.com.br/>. Acesso em: 2 out. 2023.

pensando no público, custo de produção e mecânicas do jogo voltadas para o equilíbrio e a rejogabilidade. Nesse momento, entra o *game developer*, responsável por tirar a ideia do autor do papel e definir algumas alterações na proposta do jogo. No Brasil, temos a *Riachuelo Games*, que era um estúdio voltado para o desenvolvimento de *Wargames* nacionais e que, a partir de 2011, passou a desenvolver jogos com mecânicas dos *Eurogames*, como *Galaxia S.A.* e *Mehinaku*. Entretanto, a *Riachuelo Games* também se coloca como editora e publica os jogos mencionados. Grande parte das editoras nacionais como *Galápagos Jogos*, *MeepleBr*, *Conclave Editora*, *Devir*, *Grok Games* e *PaperGames* são editoras que também cumprem o papel de estúdios, mas, como ressalta Schneiater, o estúdio não é o que mantém as editoras. Consequentemente existe um menor interesse das empresas em produzir jogos de autores nacionais do que publicar jogos produzidos no exterior.

Dos 922 jogos e seus componentes extras da *Galápagos Jogos*, apenas sete são de autoria nacional: *Chaves: Confusões na Vila* (2023), *Fibonachos* (2023), *Zombicide: Rio Z Janeiro* (2023), *UeStop* (2022), *Piratas!* (2020), *Timeline: Brasil* (2019), *Recicle* (2010) e *Bra\$ilis* (2010), levando em consideração que, apesar de *Zombicide* e *Timeline* serem franquias estrangeiras, as adaptações foram autoria dos brasileiros Fel Barros, Fábio Tola e Rafael Verri (Ludopedia, 2023c). Isso significa que 0,76% da venda de jogos da *Galápagos Jogos* ao longo de sua história, com base nas informações da *Ludopedia*, teve autores brasileiros. Indica, também, que a editora não tem a prática de funcionar como um estúdio. Grande parte dos seus jogos são licenciados de editoras estrangeiras, deixando de lado a parte criativa, para se envolver em processos de produção, nacionalização do produto e comercialização.

A *Conclave Editora*, apesar de um número bem menor de jogos ou componentes publicados, totalizando 176, tem na sua biblioteca de jogos quatro jogos brasileiros, o que também é uma baixa porcentagem (2,27% de jogos nacionais), sendo eles: *Valknut* (2020), *As Torres de Arkhanos* (2019), *Gnomopolis* (2018) e *Midgard: The Card Game* (2014) (Ludopedia, 2023d). A *PaperGames* possui 192 jogos e peças adicionais de jogos que são produções estrangeiras (Ludopedia, 2023e). A *Grok Games* parece assumir um papel maior como estúdio e dar mais espaços para produções de autores brasileiros, já que dos 127 jogos e componentes extras catalogados, 21 são de autores nacionais, representando 16% da sua produção de jogos (Ludopedia, 2023f). A *MeepleBr* tem um repertório de 10 jogos ou

componentes extras feitos por autores nacionais, sendo os mais conhecidos: *Cultive* (2023), *World Wonders* (2023), *Luna Maris* (2022) e *Brazil: Imperial* (2021). A editora tem 128 conteúdos produzidos na plataforma *Ludopedia* (Ludopedia, 2023g). Por fim, a *Devir* possui 244 jogos lançados, dos quais apenas dois provêm de *game designers* brasileiros (Ludopedia, 2023h).

Mesmo que tenhamos que relevar essas informações, já que a página eletrônica *Ludopedia* foi criada em 2014 e o cadastro dos jogos anteriores a essa data pode não ter ocorrido, ela apresenta um breve panorama sobre a produção de jogos analógicos no Brasil e quais foram as escolhas comerciais realizadas nos últimos nove anos. Sendo assim, editoras, raramente se oferecem como estúdios, mas sim, se especializaram na formalização de licenças, localização, recepção dos produtos em território nacional e comercialização de jogos importados.

Para além dos números, essas informações também carregam consigo uma outra característica da produção de jogos brasileiros no mercado nacional. Identifica-se uma repetição de quem são os autores de jogos analógicos, geralmente com um prestígio na área, como Fel Barros (2023), fundador do estúdio e da editora *Ace Studios* em 2014, que desde 2015 é *game developer* da *CoolMiniOrNot (CMON)*, uma editora de *board games* e de miniaturas. Tendo jogos publicados pela *Galápagos Jogos*, *Grok Games* e *Ace Studios*. Jordy Adan Souza Alves, que trabalha na mesma editora desde 2019, também tem jogos publicados na *Grok Games* e *Galápagos Jogos*. Renato Simões, CEO da Editora *Geek and Orcs*, já lançou jogos com a *Galápagos Jogos* e pela própria editora. Desta forma, o baixo interesse das editoras em promover autores nacionais acompanha uma repetitividade de autores brasileiros de *board games* que já estão em empresas especializadas na área e possuem certo prestígio dentro das comunidades dos *Hobby Games*.

Contudo, é possível identificar uma preocupação por parte de empresas como a *MeepleBr* com as características apresentadas até aqui e a proposta de alternativas para uma maior participação de autores brasileiros de forma igualitária, à medida que todos os autores mencionados são homens, brancos, com formação superior na área de Computação ou Engenharia e da Região Sudeste do país. Em 2020, por meio da revista *Glyptodon*, empresa subsidiária da *MeepleBr* com objetivo de publicar jogos de autores brasileiros justifica seu novo posicionamento e investimento frente às dificuldades que foram encontradas no período da pandemia da Covid-19 e no mercado de jogos analógicos no Brasil:

O momento atual é incerto para o mercado brasileiro de jogos de tabuleiro modernos. Após um crescimento acelerado das vendas nos anos de 2020/2021, motivado pela menor circulação de pessoas em ambientes públicos devido a pandemia da Covid-19, houve uma aposta de editoras, lojas e influenciadores digitais em relação à afeição do público por novos jogos. Surgiu um otimismo generalizado em relação à expansão do hobby e a manutenção do interesse do público pelos jogos de mesa. Entretanto, esse otimismo foi maior do que o crescimento que se observou no mundo real. A quantidade de jogadores e jogadoras aumentou, porém o número de lançamentos feitos a cada semana está acima daquilo que o mercado consumidor é capaz de absorver. Some a esse cenário uma aguda crise econômica e política, um fortíssimo mercado de jogos usados e a retomada de atividades de entretenimento em espaços públicos e você terá noção das dificuldades enfrentadas por editoras e estúdios de game design. Em um cenário desse tipo, a inovação se torna uma aposta arriscada. Inovar demanda recursos, investimentos e a tomada de riscos diante de incertezas. Muitos diriam que é mais seguro investir em títulos consolidados e fórmulas de sucesso já conhecidas pelo público estabelecido. Uma resposta conservadora e equilibrada, mas que não deixa espaço para a criação ou para soluções novas para os problemas que estão diante de nós. Optamos por seguir acreditando na inovação e na criação de jogos brasileiros e que são capazes de trazer novas perspectivas: *Street Art*, jogo sobre cultura hip hop e arte de rua; *Marajoara*, inovador em termos de regras e que apresenta a beleza das culturas amazônicas; *1890 Plano Nacional de Viação*, que tenta apresentar os jogos *18xx* para uma audiência mais ampla; e o recém lançado *Cultive* (Botelho, 2023).

Street Art, *Marajoara*, *1890 Plano Nacional de Viação* e *Cultive* mostram uma preocupação da editora em mudar a linguagem dos seus jogos para abranger novos públicos. Além disso, a empresa afirma que a melhor forma de iniciar esse processo é por meio dos autores nacionais e de temáticas que sejam mais próximas da cultura e história local, reconhecendo que são necessárias alternativas para fazer frente ao baixo número de consumidores. Em 21 de março de 2021, por exemplo, foi anunciado pela *MeepleBr* um edital em parceria com a Liga Brasileira de Mulheres Tabuleiristas (MeepleBr, 2021), destinado a um jogo de cartas totalmente inédito, de autoria exclusivamente feminina. A partir desse edital, foi lançado em 2023 o jogo *Cultive*, de Laila Terra e Luciana Lima. Por outro lado, a *MeepleBr* tem mostrado com os últimos lançamentos de Zé Mendes, *Brazil: Imperial* e *Tiles of the World* e na sua entrevista para o canal *Contrapartida* (Contrapartida, 2023b), seu interesse recorrente em produzir jogos que tenham apelo e possam ser vendidos no exterior. Países como Polônia, Alemanha e Estados Unidos são almejados devido ao fato de terem um número muito grande de jogadores de *Hobby Games*.

Pensar sobre as representações no Brasil e sua história nos jogos analógicos também é refletir como a produção de jogos analógicos e as escolhas de agentes inseridos nesse processo moldam representações específicas ao longo do tempo.

Desta maneira, a representação do Brasil presente em um jogo analógico que tem como objetivo alcançar mercados como Hungria, Polônia, Alemanha, China e Espanha difere da forma pela qual o jogo será apresentado ao público nacional, como *Xingu*, lançado pela *MS Jogos* em 2018.

Existem dois elementos, que mesmo com poucas informações, merecem ser mencionados nessa equação. O primeiro diz respeito a um grau de autonomia do autor de um jogo analógico e o seu contrato com uma editora. O *game designer* Rodrigo Faria de Almeida Rego (2019) compartilhou na página eletrônica *Ludopedia* suas experiências com editoras nacionais, justificando a importância de fazê-lo por não ter encontrado conteúdo sobre o assunto. Ele é conhecido pela autoria de jogos analógicos como *Camisa 12* (2021), *É Top!?* (2021), *PaperTown* (2021), *Dead & Breakfast* (2018), *Dubai* (2018) e *Palmares* (2014). Rego menciona seis características importantes que estão presentes no contrato entre autor e editora: controle criativo, prazo, remuneração, abrangência, sub-licenciamento e multa (Rego, 2019).

Na questão de controle criativo e decisão final nas alterações do jogo, Rego comentou que os autores devem estar preparados para cederem sua autonomia, já que todos os cinco contratos que havia assinado até 2019 davam o controle criativo do jogo analógico para a editora (Rego, 2019). Considerou também que todas as alterações que seus jogos sofreram foram acertadas, mesmo que estes tenham praticamente sido refeitos (Rego, 2019). Com isso, as empresas, com seus *game developers*, têm um peso relevante na produção de jogos no Brasil. Entretanto, esse é um trabalho pouco visível na análise, visto que a ênfase na parte criativa em entrevistas, *podcasts* e artigos sempre é creditada ao autor, ou seja, ao *game designer*. A remuneração diz respeito ao pagamento que o autor receberá por ceder os direitos do jogo, que pode ser um valor único e fixo, um valor pré-determinado por unidade vendida ou, mais comumente, *royalties*. *Royalties* são uma porcentagem do valor de venda do jogo, que nem sempre significa o seu preço final, a depender de quem o compra. Quando o comprador é o consumidor, o valor de venda é de fato o preço final, e quando o comprador é um lojista, esse valor diminui pela metade. O valor pode representar um terço do preço final quando o comprador for um distribuidor, que é responsável por colocar jogos para vários lojistas do país. Em geral, os *royalties* variam entre 4% e 10% do valor de venda do jogo, mas com possibilidade de aumento quando o profissional atua como estúdio e, além do *design* do jogo, oferece

ilustrações, manual e *design* gráfico (Rego, 2019). Os contratos contam também com a periodicidade do pagamento, podendo este ser trimestral, quadrimestral ou semestral (Rego, 2019).

A *Unpublished Games Network*, comunidade de *designer* de jogos, editores, jogadores, varejistas e artistas localizados em regiões do Estados Unidos como Maryland, Pensilvânia e Delaware publicaram, em 2015, uma série de infográficos sobre o mercado americano de jogos analógicos em 2014 (Zinsli, 2015). A pesquisa contou com 132 entrevistados no período de 10 a 31 de dezembro daquele ano. Sobre controle criativo, 73% afirmaram que não têm a decisão final do jogo e 27% afirmam que a tem (Zinsli, 2015). Nos aspectos de remuneração, 48% receberam uma porcentagem do valor do jogo para o varejo ou distribuidoras e apenas 19% receberam o valor final do jogo para o consumidor (Zinsli, 2015). Além disso, 6% receberam também por sublicenciamentos que as editoras fazem. Autores também têm uma porcentagem maior de *royalties* quando o valor definido é para o varejo ou distribuidoras, chegando de 5% a 8% e um valor menor quando a venda é para o consumidor, sendo de 3% a 6% (Zinsli, 2015).

O prazo se refere ao período pelo qual a editora pode explorar os direitos do jogo, antes que este direito retorne ao autor. O prazo mais comum é de cinco anos, mas pode haver cláusulas de renovação automática que ampliam esse período (Rego, 2019). A abrangência define se o autor está cedendo os direitos para a editora apenas em território nacional ou no mundo inteiro. A mais comum é a segunda opção, sendo que na primeira é possível que o próprio autor venda os direitos de seu jogo no exterior (Rego, 2019). Uma vez que uma editora tem os direitos do jogo do autor numa abrangência global, é possível que esta tenha interesse em sublicenciar o jogo para regiões da Europa, Ásia e para os Estados Unidos. Assim, a editora nacional cede o direito de venda do jogo em outros países para editoras estrangeiras, em troca de uma remuneração. A remuneração costuma ser dividida entre autor e editora numa proporção especificada no contrato, sendo, geralmente, de 20% para o autor e 50% para editora (Rego, 2019). O sublicenciamento, como vimos, é uma das principais características das editoras nacionais que têm como objetivo obter os direitos de jogos americanos ou europeus para venda em território nacional. Por fim, temos a multa, que é ativada quando a editora não conseguiu produzir o jogo durante o tempo de sua licença. Nem todo contrato estipula uma multa caso isso ocorra, neste caso a editora

pode desistir de produzir o jogo sem ônus e o autor permanece sem os direitos do jogo pelo tempo definido em contrato (Rego, 2019).

Infelizmente, não contamos com referências bibliográficas que possam contribuir com mais detalhes sobre o processo de profissionalização dos *Hobby Games* no Brasil e da forma pela qual o entendimento do jogo analógicos como produtos comerciais também faz parte da construção das representações sobre o Brasil. Para dar os primeiros passos iniciais, realizamos um cruzamento entre as informações disponíveis por pessoas envolvidas neste processo, como entrevistas, textos na *internet*, contratos, estatísticas de divisão de lucros e análise de alguns lançamentos de jogos anuais. Há possibilidade, no entanto, que no futuro mais pesquisas sobre o tema possam contribuir nesse sentido e avançar nos estudos sobre os *Hobby Games* no Brasil e suas singularidades.

2.4 Público dos *Hobby Games*

Para além da produção, quem faz parte dos *Hobby Games* como consumidor também merece a devida atenção à medida que está em contato com os discursos dos jogos e as suas representações sobre o Brasil e fazem parte do público-alvo dessas editoras. O trabalho de Lucas Marques do Santos e Laan Mendes de Barros intitulado *Jogos de tabuleiro do Império: board games modernos e a pervasividade do neoliberalismo* (2021) considerou, mesmo que brevemente, as identidades dos jogadores durante a sua pesquisa, que analisou a relação entre as representações do colonialismo europeu e o imaginário de um futuro neoliberal nos jogos analógicos. Para isso, fez uso de jogos como *Puerto Rico* (2015) e *Empire: Age of Discovery* (2018). Utilizou-se de informações providas de páginas eletrônicas como o *BoardGameGeek*, *Ludopedia* e a dissertação de Jesiel Carvalho Lima de Araujo (2019), a partir de duas reflexões prévias:

O fórum *BoardGameGeek* não representa a experiência majoritária dos jogadores de jogos de mesa, mas uma parcela de entusiastas que possuem identidades específicas, movimentam o mercado e integram dinâmicas de legitimação e deslegitimação. Mais do que isso, o site acompanhou a transformação dos *board games* modernos de um pequeno nicho, sobretudo de alguns países da Europa e dos EUA, para um fenômeno mais globalizado (Marques dos Santos; Mendes de Barros, 2021, p.5).

Desta forma, ao questionar quem é o público que consome os *Hobby Games*, leva-se em consideração que os resultados encontrados em fóruns não representam fielmente todos que jogam jogos analógicos no Brasil, pois outras práticas de jogo e seus correspondentes públicos, como os múltiplos jogos de um baralho (*Canastra, Poker, Paciência, Pife e Truco*), são desconsiderados. Em relação aos jogos, também é necessário alertar que os dados da *Ludopedia* estão disponíveis apenas a partir de 2015, onde certos gêneros de jogos e seus públicos se sobressaem em relação a outros. Por exemplo, 2008 foi considerado o período auge dos *Wargames* no Brasil, enquanto sete anos mais tarde, o destaque foi dos gêneros dos *Eurogames* e *American Games*.

Levando em consideração todos esses aspectos, os dados da *Ludopedia*, em conjunto com a introdução dos *Hobby Games* no Brasil e a indústria de jogos, podem contribuir, quando também relacionados com Araújo (2019), com o entendimento de quem consome jogos e participa deste gênero de jogos, quais são as mudanças desse público ao longo do tempo, quais são as dificuldades e os limites dessa prática e de que forma ocorrem os censos. Os censos das páginas eletrônicas *Board gameGeek* e *Ludopedia* têm similaridades e diferenças. Ambos produzem um questionário objetivo, por meio de um fórum que está disponível para todos que acessarem a página. Por outro lado, os agentes responsáveis por esse processo diferem nas duas páginas. O *BoardGameGeek* tem censos produzidos pelos usuários, possibilitando inúmeros resultados para o mesmo período e com perguntas distintas, não contando, desta forma, com um resultado oficial da página eletrônica, como ocorre na *Ludopedia*. Esta página eletrônica brasileira realizou anualmente um censo com os seus usuários, de 2015 a 2020, e publicou os resultados que até hoje estão disponíveis (Ludopedia, 2023i).

Em 2015, o primeiro censo da *Ludopedia* contou com 1.658 participantes, dos quais 90% eram homens e 10%, mulheres. Em relação ao estado-civil, 56% eram solteiros, 42% eram casados e 2% eram divorciados. Já a faixa etária nos mostra que os *Hobby Games* são voltados ao público adulto, sendo que 32% possuíam 31 até 40 anos e 31% estavam na categoria de 26 até 30 anos. Em terceiro lugar, jovens de 19 a 25 anos compunham os entusiastas de jogos e participantes da página *Ludopedia*. Quanto aos aspectos geográficos, verificou-se uma predominância de público do Sudeste do país, que representava 60% dos jogadores em comparação aos 17% do Sul, 13% do Nordeste, 8% do Centro-Oeste e 2% do Norte. Em relação ao trabalho e

ao grau de escolaridade, 61% trabalhavam em regime de Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) ou eram servidores públicos, 19% trabalhavam como autônomos, 11% estudavam e 4% estavam desempregados. Além disso, 44% tinham Ensino Superior completo, 22%, Ensino Superior incompleto, 28%, Ensino Médio completo e 5%, Ensino Médio incompleto. Por fim, temos tanto o consumo mensal em jogos de tabuleiro, quanto o número de jogos adquiridos. Dos 1.658 participantes, 52% possuíam 1 a 20 jogos, 29% possuíam 21 a 50 jogos e 12% tinham, na sua biblioteca, 51 a 100 jogos. Quanto aos gastos mensais com jogos analógicos, 49% gastavam, pelo menos, 50 a 200 reais, 31% gastavam de 201 até 400 reais, e apenas 20% gastavam, no máximo, 50 reais mensalmente com a aquisição ou o aluguel de jogos (Ludopedia, 2023i).

Em 2016, o número de participantes aumentou, alcançando 2.587 pessoas. Mesmo assim, os resultados foram bastante semelhantes aos dados de 2015, variando de 1 a 2% em relação ao censo anterior. A diferença marcante foi a inclusão de novas perguntas como “Qual é o seu tipo de *board game* preferido?”, sendo que 53% preferem jogos de estratégia, que é uma característica dos *Eurogames*, 23% não têm preferência, 12% preferem jogos temáticos, característica principal dos *American Games*, e o restante se distribui em preferência por jogos festivos, familiares, infantis, de guerra, abstratos e colecionáveis. Além disso, foi questionado quais são as preocupações acerca de jogos fabricados em território nacional, sendo que 57% afirmou ser o preço elevado, 27%, a qualidade dos componentes, 8%, atrasos no lançamento e 7% tinham preocupação com a disponibilidade do estoque (Ludopedia, 2023i).

No ano seguinte, o censo *Ludopedia* 2017 mostrou que o número de mulheres aumentou consideravelmente, representando 21% dos 3.028 participantes, enquanto 79% eram homens. O grau de escolaridade entre os participantes também aumentou em relação aos anos anteriores: 41,38% possuíam Ensino Superior completo, 33,03% tinham Pós-graduação e apenas 0,76% dos participantes ainda não haviam completado o Ensino Médio. Neste ano, ocorreu uma alteração nas proporções do estado civil dos participantes, já que 51% eram casados, 46% eram solteiros e 3% se enquadraram na categoria outros. No ano anterior, 57% eram solteiros e 41% eram casados. Mesmo com quase o dobro de participantes do censo de 2015, 59% estavam na região Sudeste, 17% no Sul, 13% no Nordeste, 8% no Centro-Oeste e 3% no Norte Brasil. Em relação à idade, se verificou as mesmas porcentagens registradas nos anos

anteriores, com variações de 1% a 2%. O censo de 2017 foi patrocinado pelas editoras de jogos *Conclave Editora* e *Kronos Games* e, com base nas perguntas que foram adicionadas (“Onde compram os jogos analógicos?” “Quais são suas preocupações com os jogos analógicos?” “Grau de importância das análises de jogos na sua decisão de compra?”), é visível o interesse das editoras em identificar quem são as pessoas que jogam, quais suas preocupações e suas práticas de consumo (Ludopedia, 2023i).

Em 2018, o censo contou com o menor acréscimo de participantes em relação ao ano anterior, contabilizando 397 pessoas. Entre 2015 e 2016, o acréscimo havia sido de 929 participantes, e de 2016 para 2017, o aumento havia sido de 441 participantes. Os números de 2018 foram bastante similares aos dos censos dos anos anteriores, e as perguntas não sofreram alterações. Dois aspectos que devem ser mencionados são a continuidade da presença feminina dentro do *hobby* que, a partir desse ano, atingiu 25% dos 3.425 participantes, marca considerável, levando em consideração que os censos dos três anos anteriores indicavam que elas representavam apenas 10%. Os patrocinadores do censo também sofreram alterações, *Galápagos Jogos*, *Mandala Jogos* e *Mitra* assumiram o papel da *Kronos Games*, que em 2018 se retirou do censo *Ludopedia*. A *Conclave Editora* novamente figurou entre as patrocinadoras. No ano de 2019, o censo *Ludopedia* não foi realizado, sendo retomado em 2020. No ano da pandemia da Covid-19, o número de participantes do censo aumentou para 4.166. Novamente, as perguntas se mantiveram as mesmas, mas houve um crescimento em relação à proporção de mulheres, representando 39% dos participantes, e uma mudança nas proporções das faixas etárias, com o público mais jovem em destaque (30% do público com 19 a 25 anos) (Ludopedia, 2023i).

A Liga Brasileira de Mulheres Tabuleiristas é um dos exemplos de como a presença feminina nos *Hobby Games* tomou força no cenário atual. O grupo formado por Bárbara Côrtes (antropóloga), Nanda Sales, Monique Garcez, Paula Valente, Jéssica Gubert, Cynthia Dias, Led Lima, Tânia Zaverucha e Júlia Varella trouxe visibilidade a mulheres autoras, jogadoras e atuantes na área de jogos analógicos. Destacam-se Lucy Raposo, criando e gerenciando a *Ludus Luderia*, Aline Costa produzindo conteúdos no canal e *blog Turno Extra*, Bianca Melyna, Samanta Geraldini e Sabrina do Valle desenvolvendo jogos, mencionadas na edição da *LigaNews* de 2022 (LIGANEWS, 2022). A Liga Brasileira de Mulheres Tabuleiristas atuou de 2020 a 2022 de diversas formas, publicando revistas mensais sobre a produção de jogos

analógicos por mulheres, inaugurando o dia da mulher tabuleirista em 31 de julho, realizando entrevistas com autoras estrangeiras, fazendo edital em conjunto com a *MeepBr* para promover um jogo exclusivamente de uma autora e, junto do evento *Diversão Offline*, promovendo espaços de oficina de testagens de jogos exclusivamente para mulheres desenvolvedoras, a fim de ser um local seguro e confortável para todas as mulheres (LIGANEWS, 2022).

Concluimos que o público de *Hobby Games* no Brasil se concentra na região Sudeste do país e tem, entre 2015 e 2020, mantido essa regularidade. Além disso, a presença masculina nos jogos analógicos prevalece em vários agentes sociais dos *Hobby Games* como jogadores, autores, *game developers*, donos de editoras, influenciadores por meio de *blogs* ou do *YouTube*, a ponto de tornar-se necessário que existam espaços onde mulheres se sintam mais confortáveis, como as oficinas de testagens. Mesmo assim, a presença feminina tem crescido dentro do *hobby* e contribuído significativamente para uma modificação do perfil do público, fazendo com que elas tenham maior destaque e sejam reconhecidas por seu trabalho. Também identificamos, a partir de 2020, uma preocupação maior das editoras em ampliar o perfil do público dos jogos analógicos e os mercados estrangeiros, por meio do sublicenciamento. Entretanto, as dificuldades apresentadas para ampliação desse público ainda remetem a questões como a concentração de jogadores no Sudeste do país e a ausência de diversidade em cargos mais importantes dentro dessa indústria de jogos.

3 QUANDO O BRASIL SE MATERIALIZA NO TABULEIRO: AS REPRESENTAÇÕES SOBRE A COLONIZAÇÃO PORTUGUESA NA AMÉRICA E A FORMAÇÃO DA SOCIEDADE BRASILEIRA

Neste capítulo, abordamos três jogos de tabuleiro que têm como corte cronológico os séculos XVI até XVIII no continente americano e que representam, por meio dos estilos *Eurogames*, *American Games* e *Wargames*, a formação do Brasil a partir de perspectivas econômicas, militares e culturais. Com o intuito de analisar as representações que esses três jogos apresentam, fazemos uso da metodologia da Análise do Discurso com a construção de seus sujeitos, *Eu enunciador* e *Tu destinatário*, de forma a evidenciar os possíveis interpretativos dos discursos e a sua relevância na reestruturação de representações passadas para formalização de novas a partir dos limites discursivos dos jogos analógicos.

Em um primeiro momento, a partir da disponibilidade de informações nos manuais dos jogos e na *internet*, almeja-se estudar o autor de cada jogo e demais sujeitos, editoras e estúdios que tiveram participação no processo de desenvolvimento do jogo. Infelizmente, os jogos analógicos não possuem uma padronização em seu material, com as informações de quem foram os autores (*game designers*), desenvolvedores (*game developers*), ilustradores (*designers*), revisores dos manuais, revisão histórica, editoras e estúdios, o que gera uma discrepância entre os jogos que se preocupam em divulgar as informações e os que preferem limitá-las apenas ao autor e ao ilustrador. Como consequência, essa desproporção será perceptível no que se refere ao tópico *Contextualização: autor, editora e recepções*. Todavia, o interesse em manter esse conteúdo em nossa análise diz respeito à relevância de estudos recentes do campo da História Pública, que se propõem a analisar quais são os agentes que estão a pensar e produzir a história fora da academia, assim como discutir de que forma, por quais meios e com quais interesses o fazem. Assim sendo, mesmo que não seja possível responder esses questionamentos de forma completa e objetiva em todos os jogos por nós analisados, fazemos uso de notícias, entrevistas e materiais da *internet* para suprir possíveis ausências, enfatizando uma história escrita e jogável externa à academia e sua importância como fonte histórica.

No segundo tópico, *Regras, fundamentos e perspectivas: as representações que acompanham a mecânica de jogo*, é realçada a parte prática da atividade de jogar um jogo analógico, ou seja, de que forma as ações dos jogadores durante a partida,

as modificações no tabuleiro e o objetivo final do jogo para alcançar a vitória influem e fabricam representações sobre a formação do território brasileiro e seus sujeitos. Para alcançar esse objetivo, é descrito brevemente o funcionamento do jogo e quais são os mecanismos para que os jogadores alcancem a vitória. Em seguida, é investigado como as relações entre jogador-jogador, jogador-componentes e componentes-componentes fazem parte do processo prático do jogo, como fixações e balizas para que as representações sejam expressas de maneira discursiva. Posto isto, são incorporados parcialmente em nossa análise os estudos na área de *Game Design* sobre o conceito de estética⁷ nos termos propostos por Robin Hunicke, Marc LeBlanc e Robert Zubek (2004), o qual considera o interesse do jogador e seu engajamento ao jogar, a partir de critérios como narrativa, desafios, sensação e interação social. Não levamos em consideração critérios mais subjetivos, como a sensação de jogar um determinado jogo e a interação social, os quais estão sujeitos a diversas variáveis temporais, geográficas, culturais e econômicas, mas pretendemos operacionalizar o conceito de estética de forma mais objetiva, a partir da sua relação com o conceito de representação. Expomos como as regras sistematizam as interações sociais durante uma partida, as narrativas nas quais o jogador está inserido e os desafios que são postos aos jogadores e, conseqüentemente, independente do interesse do autor, forjam representações.

Por fim, a subdivisão *Componentes: Análise do Discurso a partir do material do jogo* tem como finalidade abranger os aspectos visuais dos jogos analógicos nas suas peças, no manual, no tabuleiro e na caixa, dando atenção maior aos usos do passado que esses elementos evidenciam. Destacamos a frequente utilização de obras históricas como meio pelo qual a história é incorporada nos jogos analógicos e, ao mesmo tempo, a forma pela qual os sujeitos do discurso, *Eu enunciator e Tu destinatário*, ganham visibilidade e assumem papéis de personagens ou grupos históricos, dando-lhes novos contornos. Para isso, apresentamos uma comparação de como essas imagens foram se transformando a partir de interesses pertencentes a períodos históricos específicos e como elas são mostradas nos jogos por nós analisados, proporcionado, a partir de aproximações e distinções, expor rupturas e continuidades na construção das representações presentes nos jogos analógicos e suas novas configurações. Por conseguinte, realizamos uma análise dos elementos

⁷ Considerados o conceito de estética como a relação entre os elementos do jogo e suas formas de apreensão pelos sentidos e não como um mero elemento visual.

discursivos que compõem os jogos analógicos pertencentes aos *Hobby Games*, que se apresentam aos jogadores por meio de pequenas sinopses nas regras, na caixa do jogo ou nos cadernos históricos. A partir delas, o jogador é introduzido na temática do jogo e envolvido em uma breve narrativa. Esse elemento textual, que pode ser identificado nos jogos como “carta aos jogadores”, “introdução” e “apresentação”, possibilita analisar como os sujeitos do discurso são definidos e circunscrevem os jogadores em situações, papéis e objetivos, de forma a se identificarem com a temática. Da mesma forma, são pequenas narrativas sobre a história escritas não por historiadores, mas pelo público dos *Hobby Games* que nos últimos anos tem selecionado o que e como deve ser contado.

3.1 O jogo *Age of Empires III: Age of Discovery*

Age of Empires III: Age of Discovery foi lançado em 2007 pela editora *Tropical Games*, dois anos após o lançamento do jogo digital pela *Ensemble Studio*. Participaram do processo de produção o autor Glenn Drover e os dois ilustradores, Paul Niemeyer e James Provenzale (Age, 2007). Durante a pesquisa, foi possível traçar apenas a trajetória do autor. Os dois ilustradores citados não possuem informação disponível no material do jogo ou em fontes virtuais, como entrevistas, *podcasts* ou participação em eventos dos *Hobby Games*. É um jogo para dois a cinco jogadores, com duração de 90 a 120 minutos. Desde seu lançamento, até 2011, concorreu a oito indicações e ganhou duas premiações, sendo as principais: *Origins Awards Historical Board Game of the Year* (2007) e *Ludoteca Ideale Official Selection* (2009) (Boardgamegeek, 2023c).

3.1.1 Contextualização: autor, editor e recepções

Glenn Drover é fundador da Eagle Games, editora de jogos de tabuleiro *premium*. Em 2001, já produzia *Board games* como *Guerra Civil Americana*, em um espaço onde os jogadores estavam acostumados com *Axis and Allies*. O custo, sendo um jogo *premium*, era de 100 dólares. Drover se formou em História e Ciência Política na Marquette University em 1987 e, a partir de 1989, começou a trabalhar no setor de vendas de empresas americanas que tinham como mercado os jogos digitais (Drover, 2023). Inicialmente, Drover trabalhou na MicroPose, que produzia simuladores de voo

e guerra para computadores e, no mesmo período, a empresa iniciou a venda de jogos de estratégia (Drover, 2023). Dentre estes jogos, os mais conhecidos eram *Railroad Tycoon* e *Civilization*. Drover permaneceu na empresa até 1994 e, no mesmo ano, entrou para a empresa Maxis, fundada por Will Wright e Jeff Braun em 1987 e famosa pelo lançamento de jogos como *The Sims* e *SimCity* (Drover, 2023). Na Maxis, Glen Drover permaneceu apenas por um ano e, em 1995, teve sua carreira impulsionada, quando assumiu a direção de vendas da Activision, distribuidora de jogos eletrônicos americana (Drover, 2023). Foi contratado por Bobby Kotick, CEO da Activision, que desde 1991 estava em um processo de equilibrar financeiramente a empresa, que estava endividada.

Em 1995, Kotick estabeleceu o objetivo de tornar a empresa lucrativa com a produção de jogos de alta demanda. A partir dessa política, foi lançado o jogo *MechWarrior 2* em 1995, baseado no jogo de papel e caneta *BattleTech* da FASA, e adicionaram ao portfólio jogos como *NetMech*, *MechWarrior 2: Ghost Bear's Legacy* e *MechWarrior 2: Mercenaries*. Em 1997, a Activision obteve a licença de um jogo em papel e caneta e lançou *Heavy Gear* para os videogames. A empresa também adotou uma postura de aquisições de estúdios de jogos digitais para *videogames*, como a *Raven Software* em 1997, *Neversoft* em 2000, *Gray Matter Studios* em 1999, *Treyarch* em 2001 e *Infinity Ward* em 2003 (Nieborg, 2021). Isso fez com que a Activision se organizasse em 2000 como uma *holding* ou empresa-mãe, ou seja, empresa cujo negócio principal é deter o controle acionário de títulos de outras empresas. Assim, a Activision não era mais apenas um estúdio, mas um conglomerado de estúdios de jogos digitais. Até hoje, existe distinção entre a Activision Inc. (empresa-mãe) e a Activision Publishing (editora) (Nieborg, 2021). As editoras adquiridas pela Activision foram uma oportunidade vista por Bobby Kotick de aproveitar a avaliação financeira baixa dos estúdios durante a bolha *pontocom* que aconteceu no final da década de 1990, com o crescimento da *internet* (Nieborg, 2021). Glen Drover acompanhou todos esses acontecimentos dentro da Activision e, em seu perfil profissional, valoriza o crescimento financeiro da empresa até 2000, quando saiu da empresa (Drover, 2023). Em abril do mesmo ano, fundou a Eagle Games, empresa de *Board games*, trazendo suas experiências dos jogos digitais para os analógicos (Drover, 2023). Um desses movimentos foram a aquisição de licenças para produzir jogos de tabuleiro a partir de jogos eletrônicos como *Age of Empires*, *RailRoad Tycoon* e *Sid Meier's Civilization: The Board game*. Glover permaneceu até maio de 2006 na empresa,

quando a vendeu para a *FRED Distribution, Inc.*, que também tinha uma editora de jogos, *Gryphon Games*. A partir de 2014, unificou as duas editoras e formou a *Eagle-Gryphon Games*. De abril de 2007 a novembro de 2013, Glover voltou a trabalhar em empresas de jogos digitais, na *PopCap Games*, sendo responsável pelo desenvolvimento e pela implementação de estratégias de venda de produtos e serviços. Esteve envolvido na venda de jogos como *Bejeweled Twist* (2008), *Bejeweled Blitz* (2009), *Bejeweled 3* (2010), *Plants vs Zumbis* (2009) e *Peggle* (2007) (Drover, 2023). Entre 2014 e 2017, Glen Drover trabalhou como diretor de uma empresa de consultoria para desenvolvedoras de jogos digitais e atuou na *Electric Games* de fevereiro de 2014 até abril de 2017, também realizando serviços de contratos de licença para jogos de computador e realidade virtual (Drover, 2023). Em outubro de 2017, Drover voltou sua atenção, pela segunda vez, para o mercado de jogos analógicos e fundou a empresa *Forbidden Games, Inc*, junto com um antigo colega de trabalho e cofundador da *PopCap Games*. Durante quatro anos, até abril de 2022, foi responsável por *game design*, marketing, vendas e operação da empresa e produziu 23 jogos com as mais diversas temáticas de maneira autoral: a construção da malha ferroviária nos Estados Unidos com *Railroad Rivals* (2018), formações de cidades em *Raccoon Tycoon: Deluxe Edition* (2021), *Lizard Wizard* (2021) e *Extraordinary Adventures: Pirates!* (2019) (Drover, 2023). Na sua segunda passagem, não fez uso de licenças de jogos digitais e teve como objetivo criar jogos de sua própria autoria e com temáticas da sua escolha. Desde abril de 2022, Drover atua como vice-presidente da produtora de jogos analógicos voltados para aprendizagem e educação *University Games* (Drover, 2023).

A trajetória de Glen Drover mostra que os jogos digitais e analógicos, desde 1987 até 2022, são um espaço de trabalho com constantes mudanças, tendo atuado em oito instituições que passaram por modificações significativas, como a *Activision*, ou até mesmo foram incorporadas por empresas-mãe como a *Eagle Games*, que se tornou *Eagles-Glyphon Games*. A segunda característica é relativa à facilidade com que Glen Drover conseguiu transitar entre o mercado de *board games*, como a *Eagle Games*, a *Forbidden Games* e a *University Games*, e o mercado digital como *PopCap Games*, *Activision*, *Maxis* e *Microprose*. Essas informações evidenciam uma proximidade, nos Estados Unidos, entre os jogos digitais e os analógicos em relação às práticas de negócio. Drover utilizou-se desse trânsito para publicar *Age of Empires: Age of Discovery* e *Sid's Meier Civilization* na versão de jogos de tabuleiro. Em uma

entrevista durante a *Gen Con* de 2004 para Andrew Bub da página eletrônica *GameSpy*, Drover, ao ser questionado sobre o baixo número de empresas de jogos analógicos nos Estados Unidos, afirmou que:

Na verdade, não. Fantasy Flight Games fez *Warcraft* no ano passado. (Nota do autor: eles também estão fazendo uma expansão para isso e uma versão de *Doom* para jogos de tabuleiro.) Eu escolhi isso porque queria trazer aqueles jogadores de tabuleiro que migraram para jogos de computador nas décadas de 80 e 90 de volta. Também escolhi fazer isso porque era natural para mim. Comecei em jogos de computador, conheço essa indústria. Trabalhei na Microprose. Também sou um grande jogador de computador, mas você não tem a oportunidade de socializar da mesma forma quando está jogando. Mesmo no modo multijogador online, não é a mesma coisa que jogar um jogo de tabuleiro (Bub, 2004, tradução nossa).

Para Drover, em 2004, os jogos analógicos e digitais compartilhavam o mesmo público nos Estados Unidos, e com o sucesso de jogos como *Age of Empires III: Age of Discovery*, tendo sido reconhecido pelo público que participa de páginas como *BoardGameGeek* e *Ludopedia* como o melhor jogo do autor avaliado até hoje, é possível afirmar que suas considerações foram confirmadas. Indicações para premiações como *Golden Geek*, *Origins Awards*, *JoTa*, *Ludoteca Ideale*, *Nederlandse* e *MinD-Spielepreis* foram resultado da aceitação do público de *Age of Empires III: Age of Discovery* em países como Estados Unidos, Brasil, Alemanha e Holanda (Boardgamegeek, 2023c). Desta forma, a formação de editoras e empresas na área dos jogos digitais foram importantes para o desenvolvimento de jogos analógicos, a qualificação profissional na área de *Game Design* e a formação de empresas de *board games* nos Estados Unidos. O público, neste período, como identificou Drover, difere da ideia de Steve Woods, que analisou o público de jogos americanos a partir do sucesso dos *Wargames* lançados pela editora *Fantasy Flight Games*, excluindo o interesse a partir da década de 1990 por jogos, independente do formato.

Nesse contexto, *Age of Empires III: Age of Discovery* foi lançado em 2007 pela editora Tropical Games e distribuído pela Eagle Games, apenas quatro anos depois da entrevista de Drover para a página eletrônica *GameSpy*. Por meio da licença, provavelmente facilitada pela proximidade que Glen Drover tinha com as empresas de jogos digitais, o jogo de tabuleiro utilizou a ilustração feita para o *Age of Empires III* pela Ensemble Studios em 2005 e a reaproveitou na caixa do jogo. Para a produção do restante do jogo, como mapa, cartas, edificações e personagens, participaram os americanos James Provenzale, que já havia trabalhado com Drover em jogos como

Age of Mythology: The Board game (2003) e *Sid's Meier Civilization: The Board game* (2002), sendo artista da *Eagle Games*; Jacoby O'Connor, que também se envolveu com a produção de *Age of Mythology: The Board game* (2003) e teve participações mais recentes com a segunda empresa de *board games* de Drover, *Forbidden Games*, a partir do lançamento de *Raccoon Tycoon* (2018); e Paul Niemeyer, que trabalhou na *Eagle Games* entre 2000 e 2005, sendo reconhecido na área dos arcades como um dos artistas do primeiro *Mortal Kombat*, lançado em 1992.

3.1.2 Regras, fundamentos e perspectivas: as narrativas que acompanham a mecânica do jogo

O tabuleiro de *Age of Empires III: The Age of Discovery* tem como elementos principais: as ilustrações sobre o território a ser explorado e, ao lado direito, um conjunto de eventos que as regras do jogo nomearam como caixas de evento. Para fins explicativos sobre o funcionamento do jogo, utilizaremos a imagem que se encontra na primeira página do manual da versão americana, onde estão destacadas as três principais características do tabuleiro (Figura 5).

Os jogadores representam, a partir da escolha da cor de suas peças, Inglaterra (vermelho), França (Azul), Amarelo (Espanha), Verde (Portugal) e Laranja (Holanda). A partir das oito ações disponíveis nas caixas de evento, os jogadores podem se locomover no continente americano e explorá-lo para que ganhem pontos de vitória. O jogo acontece em um total de oito turnos, divididos em três eras. Ao final de cada era, se contabiliza a pontuação do jogador e edificações são atualizadas e adquirem um custo maior.

Na sua vez, o jogador pode escolher colocar uma de suas cinco peças de colono na caixa de ação de iniciativa, o que garante um número de moedas indicado no mapa e uma posição para começar o próximo turno. A segunda ação é *Colonialist Dock*, na qual o jogador pode colocar uma de suas peças para que mais tarde seja transferida para uma região do tabuleiro já descoberta. O primeiro jogador que obtiver três dos seus colonos em uma região pode retirar a mercadoria do mapa. A terceira ação é *Trade Goods*, na qual os jogadores podem alocar um dos seus colonos para receber uma das quatro mercadorias dispostas ao lado do tabuleiro. Existem 11 tipos de mercadorias que são: gabo, cacau, outro, índigo, café, arroz, prata, pele, açúcar e tabaco *Merchant Ship* é um espaço do tabuleiro onde o jogador que tiver o valor mais

alto em colonos e especialistas ganha um navio representando qualquer tipo de mercadoria, funcionando como um trunfo.

Figura 5 – Tabuleiro de *Age of Empires III: Age of Discovery*.



Fonte: *Age of Empires III: Age of Discovery* (2007).

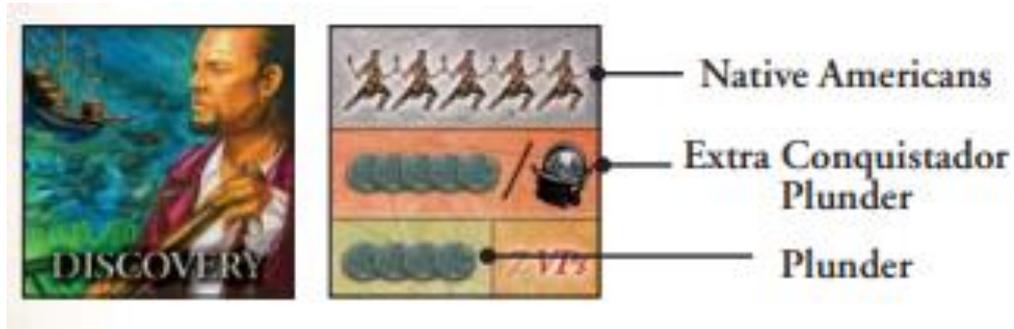
A quarta ação é *Capital Building*, os jogadores podem comprar uma das cinco edificações disponíveis pelo custo de 10 dólares espanhóis. São renovadas a cada início de turno. As edificações representam processos, acontecimentos e agentes históricos, além das construções. Na primeira era de *Age of Empires: Age of Discovery* temos a colonização, mosteiro, rotas de comércio, campos de treino, posto comercial, conquista do império Inca, novo mundo cartografado, contrato de servidão, navegador, conquistador. Já na segunda era, o jogo passa a dar ênfase a elementos como: índios aliados, academia militar, fortaleza, estábulos, corsários, Companhia das Índias Ocidentais, destilaria de rum. Destacando um processo de assentamento bem estabelecido. Por fim, a terceira era permite que os jogadores adquiram estaleiros, catedral, leis coloniais, mercado, universidade e taxações.

A progressão de três eras, indica uma hierarquia à medida que identifica o aspecto religioso (catedral), científico (universidade) e econômico (taxações, estaleiros e mercado) como o topo desses processos. Desta forma, contratos de servidão, conquistas do império inca, fortaleza, índios aliados e estábulos são representados apenas como uma etapa necessário para o progresso da colonização definida pelo jogo.

Como quinta ação disponível para os jogadores, temos *Discovery*, em que é possível adicionar colonos ou especialistas para que possam seguir para regiões do tabuleiro ainda inexploradas. O jogador tem direito de escolher qualquer região e virar uma peça, para que todos os jogadores possam ver quantos nativos americanos habitam a região, o valor em dólares espanhóis pela conquista do território, os pontos de vitória, e o bônus financeiro caso o jogador tenha levado mais colonos do que nativos indicados na ficha de descobertas (Figura 6). Para conseguir o sucesso na expedição, o número de colonos precisa, no mínimo, se equiparar ao de nativos e, caso isso não ocorra, a peça de descobrimento é virada para baixo novamente. A sexta ação disponível é a dos especialistas, em que o Capitão, Missionário, Mercador e Construtor tem apenas um espaço, cada, disponível para os jogadores colocarem suas peças. Caso o jogador azul tenha adicionado uma peça no mercador, isso lhe garante esse especialista para o próximo turno e restam apenas mais três espaços para os outros jogadores. Por fim, temos *Warfare*, em que os jogadores podem colocar uma peça sua para declarar uma batalha ou guerra. Quando a batalha é declarada por um jogador, ele escolhe uma região e um jogador que está nela para lutar sem qualquer tipo de custo. No entanto, caso ele escolha declarar guerra, ele deve

escolher um oponente e, a partir desse momento, todas as regiões que possuem peças desses dois jogadores terão seus conflitos resolvidos. Em cada conflito, um soldado elimina uma unidade inimiga (colonos ou especialistas), o jogador que possuir soldado(s) escolhe quais peças serão eliminadas pelas suas.

Figura 6 – Ficha de descoberta de *Age of Empires III: Age of Discovery*.



Fonte: *Age of Empires III: Age of Discovery* (2007).

Após resolver todas as caixas de eventos começando de cima para baixo, exatamente na ordem descrita até aqui, começando com a iniciativa e finalizando com a guerra, passamos para o terceiro momento, no qual os jogadores receberão moedas a partir da combinação de mercadorias. Essas mercadorias podem ser obtidas a partir de três ações: ter três colonos em uma região do continente, colocar um colono na ação *Trade Goods* e adquirir edificações como Companhia das Índias Ocidentais.

Além da peça denominada de colono, que os jogadores utilizam para realizar suas ações, *Age of Empires III: Age of Discovery* tem especialistas que dão bônus aos jogadores: O capitão (Figura 7A) conta como dois colonos na campo de *Trade Goods* ou *Discovery*; O mercador (Figura 7B) tem duas possibilidades de uso, contando como dois colonos na caixa de *Trade Goods* ou, caso colocado na *Colonialist Dock*, dá ao jogador cinco dólares espanhóis assim que chega no continente americano. Quando o jogador coloca o missionário (Figura 7C) no Novo Mundo, é gerado um colono adicional para ele, o qual é colocado dentro da colônia. O soldado (Figura 7D) tem duas possibilidades de uso: são utilizados para explorar novos territórios no continente americano e para eliminar colonos/especialistas de outros jogadores adversários.

Figura 7 – Especialistas do jogo *Age of Empires III: Age of Discovery*.



Fonte: *Age of Empires III: Age of Discovery* (2007).

Desta forma, os jogadores têm uma perspectiva da colonização a partir de sua posição como “potência colonial europeia”. Essas, por sua vez, são construídas narrativamente pela capacidade de mudança no território com edificação, movimentação – diferentemente dos grupos indígenas que estão fixos no mapa - e capacidade de exploração de riqueza e característica militar como legitimadora de força.

Após nove rodadas, a cada era tendo três rodadas, temos o final da partida com a soma de pontuação para determinar o vencedor. Os critérios de *Age of Empires III: Age of Discovery* passam a definir o sucesso da colonização no continente americano são o número de descobertas, colônias, edifícios e a quantidade de dólares espanhóis arrecadados na última rodada. Fichas de descobertas dão a pontuação indicada com vermelho (Figura 6). As colônias só pontuam caso haja três ou mais colonos de um jogador e quem obter a maior quantidade de colonos ganha 6 pontos, o segundo maior recebe dois pontos. Algumas edificações dão pontuação ao final do jogo, como navegador que dá 3 pontos de vitória para cada barco mercante do jogador. O desafio proposto no jogo ocorre pela incerteza de ter soldados diferentes para explorar um território, competir por recursos, especialistas e edificações e, principalmente, pela disputa territorial da América. A pontuação final ilustra um modelo de colonização que é fundamentado na conquista e exploração do território e no progresso por meio de edificações que são construídas.

3.1.3 Discursos visuais e textuais

O jogo *Age of Empires III: Age of Discovery* é tem um texto introdutório para os jogadores na primeira página do manual que pode ser investigado a partir da Análise do Discurso. As principais informações do texto são a apresentação da temática do jogo, dos papéis dos jogadores e do objetivo final.

Estamos no final do século XV e uma nova era está surgindo. Enquanto em busca de uma nova rota comercial para a Índia, os exploradores europeus descobrem uma nova terra. Os primeiros relatos falam de pessoas estranhas, criaturas exóticas e riqueza fabulosa. Capitães e aventureiros migram para essas novas terras em busca de ouro. Eles são rapidamente seguidos por colonos, soldados, comerciantes e missionários, todos buscando riqueza de um tipo ou de outro. Colônias começam a surgir e em breve a concorrência entre as grandes nações da Europa começa. Assuma o papel de uma das potências coloniais da Europa e aposte na sua reivindicação no Novo Mundo (Age, 2007, p.2, tradução nossa).

A visada de incitação se faz presente, onde o *Eu enunciador* quer mandar fazer, mas não se encontra em uma posição de autoridade. Desta forma, o *Eu enunciador* do texto de *Age of Empires III: Age of Discovery* tem como característica a tentativa de persuasão ou “fazer acreditar” ao *Tu destinatário* que ele será o beneficiário do seu próprio ato. O *Tu destinatário* está na posição de “dever acreditar” que se ele age, é para o seu bem. Assim, a persuasão que o *Eu enunciador* utiliza para ter autoridade sobre o *Tu destinatário* é a divisão da história por eras e que seu início é caracterizado por oportunidades a quem se propõe a explorá-las.

O território americano é representado como algo já identificado em questões espaciais, o tabuleiro de *Age of Empires III* contém um mapa com fronteiras e regiões definidas e imutáveis. Porém, o texto ainda o considera desconhecido. Destaca-se que os primeiros relatos evocam pessoas “estranhas, criaturas exóticas e riquezas”, concernente a grupos identificados como capitães e aventureiros em busca de ouro, cabendo aos jogadores validar ou não os relatos até então descritos. O *Eu enunciador*, após evidenciar a oportunidade, introduz no enunciado que ela não se oferece a todos que se propõem a explorar o território, devido à competição interna entre grupos sociais e externa entre as potências europeias.

O *Eu enunciador* fundamenta tanto o período quanto o território como atrativos ao *Tu destinatário* para ter sua autoridade reconhecida. Ao final, pressupondo que o *Tu destinatário* aceite a persuasão do *Eu enunciador*, o mesmo destaca qual o papel

do *Tu destinatário* no novo cenário que se apresentava no século XV no continente europeu e o objetivo que deve ser almejado por ele: “Assuma o papel de uma das potências coloniais da Europa e aposte na sua reivindicação do Novo Mundo” (Age, 2007, p.2, tradução nossa).

Assumindo o papel de uma “potência colonial”, os jogadores de *Age of Empires III: Age of Discovery* agirão sobre o território, partindo de uma posição privilegiada, entendendo-o como um lugar onde a oportunidade e a aposta são suas peculiaridades que antecedem a riqueza. Desta maneira, o Novo Mundo não está associado com o Paraíso Terrestre, lugar onde se encontrava o estado original do mundo, com a ausência do pecado e a presença da liberdade e pureza, caracterizado por sua beleza natural e exuberante, como destaca Wanessa de Souza (2023) no artigo *O imaginário europeu: as visões sobre o Novo mundo e suas gentes. A representação de Novo Mundo do jogo de Glen Dover* passa pelo entendimento de um território vazio, como uma oportunidade para as “potências coloniais europeias” prevalecerem sobre as demais.

Os jogadores, representando as “potências europeias”, definidas no jogo como holandeses, ingleses, portugueses e espanhóis, têm de “descobrir”, “colonizar”, “adquirir”, “construir” e “desenvolver” suas ações principais sobre o território americano. Assim, o significado de “potências” europeias está vinculado a ser uma força capaz de, neste caso, conquistar, explorar e desenvolver um território e, ao mesmo tempo, pode ser entendido pela potencialidade que espanhóis, holandeses, portugueses e espanhóis poderão ter caso sigam todos os passos da colonização. Neste caso, a potência não é apenas uma força intrínseca ao europeu, mas algo a ser superado a partir da colonização e se estabelecer definitivamente.

Como líder da sua nação, há existem muitos caminhos que levam à vitória: descobrir e colonizar novas terras; adquirir bens comerciais e construir sua economia; desenvolver novas tecnologias e infra-estruturas no seu país de origem; construir sua frota mercante para dominar as rotas comerciais; e construir seu exército para defender o que é seu por direito! Os triunfantes deleitam-se com riquezas e glória, enquanto os vencidos tornaram-se uma nota de rodapé nos livros de história. É uma Era de Descoberta, é uma Era de Impérios! (Age, 2007, p.2, tradução nossa).

A colonização em *Age of Empires III: Age of Discovery* é marcada, desta forma, não só pela presença portuguesa no continente americano, e sim, por ser um lugar de disputas entre franceses, portugueses, espanhóis e holandeses,

diferentemente do que encontramos nos jogos *Navegador* e *Tragédia de Tracunhaém*. O primeiro aborda um mundo apenas com portugueses, o segundo se desenvolve no conflito entre negros, índios e portugueses. Neste caso, a colonização também é diferente dos demais jogos, à medida que a América é vista como um lugar onde adquirir bem comercias e construir economias. No último momento, o texto apresenta os caminhos para a vitória à medida que destaca diversas formas de pontuar. Interpreta-se que o *Eu enunciador* indica esses caminhos para o *Tu destinatário*, sendo que é possível identificar que o caminho para vitória passa repetidas vezes por ideias de desenvolvimento, construção e defesa.

Na questão visual, *Age of Empires III: Age of Discovery* não faz uso de fontes históricas e não foi possível traçar referenciais das ilustrações presentes no jogo, diferentemente dos dois jogos anteriormente analisados. É possível que tenham sido utilizadas as ilustrações feitas para o jogo digital, e também indica a não necessidade dos *Hobby Games* incluírem elementos históricos em seus jogos para abordar a colonização. Mesmo assim, o jogo formalizou representações, à medida que não deixa de identificar o indígena por suas diferenças estéticas. Cada região do continente americano têm uma ilustração de um busto de um indígena com adornos como penas, colares, coroas, pinturas faciais e/ou corporais. Estão ausentes nessas figuras elementos como a política, a economia e a cultura, que estão presentes apenas nas “potências colônias europeias”. Assim, as ilustrações de grupos nativos estão presas à sua região, sem possibilidade de ação ou movimentação, mostrando a sua passividade no processo de colonização. Ainda que façam parte do tabuleiro, o *Eu enunciador* deixa claro para o *Tu destinatário* que as terras e sua exploração são direito do colonizador.

3.2 O jogo *Navegador*

O jogo *Navegador* foi lançado na Alemanha pela editora *PD-Verlag* em 2010, sob autoria de Walther Moritz Gerds que, junto a Mariana Fahrenbach, produziu o seu material visual. A proposta do jogo foi inspirada na *Era dos Descobrimentos Portugueses*, como destacado na página eletrônica da editora. Definido como pertencente ao gênero *Eurogames*, ele convida de dois a cinco jogadores, em um período de 60 a 90 minutos, a “contratar homens, adquirir navios e edifícios, navegar

pelos mares, estabelecer colônias em terras descobertas, negociar mercadorias no mercado e obter privilégios.” (PD-VERLGA, 2023).

Além do seu lançamento original, foram formalizados sublicenciamentos foram formalizados pela editora *PD-Verlag* para que *Navegador* tivesse seus direitos explorados e fosse distribuído em países como Itália (*Cranio Creations*), Espanha (*Ediciones MasQueOca*), Holanda (*Game Master*), França (*Ystari Games*), Japão (*New Games Order*), Estados Unidos e Inglaterra (*Rio Grande Games*) (Boardgamegeek, 2023a).

Desta forma, o jogo obteve projeção e prestígio por meio de eventos como *Spielwahnsinn* (Herne, Alemanha) em maio de 2010, vídeos de *review* no *YouTube* em canais como *gamesoverboard*, *Man vs Meeple* e *SpieLama*, avaliações em *blogs* como *The Opinionated Gamers* e indicações a premiações como *Jogo do Ano* (2010), *Golden Geek Best Strategy Board game* (2011), *International Gamers Award - General Strategy* (2011), *Japan Board game Prize* (2011), *Tric Trac Awards* (2011), *MinD-Spielepreis* (2013) e *Gouden Ludo* (2017) (Boardgamegeek, 2023a). A longevidade das premiações indica o fôlego que *Navegador* obteve nas comunidades dos *Hobby Games* e a estratégia como principal elemento pelo qual interpretaria as expedições portuguesas.

3.2.1 Contextualização: autor, editor e recepções

Walther Moritz Gerdts nasceu em Hamburgo na Alemanha em 1962 e é formado em Economia pela *Universität Hamburg* (Gerdts, 2023). Desde 1989, o autor trabalha para a prefeitura da sua cidade natal e atualmente é responsável pelo setor de Economia e Inovação, tendo como especialidade a consultoria de feiras e de congressos (Kastendieck, 2010). Segundo a matéria do jornal *Hamburger Abendblatt*, escrita por Hanna Kastendieck, Gerdts é próximo do político e editor Peter Dörsam. Dörsam é prefeito do conglomerado de Tostedt, na Alemanha, pelo partido *Bündnis 90/Die Grünen* desde novembro de 2014 (Kastendieck, 2010). Vinte anos antes, em 1994, sua atuação era vinculada à fundação de sua editora, *PD-Verlag*, com o objetivo de publicar livros especializados na área de Economia e, a partir de 2005, iniciou a publicação de jogos de tabuleiro (PD-Verlag, 2023b).

As fontes utilizadas para analisar os agentes envolvidos na produção dos jogos analógicos são, em sua maioria, entrevistas promovidas por páginas eletrônicas

especializadas, entrevistas em eventos internacionais como *International Game Days SPIEL* e disponibilizadas na plataforma *YouTube*, informações extraídas de seus manuais, da participação do autor em fóruns e de dados presentes de páginas eletrônicas como *BoardGameGeek* e *Ludopedia*. Neste caso em específico, Gerdt e Dörsam possuem espaços virtuais como a prefeitura de Hamburgo (Hamburg, 2012), a editora *PD-Verlag* (2023a) e a página eletrônica da campanha política de Peter Dörsam (Dörsam, 2023), que permitem complementar nossa análise sobre os autores e editores. Tendo em vista que as entrevistas com autores de jogos analógicos por nós pesquisadas têm como característica centralizar as perguntas em temas como as ações dos jogadores, os componentes, as mecânicas e a experiência de jogo, raramente são mencionados aspectos como interesses e motivação pela temática, a forma com que *Hobby Games* se relaciona com sua formação e vida profissional, sua liberdade criativa frente ao projeto e escolhas feitas durante o desenvolvimento. As informações sobre o autor Walther Gerdt e o editor Peter Dörsam sugerem que ambos estavam inseridos nos mesmos espaços sociais e compartilhavam características e objetivos.

A universidade de Hamburgo é o primeiro espaço em comum entre essas duas figuras que hoje são reconhecidas internacionalmente pelos jogadores de *Hobby Games*. Ambos ingressaram na universidade para cursar Economia, sendo que Dörsam também possui diplomação em Física. Sem a pretensão de indicar a origem dessa amizade, buscamos somente destacar aspectos contextuais que, como já mencionado, são negligenciados nas fontes analisadas. Entre eles, a prática de jogar jogos analógicos na Alemanha na década de 1980, inclusive sendo reforçada em espaços acadêmicos de forma informal, à medida que estudantes de Economia como Gerdt e Dörsam promoviam e desenvolviam projetos dentro dos *Hobby Games*. O segundo ponto de contato diz respeito à atuação profissional desses dois agentes na atualidade, visto que Gerdt trabalha na prefeitura de Hamburgo desde 1989, e Dörsam é membro do partido *Bündnis 90/Die Grünen* desde 1982. Desta forma, analisando os espaços de inserção do autor (Gerdt) e do editor (Dörsam) de jogos analógicos, torna-se necessário considerar que a confecção e publicação desses produtos culturais perpassam temas e experiências que, nesse caso em específico, são acadêmicos, públicos e políticos. É possível traçar uma breve comparação com os autores e editores brasileiros, que também deram continuidade à prática de jogar dentro da academia e, como visto no capítulo anterior, representam a maior parcela

do público dos *Hobby Games*. Por outro lado, as editoras e os autores nacionais se concentram em áreas como Tecnologia da Informação e Engenharia.

Gerds ficou conhecido pela produção de jogos analógicos que têm como diferencial a mecânica do rondel. A sua primeira experiência como desenvolvedor foi em 2005, com o jogo *Antike*, que tem como tema central a competição entre “civilizações” como gregos, romanos, germânicos, fenícios, cartagineses, árabes, persas, egípcios e babilônios. O vencedor é definido a partir de uma quantidade específica de personalidades da Antiguidade adquiridas. A recepção do jogo, que viu sua comercialização limitada a países como França, Estados Unidos e Alemanha, foi muito positiva por parte da crítica, o que lhe rendeu premiações como *Internacional Game Awards* (Estados Unidos), *Deutscher Spiele Preis* (Alemanha), *Tric Trac Awards* (França) e *The Golden Geek Awards* (Estados Unidos).

Os seguintes anos foram de uma extensa e rápida produção de jogos, durante os quais Walther Gerds teve uma publicação por ano, até chegar em 2010, com *Navegador*. Mantendo uma identidade por meio da mecânica de rondel, que limita as ações dos jogadores e acelera a velocidade da partida, o autor também deu continuidade aos acontecimentos históricos como temática de seus jogos: imperialismo (*Imperial 2030*), Guerra dos Trinta Anos (*Hamburgum*), conflito entre incas e espanhóis (*The Prince of Machu Picchu*) e industrialização (*Imperial 2030*). Assim, Gerds utilizou a mecânica do rondel como forma de representar, com maior ou menor grau de fidelidade, processos históricos e, à medida que confecciona seus produtos, reconhece-a em diversas temáticas.

Até 2008, a presença de Gerds no mercado ficou limitada às empresas que distribuem seus jogos nos três países mencionados anteriormente, sendo elas: *PD-Verlag*, *Eggertspiele* e *Rio Grande Games* (Boardgamegeek, 2023a). Isso foi alterado nos anos de 2009 e 2010, quando *Imperial 2030* e *Navegador*, respectivamente, conseguiram não somente ampliar a venda para outras editoras internacionais, mas também alcançar mercados emergentes como o Brasil (Boardgamegeek, 2023a). O que sustentou esse novo movimento foram grupos de entusiastas de jogos que produziram *blogs* como *GamersPoA* (GamesPoA, 2023) e *E aí, tem jogo?* (E aí, 2023) e a premiação *JoTa* (Jogos de Tabuleiro do Público) (Prêmio, 2023), sendo *Hamburgum* como um dos candidatos a melhor jogo “heavy” do ano de 2009. Com isso, por mais que as editoras estivessem concentradas e atuando exclusivamente na Europa, houve a entrada de *board games* no Brasil, a ponto de serem comercializados

de uma maneira bem particular: jogadores que têm a possibilidade de adquirir os jogos por importação os revendem e divulgam para amantes dos *Hobby Games*.

Em 2010, Gerds publicou *Navegador*, ampliando sua distribuição por meio de novas editoras em países com um passado colonial na América, como Holanda (*The Games Master BV*), Espanha (*EdicionesMasqueOca*) e França (*Ystari Games*), além de Itália (*Cranio Creations*), Estados Unidos e Inglaterra (Rio Grande Games) (Boardgamegeek, 2023a). Na entrevista concedida para Michael Weber, criador da página eletrônica *Reich der Spiele*, Gerds afirmou:

Desde adolescente, sempre me interessei muito pela Era dos Descobrimentos, e há uma série de livros, livros ilustrados e mapas sobre o assunto empilhados em minhas estantes. Em poucas décadas, a visão de mundo medieval tradicional foi abalada. Foi uma tarefa apelativa converter o tema da descoberta num jogo de estratégia em que um certo elemento de sorte estava presente, mas não avassalador (Weber, 2010, tradução nossa).

A entrevista de Gerds evidencia dois aspectos relevantes sobre a representação da chegada dos portugueses na América e do processo de colonização proposta em seu jogo. O primeiro aspecto trata de uma possível desarmonia proveniente da relação entre a temática e o estilo de jogo de tabuleiro proposto pelo autor por meio da mecânica do rondel, sendo a origem dessa dissonância a disparidade de incorporação da sorte nesses dois polos. A temática, como considera Gerds, é vista como espaço onde a sorte está mais presente ou até mesmo é a protagonista. Por outro lado, o jogo é compreendido como o espaço da estratégia, onde a sorte tem o mínimo de efeito possível, ou que até mesmo não existe, porque o que é considerado relevante são ações de forma planejada e combinadas. O segundo aspecto diz respeito ao interesse do autor por essa temática, que foi compartilhado com o público consumidor de jogos no continente europeu, visto que diversas editoras realizaram a publicação. Além disso, o jogo conta com avaliações positivas em páginas eletrônicas de *board games*, e os sete prêmios conquistados dão sustentação a essa colocação. É possível inferir, a partir das avaliações dos usuários da página eletrônica *Ludopedia*, que esse jogo chegou ao mercado nacional no qual também foi bem recebido.

Das 150 avaliações disponíveis na página eletrônica *Ludopedia*, 48 justificam suas notas por meio de pequenos comentários (Anexo A). Enquanto alguns usuários se colocam como conhecedores dos trabalhos mais antigos de Gerds, outros afirmam

que só conhecerem *Navegador* depois que tiveram a experiência de jogar *Concórdia*, lançado no Brasil em 2017 pela editora *Buró*, mas que havia sido publicado em 2013 na Alemanha pela primeira vez pela editora *PD-Verlag*. A chegada de lançamentos nacionais fez com que alguns jogadores revisitassem o histórico de produções do autor até chegar em *Navegador*.

Cabe destacar como os usuários avaliam *Navegador* e quais são os critérios utilizados. Dos 48 comentários, 18 elogiam a mecânica do rondel como o diferencial positivo do jogo, que pode ser destacado por sua rapidez na ação dos jogadores, segundo os internautas. O assunto com a segunda maior ênfase é o sistema econômico, mencionado 13 vezes nas avaliações do jogo, destacando-o como simples e fluido, sendo a flutuação do mercado sua característica principal. Colaborando com a simplicidade, rapidez e fluidez elogiadas pelos jogadores, o terceiro comentário mais mencionado é sobre a facilidade de aprender as regras do jogo. Por fim, vem o elogio à temática escolhida que, segundo alguns usuários, é bem presente e muito bem encaixada e integrada ao jogo, a ponto de que (Anexo A) um usuário comenta: “Arte deslumbrante e tema muito bem representado”. O levantamento proposto torna aparente que os critérios de avaliação de um jogo de tabuleiro passam necessariamente pelo discurso sobre as suas mecânicas, as regras e a temática, que podem deixá-lo rápido, divertido, simples e qualquer outro adjetivo positivo ou negativo possível. Por mais que esse pequeno levantamento tenha individualizado essas três características de um jogo de tabuleiro para calcular o número de menções, os comentários dos jogadores não fazem qualquer tipo de diferenciação hierárquica, visto que as mecânicas, regras e temáticas são entendidas como complementos entre si.

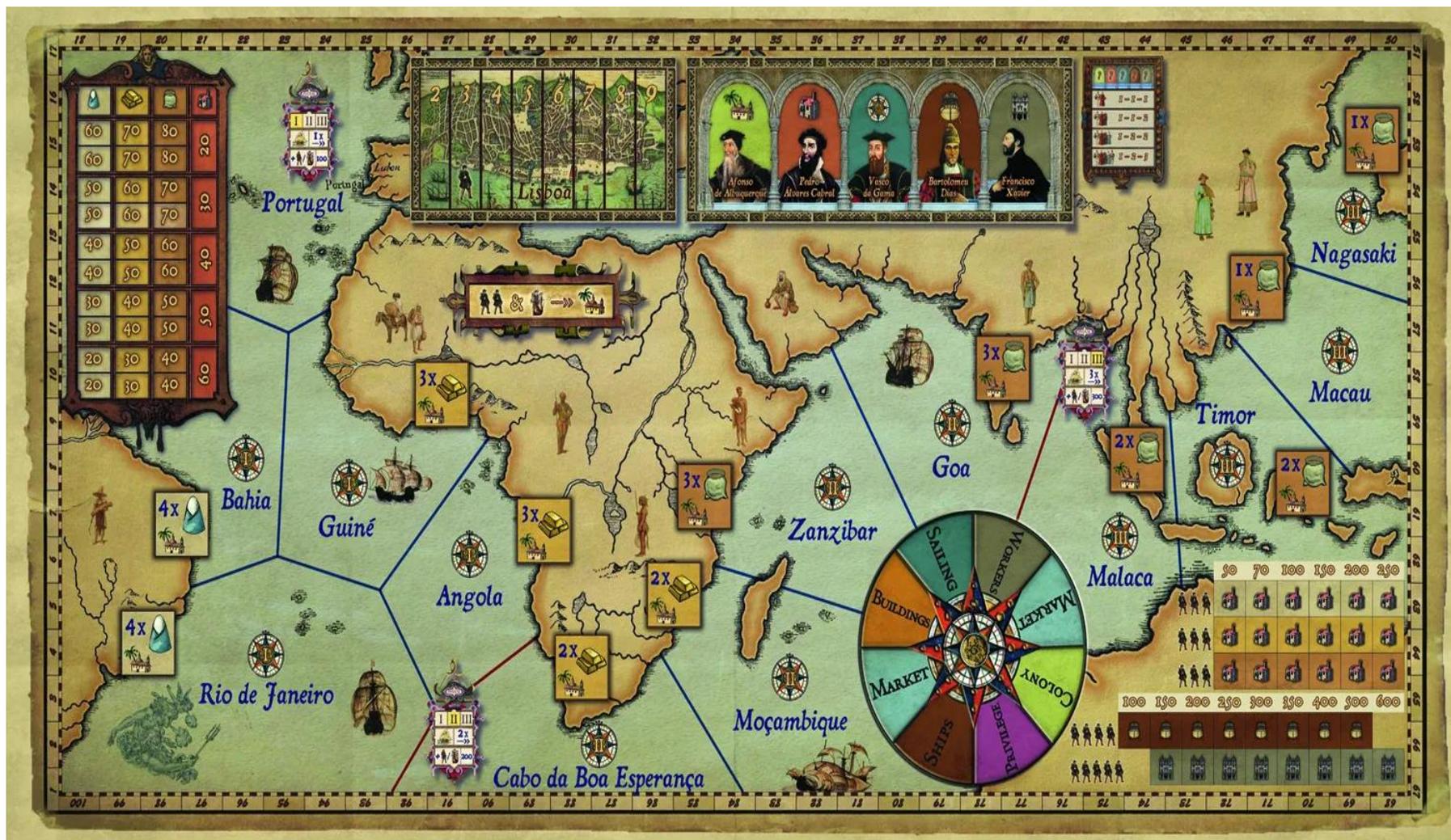
Desta forma, existem leituras possíveis que foram e estão sendo construídas ao longo do tempo, que relacionam uma temática a uma mecânica, por exemplo. Em uma pequena entrevista dada ao canal *Inteligências Lúdicas* no *YouTube*, Gerdts, depois de questionado se tenta encaixar a mecânica do rondel em todos os seus jogos, afirma que primeiro pensa em uma temática e depois pensa quais mecânicas podem se relacionar com esse tema. Desta forma, existem leituras possíveis nos jogos analógicos, de maneira que seus limites são definidos pela relação entre temáticas e mecânicas (Inteligências, 2023). O desafio de converter, nas palavras de Gerdts, a temática das navegações em um jogo de estratégia resultou em um reconhecimento tanto das premiações anuais quanto do público consumidor dos jogos *Eurogames*,

captando e cativando, por meio do seu discurso, tanto quem se coloca como protagonista dessa história a ser contada quanto desse outro que foi colonizado e não era detentor de um passado até então.

3.2.2 Regras, fundamentos e perspectivas: as representações que acompanham a mecânica do jogo

Navegador conta com um tabuleiro principal (Figura 8) que inclui 13 regiões nos continentes americano, africano e asiático (Portugal, Bahia, Guiné, Rio de Janeiro, Angola, Cabo da Boa Esperança, Moçambique, Zanzibar, Goa, Malaca, Timor, Macau e Nagasaki). Com exceção de Portugal, as regiões contam com um produto específico que pode ser ouro, açúcar e especiarias. Bahia e Rio de Janeiro são as primeiras regiões às quais os jogadores avançam e têm como recurso o açúcar. Posteriormente, o continente africano tem cinco regiões, das quais quatro são representadas com ouro e uma com especiarias. Goa, Malaca, Timor, Macau e Nagasaki são regiões marcadas por esse último recurso. Centralizado no tabuleiro está o rondel com uma bússola. Os mares carregam algumas imagens de naus com a cruz de malta. O lado inferior direito conta com três tipos de fábricas, estaleiros e igrejas, apresentando informações da quantidade de trabalhadores e cruzados (a moeda do jogo) necessários para aquisição. O canto superior esquerdo conta com o mercado do jogo, e o entorno do mapa conta com a trilha de pontuação do jogador. Na parte superior do tabuleiro, existem duas caixas. A primeira caixa representa a cidade de Lisboa e indica o número de trabalhadores que cada jogador possui. A segunda caixa apresenta Afonso de Albuquerque, Pedro Álvares Cabral, Vasco da Gama, Bartolomeu Dias e Francisco Xavier, sendo que cada um representa um tipo de pontuação, que são, na respectiva ordem, colônias, fábricas, marcadores de exploração, estaleiros e igrejas.

Figura 8 - Tabuleiro principal do jogo *Navegador*.



Fonte: Prasad (2011).

Navegador coloca os jogadores como representantes de "dinastias comerciais", cujo objetivo principal é levar o Império português ao seu auge. Cada jogador, ao final da partida, tem seu desempenho avaliado por cinco critérios quantitativos: colônias, fábricas, estaleiros, igrejas e marcadores de exploração. Assim, como é de costume nos *Eurogames*, o jogador com maior pontuação vence a partida. Esse estilo de jogo promove uma relação entre os jogadores que tem como base a disputa por recursos e ações, excluindo conflitos militares que são mais característicos de jogos como *War*, e prioriza aspectos econômicos. Desta forma, a competição em *Navegador* está ligada: à exploração dos territórios e seus produtos (ao chegar primeiro em um território, é concedido ao jogador um marcador de pontuação por exploração, e quem for o primeiro a fundar colônias para explorar os recursos, paga menos do que os jogadores futuros); às ações vinculadas ao mercado de matérias-primas e suas variações de oferta e procura (jogadores podem processar matérias-primas de suas colônias nas fábricas ou simplesmente vendê-las, fazendo com que seu valor aumente no primeiro caso e diminua no segundo caso); às construções de edificações (construções encarecem à medida que são adquiridas pelos jogadores); à aquisição de privilégios (apenas um jogador por turno pode adquirir um dos cinco privilégios disponíveis no tabuleiro para multiplicar sua pontuação ao final da partida).

Figura 9 - Rondel dividido em oito partes (*Workers, Market, Colony, Privilege, Ships, Market, Buildings e Sailing*).



Com o intuito de cumprir os critérios de pontuação, os jogadores têm à disposição ações que estão indicadas no tabuleiro principal na forma de um círculo dividido em oito partes: *Workers*, *Market*, *Colony*, *Privilege*, *Ships*, *Market*, *Buildings* e *Sailing* (Figura 9). A ação *Workers* faz com que o jogador adicione um ou mais trabalhadores na cidade de Lisboa, sendo que, para isso, é necessário que tenha uma igreja e 50 cruzados para cada trabalhador adicionado; *Market* permite que o jogador adquira cruzados com a venda das matérias-primas de suas colônias ou pelo processamento destas em suas fábricas específicas, alterando os preços desses produtos para o jogador seguinte; *Colony* permite fundar colônias em regiões onde o jogador possui uma caravela e, no mínimo, dois trabalhadores na cidade de Lisboa; *Ships* possibilita a construção de caravelas contanto que se tenha 50 cruzados e um estaleiro por caravela; *Buildings* disponibiliza a compra de uma dos três tipos de fábricas (açúcar, café e ouro), um estaleiro ou uma igreja; *Sailing* garante a movimentação das naus em uma nova região marítima. Essa mecânica é denominada de rondel por jogadores, autores e editoras e tem como característica os seguintes critérios:

As ações disponíveis são representadas como fatias de pizza em um círculo, cada jogador tem um ou mais tokens nos pedaços do rondel. Por sua vez, eles podem mover seu token ao redor do rondel e executar a ação indicada do espaço onde eles param. Normalmente, é mais caro mover-se mais ao redor do rondel (Engelstein; Shalev, 2020, p.91).

Em 2020, os americanos Geoffrey Engelstein e Isaac Shalev publicaram *Building blocks of tabletop game design: an encyclopedia of mechanisms* visando a analisar todas as camadas de um jogo analógico. Assemelhando-se a um glossário, com informações sobre estruturas de jogo, ordem do turno, sistema de ações, resoluções, formas de finalizar o jogo, tipos de movimentação e variações de mecanismos com cartas, definiram o rondel como um dos dezoito sistemas de ações catalogados para os jogos de tabuleiro, e sua escolha, segundo os próprios autores, tem como efeito valorizar o planejamento, a eficiência e a troca (Engelstein; Shalev, 2020, p.91). A troca, no entanto, significa alteração entre os produtos que são oferecidos a cada turno, e não a troca de mercadorias que seria permitida na relação entre os jogadores. *Navegador* é um jogo individual, e o único espaço compartilhado entre os jogadores é o tabuleiro principal. O jogador pode movimentar seu único *token* de forma gratuita até três espaços do rondel. Caso queira avançar mais casas, é

necessário que o jogador pague, descartando uma nau que esteja no tabuleiro do jogo para a reserva particular.

A escolha do rondel como uma mecânica que delimita as ações dos jogadores no tabuleiro decorre, dessa maneira, de uma interpretação do passado português do século XV que é produzida no século XXI e o relaciona com ideias de planejamento e eficiência. Desta forma, o manual de regras do jogo *Navegador* apresenta o contexto histórico e a posição dos jogadores, com o objetivo que se identifiquem aproximações entre mecânica e temática e que os jogadores se sintam engajados a jogar.

Por meio do rondel, jogadores fazem escolhas e realizam ações que darão contornos às representações das “dinastias comerciais” do Império português. O pequeno texto encontrado nas regras do jogo suprime informações de quem foram essas “dinastias” em favor de uma explicação mais visual e material, dando ênfase aos componentes de jogo que serão manipulados pelos participantes. A representação de “dinastias comerciais” portuguesas é produzida a partir de elementos religiosos, econômicos e de exploração. No âmbito religioso, peças de madeira representando igrejas e trabalhadores carregam significados múltiplos a depender da posição e relação. Ao comprar uma igreja, a “dinastia comercial” representada pelo jogador é retratada como um importante agente para a difusão da religião. Além disso, a igreja também está relacionada à contratação de trabalhadores que podem ser encontrados em Lisboa e são necessários para fundar novas colônias ou construir novas edificações. Sua contratação é proporcional à quantidade de igrejas sob o controle do jogador. Caso este queira adquirir um número maior de trabalhadores comparado com suas igrejas, é necessário ter um custo adicional de 50 cruzados para além da base estabelecida no mesmo valor. Totalizando 100 ‘cruzados’. A desvantagem financeira é o mecanismo pelo qual é produzida a relação entre igreja e trabalhadores e, para além da ação da compra de igrejas, coloca as “dinastias comerciais” como interessadas no andamento de um processo de conversão religiosa que é vista de forma benéfica devido a sua lucratividade. Por fim, *Navegador* (2010) apresenta todos os agentes capazes de promover alterações no tabuleiro (jogadores, trabalhadores, naus) como portugueses.

Semelhante na forma e distinto no significado, a navegação está associada à exploração. A relação dos estaleiros e das naus é idêntica à relação entre igreja e trabalhadores, sendo necessário um estaleiro por nau para pagar o valor mínimo de 50 cruzados e para qualquer nau que exceda os estaleiros será cobrado o valor de

100 cruzados. Por outro lado, principalmente no início da partida, as naus estão relacionadas à exploração e a sua quantidade é elemento essencial para dar seguimento ao jogo, à medida que, ao entrar em uma área que não foi explorada pelos jogadores, o jogador recebe um marcador de madeira azul como forma de pontuar ao final do jogo por ter sido o primeiro a adentrar em uma região inexplorada e, como desvantagem, perde uma das naus. As “dinastias comerciais” são representadas, a partir das escolhas de mecânicas, como as responsáveis pelo protagonismo exclusivo de ingressar e se movimentar em novos territórios e explorá-los economicamente, dando-lhes uma finalidade. Após a chegada em um novo território, é possível colonizá-lo à medida que ele está vazio, e o único traço de identificação além do nome é a matéria-prima que ele possui. Para que isso aconteça, é necessário que o jogador tenha uma nau na região escolhida e dois trabalhadores em Lisboa. Com isso, as “dinastias comerciais” são apresentadas em *Navegador* como organizadoras dos primeiros assentamentos em continentes como a América, África e Ásia, de maneira a silenciar qualquer tipo de conflito, contato, trocas ou existência de grupos locais.

No âmbito econômico, as colônias e fábricas são os componentes que corroboram com a parte “comercial” das “dinastias”. É por meio delas que será possível ganhar “cruzados”. As regiões do Continente Americano são relacionadas com a produção de açúcar, a África, com ouro e a Ásia, com especiarias. Assim, a principal representação de um continente é o próprio produto. Para o jogador, visto como uma “dinastia comercial”, sua importância está no valor obtido tanto pela exploração de um território quanto pelo estabelecimento de uma colônia. A relação entre o território, o produto e a colônia é estreitada no jogo *Navegador*, a ponto de que tanto o território e a própria colônia só têm significado a partir do produto e do lucro obtido com ele. Os cruzados obtidos pelo jogador durante esse processo serão novamente utilizados para repetir a exploração e colonização do território. Já as fábricas introduzem as “dinastias comerciais” como agentes capazes de transformar bens primários (*commodities*) em bens manufaturados, ao passo que elas são espaços nos quais o jogador pode processar mercadorias para agregar valor. Assim, existe uma tabela no canto superior esquerdo do mapa que traz os três tipos de produtos encontrados no jogo e seus respectivos valores. Quando se vende açúcar, ouro e especiarias o valor da mercadoria diminui, e quando se processa uma delas, o valor aumenta. Nesse aspecto, também faz parte da representação das “dinastias comerciais” o movimento dos jogadores em procurar o melhor momento, pensando

em critérios lucrativos, para vender ou processar seus produtos. Sendo assim, o “comerciais” das “dinastias” não está apenas na exploração e colonização de um território e, conseqüentemente, na venda de um produto, mas sim, na capacidade de gerenciar todos os elementos citados até aqui para, segundo as regras do jogo, repetir o auge do Império.

Como demonstrado até aqui, a posição do jogador, definida previamente pelas regras do jogo, e a relação dela com os elementos, como peças, tabuleiro e mapa, são aspectos fundamentais a serem analisados na construção de uma representação que será assumida pela pessoa que se propõe a jogar. Além disso, ela será avaliada ao final, por meio de uma pontuação que também define o vencedor da partida e, conseqüentemente, reforça quem melhor correspondeu à representação de uma “dinastia comercial” no aspecto religioso, econômico e exploratório.

On the player's sheet, the basic VPs for each category are shown on the first line, and the privileges are placed in the lines below. The situation depicted aside would mean that the player gains 1 VP per colony, 2 VPs per factory, 5 VPs per explorer, 7 VPs per shipyard, and 3 VPs per church. In addition, each worker, ship, and full amount of 200 Cruzados earns one extra VP (Navegador, 2010, p.3).

Os jogadores podem acompanhar o seu desempenho por meio de um tabuleiro individual que leva em consideração categorias como “colônias”, “fábricas”, “marcadores de exploração”, “estaleiros” e “igrejas”. Para cada uma delas existe uma pontuação base, que já começa com o jogador no início da partida e será considerada ao final. Desta forma, cada colônia vale um ponto de vitória, cada fábrica adiciona dois pontos, marcadores de exploração valem quatro, igrejas e estaleiros têm o valor de três pontos. À medida que a partida avança, os jogadores podem melhorar a pontuação recebida por essas categorias, por meio dos privilégios. Privilégios são marcadores que podem ser adicionados ao tabuleiro individual e representam a proximidade dessas “dinastias” com a coroa portuguesa. Com isso, os jogadores recebem logo ao início do jogo um privilégio do rei que simbolicamente representa a autoridade do Eu enunciador, ilustrado pelo Infante, na escolha de seus agentes (*Tu destinatário*) e o compromisso das práticas como expostas até aqui. Portanto, as “dinastias comerciais” também são reconhecidas pela sua relação com a monarquia.

Navegador é considerado um jogo econômico a partir do seu gênero, que é o *Eurogame*. Procuramos mostrar que, a partir da representação fabricada para o

jogador de “dinastias comerciais”, temos diversas interpretações que ressignificam a política, a cultura, a religião e o território ao priorizar mecânicas que enfatizam a economia e o lucro. Entretanto, diferentemente dos autores Lucas Marques dos Santos e Laan Mendes de Barro (2021), que entendem as representações apenas como efeitos do neoliberalismo no artigo *Jogos de tabuleiro do Império: board games modernos e pervasividade do neoliberalismo*, consideramos necessário que se tenha uma abordagem mais minuciosa dos jogos analógicos, de forma a evidenciar suas particularidades, tanto na produção, quanto no material do jogo, dando destaque aos usos do passado nos jogos analógicos e à fabricação de novas representações. Sendo assim, essa pesquisa busca contribuir de que forma elas são realizadas discursivamente, em aspectos visuais, textuais e de jogo. Assim, o aspecto econômico que *Navegador* se propõe a destacar faz com que representações sobre a política e a religião sejam ressignificadas a partir de seus componentes como “marcadores de privilégio”, “naus”, “trabalhadores” e “igrejas”, por meio de peças de madeiras, e sua relação com os cruzados. A distinção e a relação com peças, ações e regras mostram-se como fundamentais para a construção do que é “econômico” em *Navegador*, com isso a produção de jogo de temática histórica passa necessariamente pelo uso ou pela introdução de novas interpretações sobre processos históricos e suas características políticas e religiosas, por exemplo.

As “dinastias comerciais” são vistas, a partir das regras e durante a partida de *Navegador* (2010), como gestoras da colonização de diversos continentes e convidam o jogador a experimentar um período histórico a partir dessa perspectiva. Para que isso ocorra, destacamos até aqui elementos que, em alguns casos, são evidenciados e expandidos e, em outros, são subtraídos ou excluídos, como é o caso da universalização portuguesa, cristã e monarquista e a ausência de elementos que não correspondam a essa padronização.

Para que o jogador possa de fato cumprir com o objetivo do jogo, que é atingir o auge do Império, é necessário que se reduza o máximo possível o que não é português. Não existem no jogo outros grupos, muito menos algo que possa pôr em dúvida ou distinguir grupos dentro dos próprios portugueses. Ao mesmo tempo que ocorre o processo de silenciamento do diferente, ele é ressignificado a partir desses mesmos parâmetros. O Império de *Navegador* não tem contato com grupos locais e muito menos com o processo de migração forçada desses grupos para outras regiões. A “colonização” do jogo é caracterizada pela ausência da escravidão e violência e,

consequentemente, é retratada a partir de um progresso econômico benéfico e inquestionável para os jogadores.

O desafio que o jogo *Navegador* propõe aos seus jogadores não está, portanto, embasado ou inspirado no contexto histórico dos séculos XVI e XVII, mas está na efetividade de gerenciar recursos, observar situações e combinar ações para se sobressair em pontuação aos demais jogadores, de maneira que ‘levar o Império português ao seu auge’ esteja atrelado ao desempenho individual dos jogadores, sendo o principal árbitro do sucesso ou fracasso. Identifica-se nos jogos analógicos do gênero dos *Eurogames* um constante interesse em buscar no passado acontecimentos que possam ser, a partir das regras e dos componentes, gerenciados, avaliados e disputados, de maneira que temos a pesquisadora Nancy Foarsberg, autora do artigo *The Problematic Pleasures of Productivity and Efficiency of Goa and Navegador* (2016), afirmando que os *Eurogames* recorrentemente abordam temas como o imperialismo e nas navegações portuguesas a partir do século XV. Partindo do pressuposto que as ações dos jogadores e as mecânicas dos jogos também atuam sobre a temática, Foasberg salienta o compromisso do jogo *Navegador* (2010) em destacar o processo de colonização portuguesa como positivo:

Thus, although *Navegador* is a streamlined Eurogame and does not attempt to offer a detailed simulation of the establishment of the Portuguese empire, it is engaged with the history it portrays, portraying some historical elements while ignoring others. Given these many small touches, the omission of slavery and indigenous resistance is notable. *Navegador* offers what Robinson criticized in the game *Vasco da Gama*: a “clean and unproblematic interpretation of the Portuguese empire.”¹⁶ It is interested in the history of colonialism exclusively from the colonizers’ point of view. It invokes historical figures like Francis Xavier, Alfonso de Albuquerque, and Vasco da Gama, but does not engage with anything that happened in the colonies aside from the production of wealth (Foasberg, 2016).

Dando continuidade à análise de Foarberg a partir da preocupação com o estudo das representações provenientes da posição do jogador e dos componentes de jogo, torna-se necessária atenção maior aos mecanismos pelos quais o efeito de um colonialismo positivo é formalizado. No primeiro momento, demonstramos, a partir das regras do jogo, o uso do passado monarquista e cristão, a partir de peças como “igrejas” e “privilégios”, com a finalidade de exploração de territórios, surgimento de colônias e obtenção de pontos de vitória. Representados a partir de seus ganhos econômicos, ambos têm como objetivo justificar a obtenção de riqueza de forma histórica, tanto no campo político quanto religioso.

Além disso, *Navegador* (2010) representa a história que está sendo contada de forma circular e repetitiva. Ambas estão presentes em diversos elementos, como o rondel, que já foi apresentado até aqui, na organização do próprio jogo, à medida que este segue uma ordem, geralmente no sentido horário, e toda vez que se inicia um jogo de *Navegador*, considera-se que a história daquele período pode ser repetida por meio de uma fórmula e, conseqüentemente, o auge do Império português igualmente.

Após dar uma volta completa no rondel, o jogador pode repetir as ações anteriores se assim o desejar, mas o mais importante é que elas têm relações entre si e estão vinculadas à produtividade reconhecida por Foasberg (2016) no jogo em geral. Em uma volta do rondel, um jogador pode receber arrecadações por meio do mercado, construir naus e navegar ou fundar uma colônia, adquirir privilégios e vender os produtos de suas colônias. São inúmeras combinações que reforçam as práticas desse grupo representado, denominado de “dinastias comerciais”.

Isso é possível porque todas essas ações têm resultados iguais, levando a interpretar o passado colonial como uma solução matemática, passível de repetição e desconsiderando o contingente. A repetição de ações faz com que o tempo no jogo *Navegador* seja interpretado de maneira cíclica. Além disso, a linearidade também é um elemento importante para consolidar o efeito do colonialismo positivo. Os jogadores avançam por caminhos já delimitados pelo jogo e seguindo uma ordem de regiões descobertas a partir de três Eras. A primeira inclui regiões como Portugal, Rio de Janeiro, Angola, Bahia e Guiné; a segunda está associada com a chegada dos portugueses no Cabo da Boa Esperança, em Moçambique, Zanzibar e Goa; a terceira abrange as regiões do Timor, de Macau, Malaca e Nagasaki. Assim, os jogadores vão realizando um caminho da esquerda para direita do tabuleiro com suas naus para completar as navegações portuguesas e iniciar a soma dos pontos ao final do jogo.

Neste subtópico, buscamos desenvolver como as regras do jogo, delimitando objetivos, ações dos jogadores, desafios durante a partida, também definem representações sobre determinados contextos históricos. No caso específico, foi possível perceber que a formação do Brasil passa, no jogo de tabuleiro *Navegador* (2010), obrigatoriamente, pela sua interpretação sobre a colonização a partir de elementos dos *Eurogames*, buscando evidenciar aspectos econômicos e estratégicos das elites portuguesas. Ao mesmo tempo, essa representação de um continente vazio e apenas reconhecido pelo valor econômico só pode ser posta em prática a partir de alguns mecanismos que tentam evidenciar a expansão da cultura portuguesa ou

européia para ocupar todos os espaços do tabuleiro provenientes da ocultação dos grupos étnicos e culturais; o uso e a resignificação da política e da religião como um meio pelo qual é possível obter lucro durante a expansão; e a formalização de um tempo repetível, matemático e progressivo.

Desta forma, como jogos de outros estilos abordam a mesma temática? Como um autor brasileiro representaria a chegada dos portugueses no continente americano? Quais são as diferenças e semelhanças discursivas dos jogos analógicos sobre a formação do Brasil? Dando continuidade à nossa análise, abordamos ainda dois jogos que têm como finalidade apresentar a chegada dos portugueses à América. *Tragédia de Tracunhaém* e *Age of Empires: The Age of Discovery* são duas fontes adicionais por meio de cuja comparação será possível traçar respostas.

3.2.3 Componentes: Análise do discurso a partir do material do jogo

É possível notar que houve um interesse, creditado a Gerdts e Fahrenbahn, em utilizar algumas imagens que foram produzidas entre os séculos XVI e XIX como ilustrações do jogo. As naus que foram escolhidas no cenário são da obra “Memória das Armadas que de Portugal passaram à Índia”, datada do século XVI, cujo autor é desconhecido. Atualmente, esta obra se encontra na Academia das Ciências de Lisboa (Memória, 2023). Para representar os grupos que estão em Angola, Moçambique, Zanzibar, Macau e Nagasaki, as fontes provêm do *Le Costume Historique* de Albert Racinet, em 1888 (Racinet, 1888). Não foi possível identificar a origem das demais figuras presentes no tabuleiro. É possível notar um contraste visual de grupos categorizados como portugueses e chineses com os demais grupos presentes no tabuleiro. Essa distinção é feita por meio da indumentária que distingue o urbano, com roupas longas e chapéus, do tribal, a partir de poucas roupas, armas como lança e flechas e animais.

Após o primeiro contato com o tabuleiro, o manual apresenta uma pequena introdução aos jogadores sobre a temática do jogo e quais são as possíveis ações que modificam o cenário inicial. Será realizada a Análise do Discurso do texto a seguir para identificarmos os sujeitos do discurso e as representações da formação do Brasil, a partir da perspectiva da colonização:

Os jogadores representam ricas dinastias comerciais que participam da construção do império colonial português. O primeiro objetivo é explorar as regiões marítimas desconhecidas. O jogador que primeiro entrar em tal região é recompensado com um explorador e um prêmio em dinheiro, mas também tem que sacrificar um navio. Juntamente com as outras conquistas do jogador (colônias, fábricas, estaleiros, igrejas), os exploradores contam como pontos de vitória ao final do jogo. As colônias são um fator econômico importante, pois seus produtos podem ser vendidos no mercado. As fábricas são uma fonte alternativa de renda, pois geram lucros ao processar mercadorias retiradas do mercado. Com seus estaleiros, os jogadores constroem novos navios e, com suas igrejas, recrutam novos trabalhadores. A posse de trabalhadores é necessária para fundar novas colônias ou erguer novos edifícios. Um trabalhador deve ser pago para adquirir privilégios. Os privilégios aumentam os pontos de vitória (VPs) que podem ser ganhos em cinco categorias (Navegador, 2010, p.3).

No primeiro enunciado, é possível identificar a visada discursiva proposta pelo texto introdutório de *Navegador* (2010). Utiliza-se a visada de instrução descrita por Charaudeau para definir a relação entre o *Eu enunciador* e o *Tu destinatário* (Charaudeau, 2016). Com isso, o *Eu* do discurso quer “fazer saber-fazer” e ele se encontra, ao mesmo tempo, em uma posição de autoridade de saber e de legitimação para transmitir o saber. Já o *Tu* do discurso está em uma posição de “dever saber fazer” segundo o modelo proposto pelo *eu*. Desta forma, o *Eu enunciador* apresenta ao *Tu destinatário* a sua responsabilidade na construção de um Império português. Com isso, apesar de *Navegador* (2010) ter um vencedor ao final do jogo, busca-se construir discursivamente um objetivo coletivo, maior do que as “dinastias comerciais”, a constituição de um império a partir da colonização e exploração de territórios. O *Eu enunciador*, dessa forma, define seu *Tu destinatário* como “dinastias comerciais” e, a partir disso, faz suas primeiras considerações. “O primeiro objetivo é explorar as regiões marítimas desconhecidas” (Navegador, 2010, p.3). É onde o *Eu enunciador* coloca-se como responsável por ordenar as etapas que o *Tu destinatário* deve seguir para que o objetivo seja cumprido, ao mesmo tempo que detém o conhecimento do processo que está representando. Assim, o *Tu destinatário* é caracterizado pela capacidade de explorar territórios e torná-los conhecidos.

Logo em seguida, o texto dá ênfase às vantagens e desvantagens da posição em que o *Tu destinatário* se encontra, “O jogador que primeiro entrar em tal região é recompensado com um explorador e um prêmio em dinheiro, mas também tem que sacrificar um navio” (Navegador, 2010, p.3). A partir deste enunciado, o *Eu enunciador* transmite na figura do *Tu destinatário* as dificuldades encontradas como forma de valorizar suas ações, principalmente no recebimento de marcadores de exploração.

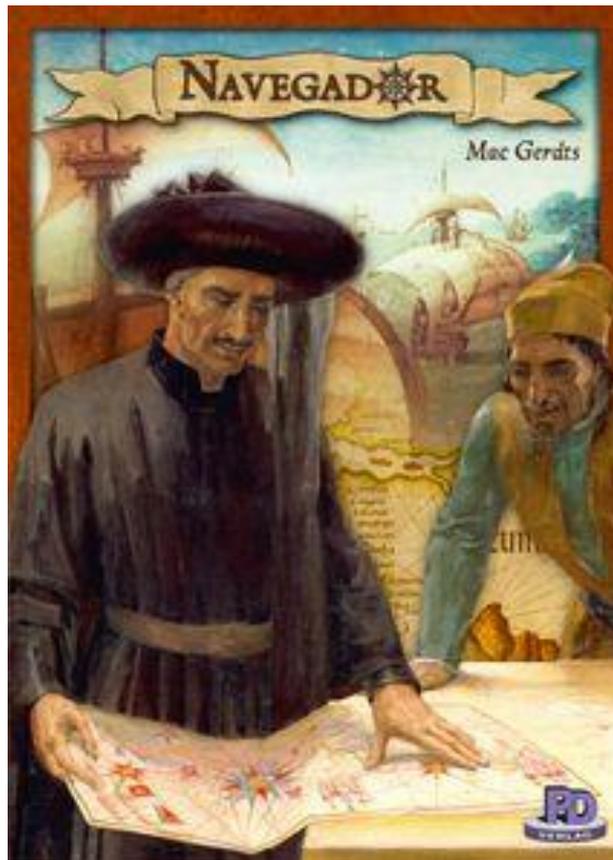
Já a segunda etapa apresentada pelo *Eu enunciador* é “*Juntamente com as outras conquistas do jogador (colônias, fábricas, estaleiros, igrejas), os exploradores contam como pontos de vitória ao final do jogo.*” (Navegador, 2010, p.3). Assim, o *Eu enunciador* coloca os critérios pelos quais o *Tu destinatário* será avaliado e, conseqüentemente, quais são os principais balizadores dessa colonização representada no jogo. Em seguida, “*As colônias são um fato econômico importante, pois seus produtos podem ser vendidos no mercado. As fábricas são uma fonte alternativa de renda, pois geram lucros ao processar mercadorias retiradas do mercado.*” (Navegador, 2010, p.3) constitui uma enunciação onde o *Eu enunciador* está definindo para o *Tu destinatário* as fontes de renda primária e secundária e quais são as ações que devem ser realizadas por ele para o cumprimento desta segunda etapa. Para isso, as colônias e fábricas devem ser entendidas pelo *Tu destinatário* por sua importância econômica e, a partir disso, ele deve utilizá-las de forma lucrativa, fazendo uso de um “mercado”. O manual do jogo constrói o *Tu destinatário* como um sujeito aventureiro, conquistador e investidor, de maneira que os jogadores possam se identificar e ocupar o papel proposto pelo *Eu enunciador* e imergir na narrativa do jogo, assumindo um papel de protagonismo.

“*Com estaleiros, os jogadores constroem novos navios e, com suas igrejas, recrutam novos trabalhadores.*” (Navegador, 2010, p.3) denota que o *Eu enunciador* está definindo o *Tu destinatário* a partir de dois critérios: recrutamento e construção, ambos relacionados à modificação que essas “dinastias comerciais” podem fazer no tabuleiro principal. Assim, o *Tu destinatário* até agora é definido como explorador, construtor e mobilizador. Da mesma forma, o aspecto religioso é evocado pela igreja, que tem sentido apenas pelo serviço prestado para as “dinastias comerciais”, realizando uma relação na qual a igreja só pode ser explicada a partir das navegações. “*A posse de trabalhadores é necessária para fundar colônias ou erguer novos edifícios.*” (Navegador, 2010, p.3) é um reforço do *Eu enunciador* para o *Tu destinatário* com o seu papel “construtor”, mas não deve ser entendido apenas como construir fábricas ou estaleiros, e sim, como a sua capacidade exclusiva de alterar o cenário apresentado pelo jogo. Além disso, é possível identificar que o *Tu destinatário* não representa todos os portugueses ou que todos os portugueses não se resumem a “dinastias comerciais”. Portanto, existem dois grupos - “dinastias comerciais” e “trabalhadores” -, o último é de posse do primeiro, que também definirá qual será a utilidade, seja para construir navios, colonizar ou adquirir privilégios. Por fim, “*Um*

trabalhador deve ser pago para adquirir privilégios. Os privilégios aumentam os pontos de vitória (VPs) que podem ser ganhos em cinco categorias.” (Navegador, 2010, p.3). O *Eu enunciador* chega à terceira etapa que deve ser apresentada para o *Tu destinatário* e que, conseqüentemente, também dá sentido às etapas anteriores. O marcador de privilégio é o objetivo final, não somente do jogo, como também da representação do *Tu destinatário*, visto como “dinastia comercial”.

Entretanto, os sujeitos do discurso apresentados até aqui foram construídos de forma textual. Para dar seguimento às representações produzidas pelo jogo, faz-se necessária atenção às imagens introduzidas no material do jogo. Isso possibilita a identificação visual do *Eu enunciador* e do *Tu destinatário*. A ilustração que compõe o livro de regras e a própria caixa (Figura 10) do jogo é composta pela figura que se identifica como o Infante Dom Henrique, o Navegador, posicionado no lado esquerdo da imagem, com roupas pretas, a presença de um outro homem posicionado à direita da imagem, com roupas de cores amarelas e azuis e, ao fundo, o mar com imagens de naus e florestas. A ilustração de Henrique mostra seus olhos atentos a um mapa que ele mesmo segura com suas mãos sobre uma mesa. Ao seu lado está um personagem que tem traços faciais mais singelos e que também tem os olhos direcionados para o mapa, de maneira a prestar atenção. Ambos os personagens sorriem.

A visada de instrução encontrada no texto também está presente na imagem. Assim, podemos identificar o *Eu enunciador* como Henrique, o Navegador, e o *Tu destinatário*, construído pelo *Eu enunciador*, como um homem que está atentamente acompanhando as instruções do infante. Essa figura personifica uma “dinastia comercial” e representa o jogador que começa a jogar *Navegador*. É na imagem de Henrique, o Navegador, que se busca a autoridade e legitimidade do *Eu enunciador* característico da visada discursiva da instrução. Assim, a escolha de Henrique como uma figura capaz de transmitir autoridade e legitimidade no processo de exploração portuguesa do continente americano é resultado de diversas interpretações do passado que foram se consolidando e reformulando a partir dos seus usos em diferentes espaços como museus, músicas, crônicas e livros.

Figura 10 – Caixa do jogo *Navegador*.

Fonte: Boardgamegeek (2023a).

As leituras produzidas sobre o Infante Dom Henrique são analisadas por meio de obras escritas no livro *Mito e Memória do Infante* (2004) da historiadora Maria Isabel João. Inicialmente, a partir de obras como *Crônicas de Guiné* e *Crônica da Tomada de Ceuta*, a representação de Henrique foi fundamentada por Gomes Eanes da Zurara como um herói solitário e grandioso, modelo de virtudes, de alguém que serviu a Deus e ao reino (João, 2004, p. 22). Na mesma época, no século XV, Rui de Pina escreveu a crônica sobre o rei Dom Duarte e estabeleceu uma cronologia da expansão dos descobrimentos portugueses e a vontade política da coroa portuguesa em relação à empresa global das navegações (João, 2004, p.27). Nesse sentido, o Infante é retratado por Rui de Pina como um vanguardista da expansão cristã. A partir do século XVIII, temos relatos do primeiro biógrafo do Infante, Cândido Lusitano, sendo o primeiro a sugerir Henrique como um herói e santo. No final do século XIX, em 1877, na representação de Henrique, o Navegador afasta-se do caráter religioso e é descrito pelo marquês de Sousa e Holstein como uma pessoa capaz de

desenvolver seus rendimentos e bens para defender os interesses do reino, tendo o caráter prático do Infante como principal virtude.

Entre a faceta religiosa, de homem desprendido dos bens materiais, só preocupado com o serviço de Deus e a propagação da fé, e a faceta de indivíduo com os pés bem assentes na terra, interessados no acrescentamento da sua casa e nos negócios da Ordem de Cristo, os autores foram oscilando ao sabor dos ambientes culturais e da sua própria sensibilidade pessoal. Na atmosfera laica e positiva da segunda metade do século XIX, a balança pendeu para o lado terreno e materialista da figura, valorizando-se a forma como se coloca ao serviço do progresso da humanidade e do reino (João, 2004, p.40).

O século XIX foi fundamental para a representação do Infante como um símbolo e herói fundador da pátria e também da humanidade. Nesse momento, Pinheiros Chagas incorporou na representação do Infante a característica de um homem sábio, como alguém que remetia às navegações e à civilização ocidental (João, 2004, p.69)

Por fim, o último período analisado por Maria Isabel João foram as comemorações do quinto centenário da morte do Infante na década de 1960. A autora afirmou que existiam três ideias-forças: valores, traduzidos em nobres ideias como o proselitismo cristão e a preocupação civilizadora com intuítos de lucro e vantagens comerciais, a “bondade” da colonização portuguesa que conduzia para a união de todos os povos do Império português e, por fim, o enaltecimento dos homens que participaram da expansão portuguesa (João, 2004, p.83). Esse contexto formalizou na figura do Infante o catalisador das navegações. É nesse momento que a representação de Henrique com tendência mais laica, científica e como um homem do renascimento foi colocada de lado e cedeu lugar a uma mistura de amor à pátria e um caráter religioso, no qual o Estado Novo fundamentou uma uniformização do Infante como fundador de uma nação transnacional (João, 2004, p.102).

Marcus Cardão (2018), em seu artigo *Foram Oceanos de Amor: Os Descobrimientos* analisou que movimentos na década de 1980 em Portugal, como grupo musical Da Vinci, a programação da Comissão Nacional para as Comemorações dos Descobrimientos Portugueses (CNCPD), programas televisivos de José Hermano Saraiva e performances dos Heróis do Mar, foram fundamentais para a formação e difusão de uma nova representação da identidade portuguesa dos anos 1980, ao passo que transferiram representações da cultura escrita e impressa para os meios audiovisuais, reforçando interpretações sobre as navegações, como um processo sem contradições, hierarquias ou relações de poder (Cardão, 2018). O

posicionamento dessas manifestações audiovisuais também dialogou com o processo de redefinição identitária, que possibilitou o aparecimento da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa em 1996. A Lusofonia, segundo Cardão, é um mecanismo de representação que dá continuidade ao imaginário imperial no período pós-colonial (Cardão, 2018, p. 148).

A figura do Infante foi difundida a partir de um interesse político que começou nos anos que antecederam o Estado Novo em Portugal e, em contrapartida, o interesse visual pela figura de Henrique não era evidente até o início do século XX. Mais precisamente, foi a partir do *Quinto Centenário de Nascimento do Infante* em 1894 que surgiu a preocupação de representá-lo graficamente. A escolha da imagem para representar Henrique, o Navegador, é encontrada no políptico de seis painéis intitulados *Painéis de São Vicente* que são atribuídos ao pintor Nuno Gonçalves desde 1910, quando se deram o lançamento do livro *O pintor Nuno Gonçalves: Arte Portuguesa Primitiva* escrito por José de Figueiredo e a primeira exposição dos painéis na Academia Real de Belas-Artes, onde também foram restaurados. De acordo com Sandra Leandro:

A descoberta científica dos painéis de S. Vicente deve-se a Joaquim de Vasconcelos, que no dia 20 de julho de 1895 visitou aquele mosteiro acompanhado por Ramalho Ortigão, José Queiroz e o arcebispo de Mytilene. Antes de Joaquim de Vasconcelos, já Monsenhor Alfredo Elviro dos Santos, Leandro Braga, Columbano, Maria Augusta Bordalo Pinheiro e Alberto Henriques de Oliveira, entre outros, tinham notado a sua existência. A descoberta está envolvida também num mito, cujo lado trágico-picaresco recorda que, em 1882, os painéis foram salvos de servirem de tábuas de andaimes (Leandro, 2008, p.258).

Os autores Paula André, Luís Louzã Henriques, Luísa Isabel Martinho, Sónia Apolinário e Rui Reis Costa publicaram, em 2013, o artigo *Modos de ver e dar de dar a ver os Painéis de São Vicente* e apresentaram os itinerários da obra ao longo do tempo. Entre 1929 e 1931, fez parte de exposições internacionais, entre elas a *Exposição Cultural da Época dos Descobrimentos* de Sevilla e a *Exposição Colonial Internacional* de Paris. Em 1940, o Museu Nacional de Arte Antiga inaugurou um novo espaço denominado Anexo, com a exposição *Primitivos Portugueses 1440-1550* com a presença dos *Painéis de São Vicente*. No mesmo ano, a obra foi utilizada pelo governo português na “Exposição do Mundo Português” como forma de celebrar a unidade nacional, como expõe o comissário geral da exposição Augusto de Castro (André; Henriques; Martinho; Apolinário; Costa, 2013).

Nos anos seguintes, os painéis foram utilizados no *8º Centenário da Tomada de Lisboa aos Mouros* (1947), uma exposição em Londres (1955), na XVII Exposição de Arte, Ciência e Cultura (1983) com o apoio do Conselho Europeu. Por fim, desde 1940, os painéis se encontram no Anexo do Museu Nacional de Arte Antiga. José Teixeira (2008) identifica uma profusão de momentos evidenciando a figura de Henrique como um dos representantes da expansão portuguesa, como a construção do *Monumento aos Descobridores*, finalizado em 1960, mas já idealizado a partir de 1940 com a *Exposição do Mundo Português, Infante D. Henrique*, de autoria de Henrique de Araujo Moreira em 1960 na cidade de Tomar e a estátua de bronze do Infante produzida por Leopoldo de Almeida em 1967 e localizada na cidade de Lagos (Nigéria). Esses são alguns exemplos, segundo o próprio autor, de inúmeras obras que podem ser encontradas em cidades como Sagres, Lisboa e Lagos. A década de 1960 foi marcada por um grande interesse na figura do Infante, tendo em vista as comemorações do quinto centenário de sua morte.

No jogo *Navegador*, para além do epíteto e da capa do jogo, a representação do Infante é fundamental para outras representações, como a colonização e o continente americano. É por meio dela que discursos sobre efetividade e lucro serão estabelecidos pelos sujeitos, ao mesmo tempo que se utiliza do passado para dar autoridade e legitimidade ao *Eu enunciador* como Infante. Com isso, podemos elencar algumas continuidades e rupturas na representação de Henrique, o Navegador.

Há permanência na prática de representar Henrique, a partir dos *Painéis de São Vicente*, como um dos grandes nomes da nobreza portuguesa. Nos aspectos visuais, é perceptível a aproximação de *Navegador* com as representações da atmosfera laica e positivista da metade do século XIX, onde destaca-se o progresso da humanidade e do reino, além das incorporações de duas das três ideias-forças destacadas por Maria, formalizadas apenas a partir de 1960: os valores, valorizando o processo civilizatório a partir do lucro, e a “bondade da colonização” capaz de unir todos os povos por meio da relação transnacional da lusofonia.

Por outro lado, *Navegador* se afasta de representações que fundamentaram o Infante a partir de características religiosas, principalmente as interpretações de Rui de Pina e Cândido Lusitano. Por mais que existam elementos discursivos dentro do jogo que abordam o aspecto religioso, a figura do Infante não depende dela, visto que é apenas uma das formas de se tornar mais eficiente e lucrativo o processo da colonização e o estabelecimento de um Império. O Infante de *Navegador* é

caracterizado sobretudo como um exemplo a ser seguido pelos jogadores, o que transmite para sua representação a responsabilidade e o protagonismo de ter planejado, organizado e sistematizado dois séculos, XVI e XVII, de expansão e colonização portuguesa. Já o *Tu destinatário*, visto como ‘dinastias comerciais’, é responsável por praticar a fórmula da colonização proposta pelo Infante e, para isso, é necessário reduzir grande parte do tabuleiro para recursos. A colonização e a formação do Império português são processos aos quais os jogadores se propõem a dar continuidade, sendo vistas como gerenciáveis, capazes de serem controladas e planejadas e tem na representação do Infante uma bússola indicando o Norte.

Utilizar a Análise do Discurso nos jogos analógicos permite não só elucidarmos de que forma as representações são constituídas discursivamente, como também evidenciar algumas rupturas e continuidades do Infante ao longo do tempo, e de que forma o jogo analógico com seus diversos gêneros pode traçar contornos para que novas representações surjam a partir de critérios por nós expostos até aqui. O interesse pelo aspecto econômico e estratégico como característica dos *Eurogames*, e o papel dos jogadores como administradores da colonização, convergem para leituras mais recentes não acadêmicas sobre a figura de Henrique, o Navegador, como um empreendedor, como no texto *Infante D. Henrique - O maior #empreendedor de sempre*, de Margarida Pedrosa Ferreira (2019), que o descreve como tendo elaborado “um plano de negócios” e possuindo um instinto para “ação empreendedora” no seu contexto.

3.3 O jogo *Tragédia de Tracunhaém*

Tragédia de Tracunhaém foi lançado em 2009, sendo o primeiro jogo de uma série intitulada *Bellum Brasilis*, cujo objetivo era a produção de jogos táticos, tendo como temática a história do Brasil. O primeiro jogo se passa no ano de 1534, quando um grupo de indígenas atacou o engenho de Tracunhaém em Pernambuco. Como a *Riachuelo Games* era um estúdio, não houve a comercialização do jogo. Sua distribuição foi feita por meio do *Imprime e Jogue*, ou seja, por arquivos em formato PDFs (acrobat Reader), com as regras e as peças do jogo publicadas em páginas eletrônicas como *Ludopedia*, *Board gameGeek* e *Wargame Vault*, para que usuários os baixassem de forma gratuita. Além disso, o jogo foi publicado na versão física da

revista da *Strategos*, do estúdio Riachuelo Games. *Tragédia de Tracunhahém* conta com uma duração média de 30 minutos e um máximo de dois jogadores.

3.3.1 Contextualização: autor, editor e recepções

Tragédia de Tracunhaém é um *Wargame* de autoria dos brasileiros Antonio Marcelo, natural do Rio de Janeiro, e Jorge Bentes. O jogo foi publicado pelo estúdio de jogos Riachuelo Games, cujo portfólio se detém, em grande parte, em jogos militares, como *Polônia '39* (2008), *Portões de Fogo* (2013) e *Paleolítica* (2014). De 1999 até 2014, ano da última publicação da editora, foram 19 jogos lançados e catalogados na *Ludopedia* (Ludopedia, 2023j). O estúdio adota como política de publicação de seus jogos o *Print & Play*, prática que disponibiliza arquivos em extensão PDF, contendo as regras e os componentes para impressão. Atualmente, esses arquivos podem ser encontrados nas páginas eletrônicas *Ludopedia* e *BoardGameGeek*.

O portal da editora Riachuelo Games já não está mais disponível para acesso. Mesmo assim, algumas informações podem ser extraídas da *Board gameGeek*, uma vez que foram copiadas da antiga página eletrônica www.riachuelogames.com.br. Em 1998, Antonio Marcelo começou produzindo jogos artesanais do gênero de *Wargames* e distribuindo-os na forma de *Print & Play*. O interesse partia em criar não apenas um estúdio de jogos, mas também o desenvolvimento de conceitos da área de *game design* (Boardgamegeek, 2023b). A partir de 2004, iniciou-se um processo de profissionalização tanto dos serviços quanto dos produtos oferecidos e, em 2006, a Riachuelo Games ingressou na área da Educação (Boardgamegeek, 2023b). Nas duas frentes com as quais a empresa estava envolvida, foram desenvolvidos *Wargames*, como *São Borja* (2006), *Cruz de Ferro* (2004), *A Batalha do Passo do Rosário* (2008), *Intervenção na América Latina* (2006) e jogos com objetivos educacionais, como *ECOnomia* (2008) e *Mascates* (2009) (Boardgamegeek, 2023b). Ao final do ano de 2009, a empresa buscou uma nova área e um novo público, de jogos empresariais e de treinamento (Boardgamegeek, 2023b). A produção desses jogos partia da demanda de setores como Recursos Humanos e Marketing. Vale lembrar que a *Galápagos Jogos* também estava atuando nessa área, no mesmo período, com o nome de Darwin Jogos (Ludocast, 2014).

Em 2011, a Riachuelo Games começou a produzir jogos para Android e *Serious Games* para Institutos como o Instituto Nacional de Câncer (INCA). No mesmo ano, começou a prestar consultoria na área de produção de jogos, *game design* e *level design* (Boardgamegeek, 2023b). Por fim, em 2012, a empresa trabalhou em parceria com a editora *Sertão Games*, para o desenvolvimento do jogo *Cangaço* e, desde 2014, não tem publicado *Wargames* para o público em geral, sendo *Fields of Gore* e *Fortaleza Berdolock* suas duas últimas publicações (Boardgamegeek, 2023b).

Em 2015, Antonio Marcelo republicou na página eletrônica *RedeRPG* dois textos intitulados *O Grande Mundos dos Jogos de Tabuleiro* e *Mecanismos de Jogos Modernos (IV) – Wargames*, que já haviam sido escritos e publicados em 2007, segundo o próprio autor, em um outro portal de jogos de tabuleiro, confirmando o interesse de Antonio Marcelo de contribuir com estudos teóricos sobre *game design* (Marcelo, 2015). É provável que ele estivesse se referindo à revista *Strategos*, publicação bimestral da editora Riachuelo Games, que teve sua primeira edição lançada em novembro/dezembro de 2006, da qual Marcelo era editor. A apresentação do editor na primeira edição da revista apontava um otimismo no crescimento do *hobby* em território nacional:

Me atrevo a dizer que o ano de 2006 foi o ano do *Wargame*, não só no Brasil, como no resto do mundo. Muitos novos títulos surgiram e diversas iniciativas apareceram em todo o mundo. Aqui no Brasil tivemos a 2ª *WargameCon*, com a participação muito mais massiva e bem mais impressionante do que a realizada em 2005. Lançamos nossos *Wargames* nacionais, inclusive com a temática da Guerra do Paraguai. No próximo ano que se inicia um novo passo será dado, com a entrada no mercado americano de nossos *Wargames* (Marcelo; Farago; Bentes, 2006).

O entusiasmo pela expansão dos *Wargames* no Brasil também foi compartilhado por outros gêneros como *RPG* e os *Eurogames*. Contribuindo para este cenário, o lançamento da página eletrônica *Ilha do Tabuleiro* em 2007, na qual era possível encontrar listas, fóruns e grupos de *Board games* que permitiam tanto a divulgação de novos jogos, como o fortalecimento e aproximação dos jogadores interessados pelo hábito de jogar jogos analógicos. O blog *E aí, tem jogo?*, lançado em 11 de dezembro de 2007, teve como proposta falar sobre o “incrível universo dos jogos de tabuleiro” e publicou, em julho de 2008, uma matéria sobre a revista *Strategos*, enfatizando o foco nos *Wargames*, mas que, em sua terceira edição, já deu espaço para outros gêneros (E aí, 2008). A edição de número 6 da revista, lançada

em maio/junho de 2009, mostrou essa nova abordagem. Foram publicadas uma avaliação de *Kingsburg*, que é considerado um *Eurogame*, e *Print & Play de Círculo no Tempo*, um jogo sobre o desenvolvimento econômico de uma sociedade (Marcelo, *et al.*, 2009).

Durante 2007 e 2008, o autor de *Tragédia de Tracunhaém* também estreitou laços internacionais a partir dos jogos analógicos e participou da revista espanhola *Ludo Magazine*, com publicações, e do *blog* americano *Board gamenews*. Antonio Marcelo, portanto, não estava apenas inserido no mercado de jogos nacionais como autor de jogos, mas também atuava em um espaço que Steve Woods denomina de comunidade dos *Hobby Games*. Ele foi editor de revista, fundador da editora Riachuelo Games, autor de publicações na página eletrônica de jogos analógicos *Redomanet*, com foco no desenvolvimento de *Board games* e, em 2009, publicou o livro *Design de jogos: fundamentos* pela editora Brasport. Posteriormente, também publicou cinco colunas na página eletrônica *Artecult*, em 2019 (ArteCult, 2023).

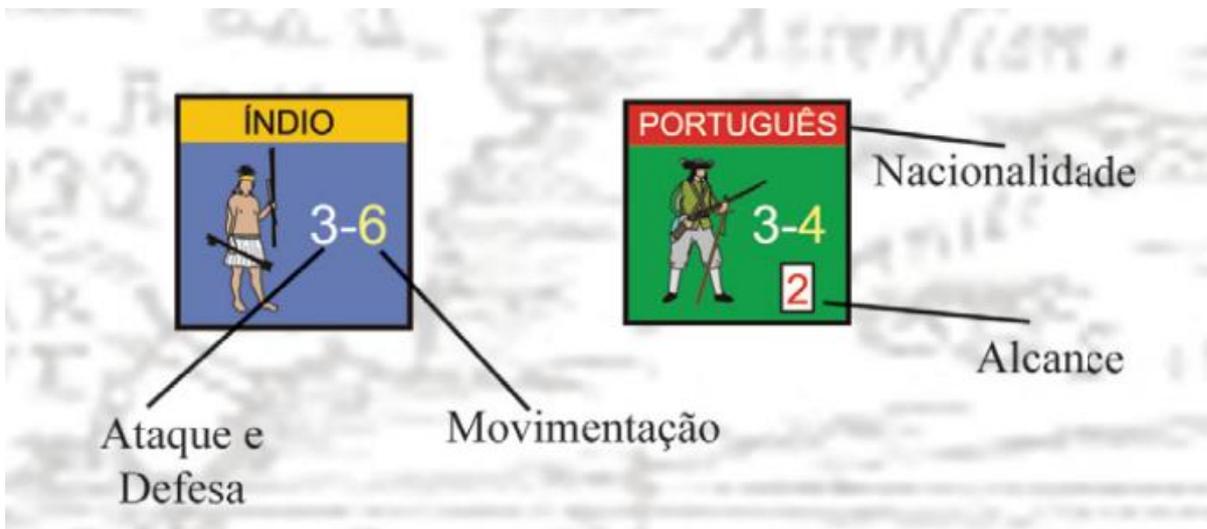
3.3.2 Regras, fundamentos e perspectivas: as narrativas que acompanham a mecânica do jogo

Tragédia de Tracunhaém é um jogo que se propõe a apresentar a colonização no Brasil a partir do conflito e utiliza-se do ataque ao engenho de Tracunhaém em Recife, em 1534, como temática de um *Wargame*. Três grupos são representados no jogo, “índios”, “escravos” e “colonos”. O objetivo do jogador com as peças nomeadas de “índios” é eliminar ou deixar imobilizadas todas as peças de “colonos” ou “escravos”, enquanto o outro jogador tem como objetivo defender o engenho e continuar vivo até o oitavo turno ou fugir no sétimo turno. Portanto, é um jogo competitivo entre dois jogadores e com três possibilidades de fim: a primeira é a eliminação de todas as peças do adversário; a segunda é a chegada ao sétimo turno em condições para fugir; a terceira é resistir até o último turno.

A ordem do jogo é decidida a partir de um dado. O jogador que tirar o maior número no dado pode escolher se começará a movimentar as suas peças primeiro ou se permite que o adversário comece a fase de movimentação, caso entenda que terá uma condição de batalha melhor. Decidido o jogador inicial, a movimentação é feita por Pontos de Movimentação (PM). Segundo Geoffrey Engelstein e Isaac Shalev, isso dá às peças um número específico de movimentações a ser gasto pelos jogadores. É

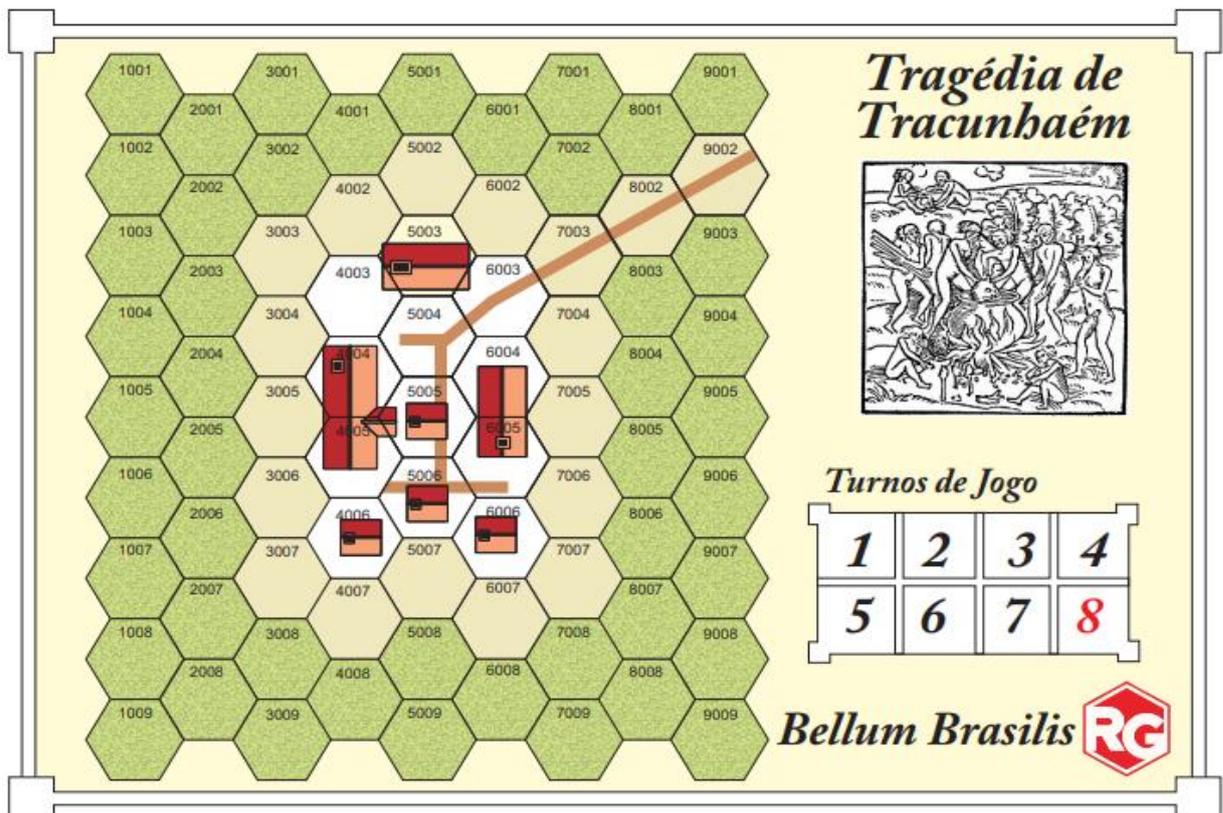
um mecanismo de jogo que permite aos autores diferenciar unidades e condições de movimentação. Geralmente cada espaço, no caso de *Tragédia de Tracunhaém*, é um hexágono, exige um ponto de movimentação, porém certos obstáculos ou terrenos, como montanhas e pântanos, necessitam mais pontos de movimentação. Característica dos *Wargames*, essa mecânica de movimentação pode ser complexificada com a introdução de rios e pontes que diminuem ou aceleram a movimentação, controlando quantos MPs serão usados por peça (p.359). As peças de *Tragédia de Tracunhaém* apresentam as informações apresentadas na Figura 11.

Figura 11 – Apresentação das peças do jogo segundo o livro de regras de *Tragédia de Tracunhaém*.



Fonte: Ludopedia (2023k).

Os jogadores movimentam suas peças em um tabuleiro com 81 hexágonos representando o engenho de Tracunhaém (Figura 12). Encontramos quatro tipos de terrenos, sendo os verdes as florestas; amarelos claros, terrenos abertos; amarelos com uma linha marrom representando uma estrada de terra e hexágono com edificações representando estruturas do engenho como a casa de madeira. Os terrenos também influenciam o combate, sendo que quem ataca em terreno aberto tem -1 no dado, floresta dá +1 no dado e prédio de madeira adiciona +2 ao dado.

Figura 12 – Tabuleiro do jogo *Tragédia de Tracunhaém*.

Fonte: Ludopedia (2023k).

Após a fase de movimentação, existe a resolução de conflitos. O combate é feito entre unidades em um hexágono adjacente e comparando a diferença entre o poder de ataque e o poder de defesa, rolando dois dados e comparando o resultado na tabela de combate. Existem três possibilidades de combates: o coordenado, em que uma ou mais peças podem atacar o mesmo hexágono; combate à distância, que permite que as peças de colonos portugueses ataquem dois hexágonos de distância e deve existir um 'linha visada', ou seja, não pode existir outra peça no caminho ou uma construção e, por fim, o combate corpo-a-corpo, que acontece quando os dois jogadores têm peças no mesmo hexágono, fazendo com que comparem seu poder de ataque e defesa, rolem os dados e comparam o resultado na tabela de corpo-a-corpo. A depender da diferença entre o poder de combate e o poder de defesa, as peças podem ser eliminadas, desorientadas ou imobilizadas. No primeiro caso, todas as unidades presentes no tabuleiro são retiradas. Caso ocorra a desorientação, as peças recebem um marcador e têm sua força de ataque reduzida pela metade e se receberem dois marcadores no mesmo turno, são imobilizadas. Neste caso, as peças

não atacam e se defendem com metade de sua força. Uma peça com duas imobilizações consecutivas também é considerada eliminada.

Quando a fase de movimentação e combate foi finalizada, se inicia novamente a rolagem dos dados para decidir quem começa a movimentação do segundo turno. Desta forma, o jogo obedece a seguinte estrutura: rolagem de dados (iniciativa), movimentação do jogador que ganhou a iniciativa, movimentação do jogador que perdeu a iniciativa, combate do jogador que ganhou a iniciativa e combate do jogador que perdeu a iniciativa, o que é repetido por oito turnos.

Uma consideração que deve ser feita em relação ao jogo, antes de analisarmos as representações que *Tragédia de Tracunhaém* produz a partir de suas regras. Existem alterações que foram sendo realizadas no jogo após o seu lançamento e em vários elementos incompletos que encontramos nas regras do jogo. Uma tabela indica para cada peça (“índios”, “escravos” e “portugueses”) o seu custo de movimentação para cada terreno do jogo. Os terrenos são listados como limpo, prédio de alvenaria, prédio de madeira, muro, floresta, estrada, pântano e paliçada/muralha. Entretanto, como é possível identificar na imagem do tabuleiro do jogo, existem apenas quatro tipos de terrenos que foram apresentados no mapa. Prédio de alvenaria, muro, pântano e paliçada/muralha foram excluídos da versão *Imprima e Jogue de Tragédia de Tracunhaém*. Além disso, as peças mostradas por nós, e que se encontram nas regras do jogo, foram alteradas visualmente no arquivo em PDF para os jogadores imprimirem, recortarem e jogarem. As principais modificações foram as imagens que representam cada peça e a retirada da nacionalidade.

As regras de *Tragédia de Tracunhaém* apresentam representações de colonizadores portugueses, indígenas e escravos a partir da perspectiva geográfica e de nacionalidade. Esses dois elementos compõem tanto as peças dos jogadores quanto justificam por que elas têm mais ou menos pontos de movimentação em determinados tipos de terreno. A geografia e a nação são dois elementos que fundamentam os *Wargames* nas suas diversas temáticas sobre acontecimentos históricos como Primeira Guerra Mundial, Segunda Guerra Mundial, Guerra Civil Americana, Era Napoleônica, Guerra do Vietnã e Guerra da Coréia. Portanto, o que acontece quando se propõe a abordar a colonização?

Nas regras, os autores definiram que “portugueses”, “indígenas” e “escravos” são nacionalidades distintas. Os portugueses são representados de duas formas em *Tragédia de Tracunhaém*, com suas peças de exército e a partir das suas construções

do engenho que estão centralizadas no mapa. Na narrativa do jogo, os portugueses são considerados o grupo que foi atacado pelos indígenas e que precisa se defender até os últimos turnos quando tem a opção de fugir ou resistir até o final. Além disso, é o único grupo com a possibilidade de ataque à distância. O jogador que tem o controle do exército português também tem à disposição peças, cuja “nação”, presente nas regras do jogo, é considerada de escravos. Essas peças são caracterizadas por terem atributos de ataque e defesa maiores que os portugueses, e uma movimentação associada à facilidade de entrar em terrenos como o pântano e a floresta, ambientes aos quais os portugueses têm o acesso dificultado pelos seus pontos de movimentação. Em sua breve descrição na página 4 do manual, são apresentados ao leitor: “*Os Negros vieram ao Brasil como escravos e fundaram diversos Quilombos, comunidades de escravos fugidos, que fustigaram os colonos.*” (Tragédia, 2009, p.4). A representação desse grupo passa pela necessidade de encontrar uma definição que o homogenize; em um primeiro momento, são tratados como ‘escravos’ e, no segundo, são identificados a partir da cor da pele como “Negros”, naturalizando os dois termos como sinônimos. Entretanto, existe um traço que marca esse grupo, independentemente da escolha do termo. Ele está inscrito na relação de subalternidade em relação ao exército e ao colono português e sua finalidade durante o jogo é proteger os portugueses até os últimos turnos, visto sua maior pontuação em força e defesa e as regras que definem que o jogador, representando “portugueses” e “negros”, pode fugir apenas com duas peças do exército português. A desumanização do jogo *Tragédia de Tracunhaém* (2009) também passa pela narrativa acima, afirmando que os Quilombos fustigaram os colonos e que, mesmo longe dos engenhos, mantêm a condição de “escravos fugidos”.

O grupo denominado de “Índios” não tem essa oscilação de termos para defini-lo nas regras, como visto no caso anterior. Nas regras, suas movimentações facilitadas em terrenos como floresta e pântano e as dificuldades no terreno de paliçada/muralha: “*Os Índios foram os primeiros habitantes do Brasil e já guerreavam entre si antes da chegada do homem Branco.*” (Tragédia, 2009, p.4). O critério de nação que tenta homogeneizar por meio da cultura, língua e política, também forma a categoria de índio, que é caracterizado como primeiro habitante do território e um grupo bélico. *Tragédia de Tracunhaém* representa os portugueses como um grupo que está no território colonizado sem nenhum tipo de violência provocada, e é pela

ação de ataque do “índio” que o exército português defende um território definido como o seu.

O desafio do *Wargame Tragédia de Tracunhaém*, diferentemente do *Eurogame Navegador*, consiste em ações de disputa direta do jogador com o seu adversário e de escolhas de movimentação que possam dar vantagens às suas peças. Os jogadores assumem um papel onde a solução para o contato com grupos distintos é a expulsão ou eliminação do adversário, privilegiando características bélicas das representações a partir de características vinculadas à nacionalidade e à geografia. Com isso, o jogo também aborda o território não como um produto da metrópole, mas como um local de disputa, dando atenção às características geográficas mais definidas e diversificadas. Ao mesmo tempo, não exclui totalmente os contatos com outros grupos e a relação dos portugueses com a escravidão. Entretanto, há uma continuidade na representação do português como o protagonista daquele território, responsável pela construção de engenhos e o desenvolvimento econômico da região. Já o índio é definido por sua localização em um território mais afastado e vinculado à floresta, sendo o responsável por atacar abruptamente o espaço português. A escravidão não tem efeitos visíveis sobre o território, à medida que o engenho é vinculado à posse dos portugueses. Quilombos, mesmo não figurando no jogo, são descritos nas regras como empecilhos para a continuidade dos engenhos no continente. A escravidão em *Tragédia de Tracunhaém* é pretexto para o uso de peças definidas como “escravos” defenderem a colonização.

3.3.3 Discursos visuais e textuais

Antes da introdução e dos componentes do jogo, *Tragédia de Tracunhaém* tem um pequeno texto sobre o ocorrido no engenho em Pernambuco em 1534. As informações foram extraídas da página eletrônica *Wikipédia*, para contextualizar os jogadores logo na primeira página no manual do jogo (Tragédia, 2009, p.1). A visada discursiva da informação comanda esse pequeno texto, onde o *Eu enunciador* transmite um conhecimento para o *Tu destinatário*. Diferentemente de *Navegador*, onde o *Eu enunciador* e o *Tu destinatário* assumem o papel de figuras históricas, *Tragédia de Tracunhaém* se propõe a apresentar o acontecimento histórico com um distanciamento. O texto inicial é composto por dois parágrafos, sendo que, no primeiro, temos a consolidação do índio como catalisador da violência em um engenho

no século XVI a partir da frase “*Durante o período de colonização no Brasil, no ano de 1534 aconteceu um incidente conhecido como “Tragédia de Tracunhaém”, no qual os índios mataram todos os moradores de um engenho chamado Tracunhaém em Pernambuco.*” (Tragédia, 2009, p.1). É apresentado ao *Tu destinatário* os dois grupos que serão postos para disputar um território: moradores, que ainda não foram identificados no texto, e os indígenas.

Em seguida, ainda no primeiro parágrafo, o *Eu enunciador* justifica o ataque para o *Tu destinatário* de forma a questionar a sua validade, isto é, põe em dúvida o “rpto” da filha do cacique Iniguassu que serviu de motivo para o ataque. O casamento da filha de Iniguassu com um “aventureiro mameluco”, como afirma o texto, foi aceito com a condição de que o casal ficasse na aldeia, o que não veio a ocorrer. Desta forma, os parênteses na palavra rpto e, logo na sequência, o desejo do casal em não continuar na aldeia como prometido, tem dois efeitos imediatos. O primeiro é a representação da aldeia e de seus moradores como um lugar que, após o conhecimento do diferente, considerado como português, não tem mais sentido para as próprias pessoas daquele lugar. A aldeia também é representada como algo do que fugir. Com isso, a filha de Iniguassu é um recurso retórico que fala e justifica o que é português em Tracunhaém. O segundo efeito é sedimentado pelo primeiro, que a partir do momento em que indica a fuga da aldeia como um desejo, constrói o ataque ao engenho como inválido e irracional, pela incapacidade do “índio” de reconhecer que o engenho é um lugar melhor do que a aldeia, transformando o ataque de Tracunhaém em um símbolo da agressividade indígena contra os portugueses.

Na segunda metade do primeiro parágrafo, “*A primeira providência de Iniguasse foi enviar dois de seus filhos a Olinda, em Pernambuco, para reclamar justiça.*” (Tragédia, 2009, p.1) definindo a justiça um valor a ser compartilhado por índios e portugueses, à medida que logo em seguida o Governador do Brasil, como afirma o texto, Antônio Salema, “*(...) ordenou a volta imediata da bela Índia à casa do pai.*” (Tragédia, 2009, p.1). É um texto estritamente masculino, a única mulher que está inserida não tem nome e é considerada “filha do Cacique”, vista como objeto de desejo por sua beleza e motivo de conflito entre homens. Por fim, o primeiro parágrafo afirma que, na volta para a aldeia, a índia e os dois irmãos precisaram pernoitar no engenho de Diogo Dias e, quando amanheceu, se verificou o desaparecimento de sua irmã que “*(...) provavelmente estava escondida por Diogo Dias.*” (Tragédia, 2009, p.1). Novamente, é evidenciado, o interesse da índia em não voltar para aldeia e a ajuda

que o português Diogo Dias lhe concedeu. Por fim, o texto relata os irmãos voltando para a aldeia sem a irmã e muito insatisfeitos.

O segundo parágrafo pode ser separado em dois momentos: o ataque ao engenho de Tracunhaém e as consequências do ataque. Em primeiro lugar, descreve o ataque a Diogo Dias, como algo “*instigado*” pelos franceses que estavam localizados na Paraíba, que alimentou a vingança dos índios potiguares. “(...) *em breve um contingente de dois mil índios de diversas tribos potiguares marcharam contra o engenho.*” (Tragédia, 2009, p.1). Para além de um ataque que, como tentamos evidenciar, é construído discursivamente como um conflito entre a filha do cacique e Iniguasse, onde os portugueses se solidarizam com ela. O breve texto representa os indígenas como tribos facilmente manipuláveis pelos interesses de forças europeias. Assim sendo, seu posicionamento militar ocorre apenas pelas disputas territoriais entre, como considera o jogo, franceses e portugueses.

Por meio de dados sobre quantidade de tropas, estratégias durante o combate e contexto histórico, os *Wargames* são vendidos comercialmente como jogos que simulam conflitos históricos. É por meio do discurso da fidelidade com o acontecido que se almeja atrair jogadores. *Tragédia de Tracunhaém* afirma que o grupo de 2 mil Potiguaras usou uma estratégia para atacar o engenho:

Os índios cercaram o engenho fortificado e usaram de uma tática interessante: apenas alguns índios se deixaram ver para fazer crer que era ação de um pequeno grupo. Quando os defensores do engenho saíram para contra-atacar, foram atacados por uma multidão de índios (Tragédia, 2009, p.1).

Na segunda metade, o texto que o *Eu enunciadador* informa para o *Tu destinatário* apresenta as consequências do ataque ao engenho, dando destaque a outros ataques: “*Depois deste episódio outros engenhos de Itamaracá também foram atacados, resultando em 614 mortes*” (Tragédia, 2009, p.1), destacando Tracunhaém como estopim de vários outros conflitos na região durante o século XVI. Há um destaque no número de mortos que se somam com o primeiro ataque, para demonstrar a violência e extensão dos ataques. Sendo assim, ao final do texto, chega-se à seguinte conclusão:

Este episódio generalizou o medo nos colonizadores da região e fez com que o rei de Portugal extinguisse a capitania de Itamaracá e criasse a capitania da Paraíba, com limites desde a foz do Rio Popoca até a Baía da Traição. Assim protegeria a indústria açucareira, expulsando os franceses e expandiria o domínio para o norte da região Nordeste (Tragédia, 2009, p.1).

Nesse sentido, a intervenção do rei de Portugal é descrita como solução e resposta para um medo que foi concebido pela violência aos portugueses, fruto, como destaca o texto, do conflito entre o casal e o cacique Iniguassu e as disputas de território com os franceses. Ao mesmo tempo, esses acontecimentos foram as causas para que Portugal fortalecesse sua presença no território com os fins dos conflitos. Sendo assim, colonizadores, exército português, Diogo Dias e o rei de Portugal são descritos no texto introdutório de *Tragédia de Tracunhaém* como sujeitos que foram vítimas de ataques, benevolentes com a filha do cacique durante a sua fuga e os protagonistas da transformação do território americano. O *Eu enunciador* utiliza-se de palavras como proteger, medo, defensores e atacados, a fim de despertar uma identificação do *Tu destinatário* com o grupo denominado “portugueses”.

Os sujeitos do discurso, *Eu enunciador* e *Tu destinatário*, instituem durante a formulação do texto algumas representações do que é português e indígena, perpassando tanto questões mais coletivas, como a aldeia, cidade e o engenho, quanto seus agentes. Neste caso, percebemos que o texto não apresenta os escravos que estavam no engenho, segundo o próprio manual ao nos apresentar as peças do jogo, dando destaque a apenas aos dois grupos já mencionados. O caráter informativo do texto de *Tragédia de Tracunhaém* contém significados que auxiliam a consolidar uma perspectiva de formação de território nacional a partir da sua representação de português, a partir de uma aproximação do leitor com o que é português e com a índia, filha do cacique Iniguassu.

O aspecto visual de *Tragédia de Tracunhaém* indica, pelo uso de suas fontes, qual história está sendo contada e de que forma isso ocorre. A prática de inserir temáticas históricas em *Eurogames*, *Wargames* e *American Games* chama atenção pela quantidade de jogos produzidos e a presença textual e visual como evocação de certas representações, ao mesmo tempo, que por meio da característica específica dos jogos, regras, mecânicas e dinâmicas, formalizam-se novas representações.

Tragédia de Tracunhaém faz uso de algumas fontes históricas em seu material para retratar o início da colonização portuguesa na América. Temos a imagem de autoria do viajante alemão Hans Staden, produzida no século XVI no seu livro *Duas*

viagens ao Brasil, apresentando os Tupinambás como um grupo antropofágico para regiões onde hoje são Alemanha e França (Staden, 1974). Entretanto, essa imagem é utilizada para representar o grupo indígena de Tracunhaém, que historicamente eram os Potiguaras, como violentos e ameaçadores para os portugueses. Uma das possibilidades é que, ao escolher um *Wargame* com temática histórica sobre a formação do Brasil, as representações dos indígenas posteriores ao século XVI, como do bom selvagem, não teriam sentido em um jogo no qual o conflito predomina. Desta forma, em 2009, vê nas leituras passadas de Hans Staden uma representação possível de ser incorporada na mecânica do jogo, que mostra Tupinambás e Potiguaras tanto pelo espectro da guerra quanto de uma cultura violenta por meio do canibalismo (Figura 13).

Figura 13 – Ilustração do livreto de regras de *Tragédia de Tracunhaém*.



Fonte: *Tragédia de Tracunhaém* (2009).

Hans Staden escreveu sua obra em um contexto de iniciativas mais sistemáticas de colonização dos portugueses no território americano (Fleischmann; Assunção; Ziebell-Wendt, 1992). Houve, entre 1550 até 1570, uma tentativa de mudança de relação com os Tupis, do escambo para a escravidão. Nesse momento, agravou-se também o conflito entre portugueses e franceses, com os Tupinambás sendo aliados dos franceses, e os seus rivais, Tupiniquins, aliados dos portugueses. Em 1557, foi publicada a primeira edição de *Duas Viagens ao Brasil*, cujo objetivo foi produzir um relato sensacionalista sobre um local até então identificado com rumores horripilantes, com cunho comercial (Fleischmann; Assunção; Ziebell-Wendt, 1992). O

relato de Hans Staden se referiu, sobretudo, à sua segunda viagem à América, na qual foi capturado pelos Tupinambás em 1553 e passou nove meses como prisioneiro (Fleischmann; Assunção; Ziebell-Wendt, 1992). Nos primeiros dez anos, o livro foi publicado mais cinco vezes. Staden teve que lutar pelo reconhecimento da autenticidade do seu relato, muitas vezes buscando dirigir-se diretamente ao leitor ou invocar Deus como testemunha. Entretanto, segundo Fleischmann, Assunção e Ziebell-Wendt (1992), o canibalismo, na sua tradição já estabelecida, correspondia ao gosto dos leitores amantes de histórias curiosas e de aventuras, cuja autenticidade não os preocupava. Correspondia também aos interesses dos colonos e à razão estatal, em busca de argumentos a favor da escravidão dos índios e aos interesses da Igreja, que buscava razões para uma missão civilizatória (Fleischmann; Assunção; Ziebell-Wendt, 1992).

Tragédia de Tracunhaém utiliza uma xilogravura da obra de Hans Staden para adicionar ao tabuleiro do jogo uma representação dos indígenas que estavam envolvidos com o ataque ao engenho. A escolha da imagem mostra um ritual de canibalismo, com a cabeça de um prisioneiro pronta para ser colocada no fogo. Com um distanciamento temporal gigante entre a obra de Staden e o jogo *Tragédia de Tracunhaém*, o uso dessa imagem tem como objetivos práticos produzir uma separação, a ponto de ser inviável qualquer tipo de relação que não seja belicosa. Faz isso, portanto, separando o que é português, europeu e civilizado contra o que é indígena, bárbaro e americano. Antônio Marcelo e Jorge Bentes, autores de *Tragédia de Tracunhaém*, buscaram uma imagem que não estavam relacionadas aos Potiguaras, para os representá-los a partir de relatos de viajantes do século XVI sobre os Tupinambá. A insistência dos autores do jogo, em afirmarem que os “índios” já guerreavam entre si e eram violentos antes mesmo da chegada dos portugueses, está presente também nas imagens utilizadas para compor as regras, o tabuleiro e as peças do jogo.

Por outro lado, é notável uma diferença na ilustração das peças de “índios”, “escravos” e “portugueses” apresentadas no manual (Figura 11) e as peças que foram lançadas junto com o jogo (Figura 14A, B,D). A primeira delas, chama atenção por ser uma foto dos Kuikuros no Alto Xingu, Mato Grosso do Sul (Figura 14A). Em relação aos portugueses e escravos, é a única imagem que foi substituída por uma imagem contemporânea. As outras buscaram relações com fontes históricas (Figura 14BD).

Existem, portanto, duas características que são identificadas em *Tragédia de Tracunhaém* que fundamentam a categoria denominada de “índio”. A primeira delas é a retirada do tempo histórico desse grupo, isto é, falar sobre a categorização “índio” no século XVI corresponde a falar sobre o “índio” no século XXI. A outra característica é a capacidade de incorporar na categoria qualquer grupo, independentemente da diferença geográfica, temporal, cultural, política e linguística. A representação do “índio” é capaz de tecer uma teia entre Tupinambás, Potiguaras e Kuikuros (Figura 14A), para que sejam reconhecidos, por meio da linguagem dos *Wargames*, pelas mecânicas, como violentos e capazes de realizar um massacre.

Por sua vez, a imagem escolhida para representar o exército português foi substituída pela obra *O Ciclo da caça ao índio*, produzido pelo pintor Henrique Bernardelli em 1922 e que se encontra no Museu Paulista, conhecido por Museu do Ipiranga. Foram feitas apenas breves modificações na tonalidade das cores. *O Ciclo da caça ao índio* (Figura 14C) foi encomendada por Afonso d'Escragnole Taunay, diretor do Museu Paulista, para fazer parte de um conjunto de obras que remeteriam às quatro principais fases da história nacional. Além dela, foram encomendadas as obras *Criadores de Gado*, de João Batista da Costa, *O ciclo do ouro*, de Rodolpho Amoedo e *Posse da Amazônia*, de Fernando Machado.

A pose que o bandeirante de Henrique Bernardelli assume tem fortes influências de Afonso Taunay, como retrata Paulo César Garcez Marins no artigo *Nas matas com pose de reis: a representação de bandeirantes e a tradição da retratística monarquia européia*, de 2007. Este artigo mostrou que a posição do bandeirante no quadro *O ciclo de caça ao índio* destoa de suas demais obras que carregavam um traço mais humanizado e menos heroica, como por exemplo, *Os Bandeirantes* e *Últimos momentos de um bandeirante*. Ao que tudo indica, houve uma interferência de Afonso Taunay para a manutenção dessa pose, que provinha de autores como Calixto, influenciado por artistas franceses ao retratar o rei Luís XIV, como na obra *Hyacinthe Rigaud* (Marins, 2007). Nesse sentido, o autor destaca o interesse em produzir uma história oficial, já que, em 1922, ocorreu a comemoração dos 100 anos da Independência (Marins, 2007). Além disso, o gibão foi um dos símbolos sertanistas que positivaram o bandeirante e que, no ano de publicação do artigo, cumpriam outro papel, o do questionamento (Marins, 2020). Marins elencou que, desde 2010, intervenções artísticas ou vandalismo sinalizaram que a iconografia bandeirante permanece agindo na sociedade (Marins, 2020).

Figura 14 – Peças do jogo *Tragédia de Tracunhaém* (A,B, D) e o *Ciclo de caça ao índio* (C).



Fontes: (Tragédia, 2023)

Tragédia de Tracunhaém utiliza-se da figura do bandeirante como unificadora tanto da coroa portuguesa quanto dos colonos do engenho. Não constrói narrativamente um herói nacional como no início do século XX, mas o ressignifica, a partir de elementos textuais e mecânicas de jogo, como bandeirante benevolente e resistente frente às intempéries. Sendo assim, o bandeirante continua mantendo a positividade de sua representação como característica nos jogos analógicos. Já distante do seu contexto de produção de herói nacional, a prática dos *Wargames* de produzir jogos analógicos sobre conflitos históricos fez com que a figura do sertanista fosse resgatada e reconfigurada.

A imagem escolhida para representar o escravo de *Tragédia de Tracunhaém* vem da litografia produzida por Debret em 1837, que reproduz um escravo fugitivo. Podemos ver que a obra disponível no Museu Histórico Nacional é acompanhada por outras duas figuras (Debret, 1955). Diferentemente das outras obras de Debret, que tinham como característica mostrar o cotidiano atrelado às profissões manuais dessas pessoas, essa pequena imagem traz apenas a figura do escravo com um colar de ferro, cuja ponta, localizada atrás do pescoço, poderia ter um chocalho ou pontas para prejudicar a fuga (Debret, 1955).

A escolha dos autores de *Tragédia de Tracunhaém* em utilizar essa imagem em específico mostra uma estratégia de lidar com o outro que não é português ou europeu. Diferentemente de *Navegador*, jogo no qual a estratégia foi a exclusão do que não é português, *Tragédia de Tracunhaém* representa o outro, a partir de uma ilustração do século XIX, como visível e submisso. Ela reforça o grupo como um objeto do jogador que está representando os colonos portugueses do engenho de Tracunhaém, à medida que, a partir da sua maior pontuação, reforça um estereótipo de um grupo forte fisicamente e com o dever de proteger o engenho e seus colonos. Ao mesmo tempo, como os *Wargames* não abrem espaço para mais de dois jogadores, os “escravos” são incorporados por um dos dois polos formalizados (portugueses e “índios”), a partir das regras e discursos visuais e narrativos.

A representação dos “escravos”, visuais e textuais, passam pela força, violência e indocilidade, porém todas são desvalorizadas ao jogar o jogo pela função do “escravo” e “negro” como uma figura com responsabilidade de ser a primeira barreira de defesa do que poderia ser considerado europeu e português. Essa responsabilidade, em *Tragédia de Tracunhaém*, é justificada de forma pragmática, a posse. Ela se faz presente no colar de ferro que o “escravo” da peça traz em seu pescoço. Ao mesmo tempo, dentro da comunidade dos *Hobby Games*, podemos notar que os limites discursivos que caracterizam 2009 já não são os mais atuais, à medida que existe um cuidado maior de como esses passados são inseridos em mídias como a televisão, jogos e filmes. Os *Hobby Games*, *Eurogames* ou *Wargames*, como vimos até então, tiveram dificuldade de lidar com um passado da escravidão no continente americano e podem indicar incômodos com a temática, a partir de substituições de imagens, definições que são alteradas (“negros” ou “escravos”) e ausência de alguns tipos de terrenos que os diferenciavam das demais peças em pontuação. Possivelmente, essas falhas digam respeito a problemas no desenvolvimento do jogo,

mas não encontramos em igual quantidade nos elementos dos jogos considerados portugueses ou indígenas.

Apesar de *Tragédia de Tracunhaém* ter regras que funcionam entre si e seja um jogo considerado curto, é possível concluir que as representações sobre portugueses, índios e negros é formalizada a partir de um conjunto de fontes que passam pelos séculos XVI, XIX e XX, cada uma com um contexto de produção, e que a sua escolha, com coautoria de autores e editora, em 2009, para inserir em um jogo de tabuleiro e os jogadores terem a experiência de jogar leva a novas interpretações do passado do colonialismo português no continente americano, e a formação do brasileiro enquanto território e sociedade. O *Wargame Tragédia de Tracunhaém* faz uso das representações passadas a partir dos seus limites enquanto um jogo de tabuleiro de guerra e, ao fazê-lo, valoriza o passado colonial do território português na América não pelo uso militar propriamente dito, mas pela capacidade de resistir, defender e manter suas fronteiras.

5 CONCLUSÃO

As representações da colonização da América portuguesa nos séculos XV a XVIII nos *Hobby Games* são uma construção entre americanos, alemães e brasileiros compondo e narrando a colonização portuguesa e o papel do Brasil a partir de suas referências simbólicas. O alemão Walther Gerdts trouxe uma perspectiva da expansão do Império português em que as disputas estavam na efetividade e no lucro obtido pelos portugueses durante o processo de colonização. Já os brasileiros Antonio Marcelo e Jorge Bentes abordaram a colonização a partir da perspectiva do conflito entre índios, negros e portugueses, evocando o mito das três raças na formação do Brasil. O americano Glen Dover trouxe, a disputa pela riqueza do território americano, identificada nos diferentes recursos, como um espaço de luta entre as “potências europeias” que, para serem dominantes, teriam que ter sucesso na exploração e defesa do território.

A forma pela qual os autores escolheram as temáticas de seus jogos também variou, à medida que Gerdts utilizou-se da figura do Infante, difundida com maior força a partir do século XX, para construir discursivamente sua autoridade sobre os jogadores, por meio do conhecimento da colonização. Antonio Marcelo e Jorge Bentes evocaram outras figuras que remetem à tentativa da construção de heróis nacionais pelo Museu Paulista a partir dos bandeirantes, e a utilização de xilogravuras de autores europeus para construir a figura do índio como agressiva por meio do canibalismo, mas também discursivamente, pela relação de injustiça com os benevolentes portugueses. Já Dover não fez uso de fontes históricas, mas utilizou narrativa e peças mais elaboradas para formalizar representações da colonização. A América passou a ser vista a partir da potencialidade que, cabendo às “potências europeias” bem explorá-la, as consolidam como a principal força dos séculos XV a XVIII.

As escolhas dos gêneros de jogos também delimitam qual e de que forma a história é contada. Os *Eurogames (Navegador)* tendem a trabalhar com processos em dimensões macro, como é o caso da colonização e formação do Império português, simplificando elementos como cidades, regiões e a forma pela qual colonização atingia aspectos do cotidiano. Um estilo de jogo, como defendido por Foarsberg, que exclui o conflito e, conseqüentemente, silencia qualquer evidência de violência nos séculos XV a XVIII com tentativas de escravização. Já os *Wargames (Tragédia de*

Tracunhaém) delimitam a história que será contada a partir de duas forças que, necessariamente, têm capacidades de traçar estratégias de batalha, tendo como objetivo a eliminação do oponente e dando a entender a história como um processo de luta, com vencedores e perdedores e com subjugação. Os *American Games (Age of Empires III: Age of Discovery)*, limitam a história a ser contada a partir de mecânicas que tendem a priorizar a organização econômica da guerra e o constante desenvolvimento em edificações.

Nesse sentido, as representações da colonização portuguesa no continente americano passam pelas reconfigurações de escravidão, desenvolvimento, progresso, colonialismo, índios, portugueses e negros que os jogos constroem. Primeiro, é perceptível que a colonização não é vista sob a mesma ótica nos distintos jogos. Em *Navegador*, esse processo é vinculado ao mercado para o enriquecimento do Império de Portugal; em *Tragédia de Tracunhaém*, é apresentado pela ótica da resistência portuguesa frente a grupos locais, como os índios, e sua violência. Por fim, *Age of Empires III: Age of Discovery* apresenta a colonização a partir da guerra entre “potências europeias” e a América como palco que define o vencedor.

Conseqüentemente, para justificar cada perspectiva, surgem conceitos-chave e silenciamentos. A escravidão, por exemplo, não aparece em *Navegador*, entretanto o jogo precisa mostrar que existe uma diferenciação hierárquica entre quem planeja o processo de colonização e quem coloniza, “dinastias comerciais” e trabalhadores. No restante do jogo, todos são portugueses e vivem em um cenário harmonioso. Já em *Tragédia de Tracunhaém*, a escravidão é vista como algo apenas relacionado ao negro, tanto que o jogo troca o nome das peças como se essas duas palavras fossem sinônimas, destacando-o negativamente pela sua fuga aos quilombos. Ao mesmo tempo, escravidão e índios são conceitos que não se aproximam em *Tragédia de Tracunhaém* e, como sabemos, desde os séculos XV e XVI houve tentativas de escravizar os índios, principalmente na região do atual estado de Pernambuco. O ataque ao engenho foi uma reação a essas tentativas de escravização, como descrito por Staden. Por fim, a escravidão não aparece em *Age of Empires III: Age of Discovery*, de maneira que a exploração do território se dá pela própria “potência europeia”, sem menções a outros grupos.

A partir de uma análise relacional entre imagens, textos e mecânicas, foi possível ter o entendimento preciso e amplo do jogo analógico como objeto de estudo do historiador. Com isso, identificamos quais foram as escolhas e estratégias feitas

por *Navegador*, *Age of Empires III: Age of Discovery* e *Tragédia de Tracunhaém* para representar a colonização portuguesa e o papel do Brasil, de maneira a colocar o jogador como protagonista desta história jogável, sendo que o período e o local de produção de cada um dos três jogos mostraram preocupações diferentes em retratar a mesma temática.

Ademais, essa pesquisa pretende incentivar novos estudos à medida que entende que as representações analisadas por nós são específicas do contexto identificado como o início dos *Hobby Games* no Brasil (2007 – 2010), no qual temos mais jogos americanos e alemães do que nacionais. Contudo, futuras pesquisas poderão comparar como o período mais recente, com a consolidação de autores nacionais e a ascensão dos *Eurogames*, retrata a colonização portuguesa, e identificar os interesses por outras temáticas como a urbanização no século XX, a política contemporânea (*Corrida Presidencial* e *Poder Político*), o fim da escravidão (*Quissama, o Império das Capoeiras*) e a resistência indígena (*Xingu*).

Desta forma, verificou-se que os *Hobby Games* podem ser considerados, com seus eventos, suas avaliações, premiações, editoras, seus estúdios e gêneros, como produtores de uma história feita pelo e para o público. Coube a essa pesquisa identificar esse público, seus principais atores, e analisar como são realizadas discursivamente as representações do passado colonial a partir de suas referências simbólicas, identificando diferenças e continuidades ao longo do tempo e do espaço.

REFERÊNCIAS

AGE of Empires III: Age of Discovery. **Livro de Regras**. Tropical Games. 2007. Disponível em: https://s3.amazonaws.com/geekdo-files.com/bgg22472?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D%22AOE3_manual_r2.pdf%22&response-content-type=application%2Fpdf&X-Amz-Content-Sha256=UNSIGNED-PAYLOAD&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAJYFNCT7FKCE4O6TA%2F20231215%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20231215T220001Z&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Expires=120&X-Amz-Signature=6b7939781bc61896d4552550f636cd3577a1d2af1a009cc6b6e8c8456970bdbe. Acesso em: 15 nov. 2023.

ALVES, Jordy Adan Souza. **Home** [página do LinkedIn]. LinkedIn. Disponível em: <https://www.linkedin.com/in/jordy-adan-souza-alves-90799b116/>. Acesso em: 21 out. 2023.

ALVES, Lynn R. G; TELLES, Helyom Viana; MATTA, Alfredo E.R. **Museus e jogos digitais**: novas linguagens para o estudo da história. Salvador: EDUFBA, 2019.

ANDRADE, Débora. E-J. O lúdico e o sério: experiências com jogos no ensino de história. **História & Ensino**, [S. l.], v. 13, p. 91–106, 2007. DOI: 10.5433/2238-3018.2007v13n0p91. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/histensino/article/view/11646>. Acesso em: 12 jun. 2023.

ANDRÉ, Paula; HENRIQUES, Luís L; MARTINHO, Luísa I.; APOLINÁRIO, Sónia; COSTA, Rui. Modos de ver e de dar a ver os Painéis de São Vicente. **Midas**, n. 2, 27 mar. 2013.

ARAUJO, Jesiel Carvalho Lima de. **Jogos de tabuleiro e apropriação de ambientes**: o círculo mágico e a suspensão tática do cotidiano. 2019. Dissertação (Mestrado em Mídias e Cotidiano) – Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff;/handle/1/12731?show=full>. Acesso em: 2 jun. 2023.

ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

ARTECULT. *Author Archives* – Antônio Marcelo. **ArteCult: Arte, Conhecimento e Transformação**. Disponível em: <https://artecult.com/author/antoniomarcelo/>. Acesso em: 25 out. 2023.

BARROS, Fel. **Home** [página do LinkedIn]. LinkedIn. Disponível em: <https://www.linkedin.com/in/fel-barros-10434aa4/?originalSubdomain=br>. Acesso em: 21 out. 2023.

BELL, Robert C. **Board na Table Games from Many Civilizations**. New York: Dover Publications, 1979.

BELLO, Robson Scarassati. **O videogame como representação histórica: narrativa, espaço e jogabilidade**, em *Assassin's Creed (2007-2015)*. 2016. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/D.8.2016.tde-19122016-103439>. Acesso em: 20 maio 2023.

BOARDGAMEGEEK. **Age of Empires III: Age of Discovery**. Disponível em: <https://boardgamegeek.com/boardgame/66589/navegador>. Acesso em: 27 out. 2023c.

BOARDGAMEGEEK. **Board Game Publisher – Riachuelo Games**. Disponível em: <https://boardgamegeek.com/boardgamepublisher/1300/riachuelo-games>. Acesso em: 24 out. 2023b.

BOARDGAMEGEEK. **BoardGameGeek**. Disponível em: <https://boardgamegeek.com>. 2000. Tempe, Arizona. Acesso em: 25 nov. 2023.

BOARDGAMEGEEK. **Navegador**. Disponível em: <https://boardgamegeek.com/boardgame/66589/navegador>. Acesso em: 27 out. 2023a.

BOTELHO, Márcio. Introdução. **Glyptodon Magazine: Cultive**. São Paulo, v.1, n.5, p.3., mar. 2023. Disponível em: <https://glyptodon.com.br/magazine/glyptodon-magazine-marco-2023/>. Acesso em: 21 out. 2023.

BRASIL, Agência. Mercado de games no Brasil deve crescer 5,3% até 2022, diz estudo. **Exame**, São Paulo, 3 ago. 2019. Disponível em: <https://exame.com/negocios/mercado-de-games-no-brasil-deve-crescer-53-ate-2022-diz-estudo/>. Acesso em: 18 maio 2023.

BRASIL, Agência. Mercado de games no Brasil deve crescer 5,3% até 2022, diz estudo. **Exame**, São Paulo, 3 ago. 2019. Disponível em: <https://exame.com/negocios/mercado-de-games-no-brasil-deve-crescer-53-ate-2022-diz-estudo/>. Acesso em: 18 maio 2023.

BUB, Andrew S.. Eagle Games' Glen Drover talks about Pirates, The Boardgame!. **GameSpy**: 20 ago. 2004. Disponível em: <http://pc.gamespy.com/pc/pirates-2004/540850p1.html>. Acesso em: 2 out. 2023.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens: A máscara e a vertigem**. Petrópolis: Vozes, 2017.

CARDÃO, Marcos. **Foram oceanos de amor: Os Descobrimentos Portugueses na cultura pop dos anos 80**. Portuguese Studies Review 26, n.º 1 (2018): 99-148.

CARÍSSIMI, Laura B.; RADÜNZ, Roberto. A Ditadura Civil Militar e o ensino de História: o jogo Arquivo 7.0. **História, histórias**, [S. l.], v. 7, n. 13, p. 24–41, 2019. DOI: 10.26512/hh.v7i13.19292. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/hh/article/view/19292>. Acesso em: 12 jun. 2023.

CARNEIRO, Maria. L. T. . Refugiados e Sobreviventes. Verbetes: **Siegfried Adler**, Agi Strauss,. Histórias de Vida dos refugiados do nazifascismo e sobreviventes da Shoah, 1933- 2017, v. 3, p. 29 - 57, 2018.

CERCA de 40% da população mundial joga videogames, aponta estudo. **Globo**, 17 ago. 2020. Disponível em: <https://gq.globo.com/Noticias/Tecnologia/noticia/2020/08/cerca-de-40-da-populacao-mundial-joga-videogames-aponta-estudo.html> Acesso em: 10 maio 2023.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2016.

CHARTIER. Roger. **A História Cultural**: entre práticas e representações. Algés: Difel, 2002.

CHIRCOP, David. An Experiential Comparative Tool for Board Games. **Replay. The Polish Journal of Game Studies**, v. 3, n. 1, p. 11–28, 22 ago. 2017.

CLÜVER, Claudius. **Klassische, moderne und erzählerische Spiele**: Zur Serialität von Gesellschaftsspielen - Paidia. 2017. Disponível em: <https://paidia.de/klassische-moderne-und-erzahlerische-spiele-zur-serialitat-von-gesellschaftsspielen/>. Acesso em: 24 maio. 2023.

CONTRAPARTIDA. **Diego Bianchini da Editora MeepleBr**. YouTube, 15 set. 2022c. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xea7Bng3xgl>. Acesso em: 2 out. 2023.

CONTRAPARTIDA. **Diego Bianchini e Thiago Leite da editora MeepleBr**. YouTube, 31 ago. 2022b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3FhCkXMemMc>. Acesso em: 2 out. 2023.

CONTRAPARTIDA. **Ricardo Gama do site Ludopedia**. YouTube, 11 ago. 2022a. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mkNFpNwpG6s>. Acesso em: 25 nov. 2022.

COVIL dos Jogos. **Live Nórdica 309 – A Ascensão dos Jogos Nacionais**. YouTube, 27 jun. 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=CHcSK_WcSb8&t=2428s. Acesso em: 27 jul. 2023. Acesso em: 2 jun. 2023.

CUSTÓDIO, José A.L; AFIUNE, Pepita de Souza. **O Ethos Religioso na Antiguidade**: a origem ritualística dos jogos de tabuleiro. Revista de Artes FAP, Curitiba, v.20 n.1 jan./jun p.1-179. 2019.

DEBRET. J.B. “Nègres habillés pour le baptême. Nègre fugitif. Nègre au masque”. / **[Negros vestidos para o batismo. Negro fugitivo. Máscara negra]**. – Viagem Pitoresca e Histórica ao Brasil: aquarelas e desenhos que não foram reproduzidos na edição de Firmin Didot – 1834. R. de Castro Maya – Editor, Paris, 1955. Coleção Jean Baptiste Debret – DB. Museu Histórico Nacional. Código: Dbal 04.85 – 236 279. Disponível em: <https://atom-mhn.museus.gov.br/downloads/jean-baptiste-debret-2.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2023.

DROVER, Gleen. **Home** [página do LinkedIn]. LinkedIn. Disponível em: <https://www.linkedin.com/in/glenndrover>. Acesso em: 21 out. 2023.

E AI tem jogo?. **Home**. E aí, tem jogos?. Disponível em: <http://www.eaitemjogo.com.br/>. Acesso em: 14 ago. 2023.

E AI tem jogo?. **Strategos: Uma revista-eletrônica brasileira sobre jogos de tabuleiro**. E aí, tem jogo?. 8 jun. 2008. Disponível em: <http://www.eaitemjogo.com.br/2008/07/strategos-uma-publicacao-brasileira-sobre.html>. Acesso em: 14 ago. 2023.

ENGELSTEIN, Geoffrey.; SHALEV, Isaac. **Building blocks of tabletop game design: an encyclopedia of mechanisms**. Boca Raton, Flórida: CRC Press Taylor & Francis Group, 2020.

FERREIRA, Isabela R.; TORTATO, Cíntia D. S. B. O Jogo de Xadrez como um Artefato Cultural e Tecnológico. **Revista Mundi Sociais e Humanidades** (ISSN: 2525-4774), v. 5, n. 1, 20 jul. 2020.

FERREIRA, Kécia Garcia. **For kids** - Uma análise da dinâmica dos formatos de programas infantis da tv paga no Brasil. 2019. 123f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) – Universidade Federal do Tocantins, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Palmas, 2019.

FERREIRA, Margarida Pedroso. **Infante D.Henrique** – o Maior #Empreendedor de Sempre. Marida Pedroso Ferreira, 4 mar. 2019. Disponível em: <https://margaridaferreira.pt/portugal-marca/infante-d-henrique-maior-empreendedor-sempre/>. Acesso em: 21 out. 2023.

FLEISCHMANN, Ulrich; ASSUNÇÃO, Matthias Rohrig; ZIEBELL-WENDT, Zinka. Os Tupinambá: Realidade e Ficção nos Relatos Quinhentistas. 1992. **Revista Brasileira de História** – São Paulo: ANPUH/Marco Zero, vol.11, n o .21 – setembro 90/fevereiro 91 – pp.125-145.

FOASBERG, Nancy. **The Problematic Pleasures of Productivity and Efficiency in Goaand Navegador**. Analog Game Studies. v. 3, n. 1. Disponível em: <https://analoggamestudies.org/2016/01/the-problematic-pleasures-of-productivity-and-efficiency-in-go-and-navegador/>. Acesso em: 15 maio 2023.

FORNACIARI, Marco A. **A guerra em jogo: a Segunda Guerra Mundial em Call of Duty, 2003-2008**. 2016. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, 2016. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/14353>. Acesso em: 26 jun. 23.

FRAGA, André Marques. **Livros e revistas para jogar RPG (1980-2000): da importação às primeiras edições nacionais**. 2022. Dissertação (Mestrado em Estudos Culturais) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022. doi:10.11606/D.100.2022.tde-01082022-163244. Acesso em: 2 jun. 2023.

GALÁPAGOS. **Como nasce um jogo de tabuleiro?** – GEN CON Online 2020. YouTube, 1 ago. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jkNn25pFluo>. Acesso em: 2 out. 2023.

GALÁPAGOS. **Institucional – Sobre nós.** Disponível em: <https://asmodee.mundogalapagos.com.br/institucional-sobre-nos>. Acesso em: 13 dez. 2023.

GAMERS passam 1,8 ano de suas vidas jogando videogame, diz estudo. **G1**, São Paulo, 13 jul. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/07/gamers-passam-18-ano-de-suas-vidas-jogando-videogame-diz-estudo.html#:~:text=Jogadores%20brit%C3%A2nicos%20passam%2C%20em%20m%C3%A9dia,19%20dias%20inteiros%20jogando%20videogame.&text=Uma%20pesquisa%20realizada%20com%20mais,sua%20vida%20com%20jogando%20videogame>. Acesso em: 18 maio 2023.

GAMESPOA. **Home.** GamesPoA. Disponível em: <http://blog.gamerspoa.com.br/> Acesso em: 14 ago. 2023.

GASI, Flávia. **Videogames e Mitologia:** a poética do imaginário e dos mitos gregos nos jogos eletrônicos. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2013.

GASTIN, Vinicius. Cresce consumo dos jogos de tabuleiro durante a quarentena: reunir a família e estimular o raciocínio são alguns dos benefícios oferecidos. **A Voz da Serra**, Nova Friburgo, 2 de jun. 2020. Disponível em: <https://avozdaserra.com.br/noticias/cresce-consumo-dos-jogos-de-tabuleiro-durante-quarentena> Acesso em: 19 de maio de 2021.

GERDTS Mac. **Página do autor.** Boardgamegeek. Arizona. Disponível em: <https://boardgamegeek.com/boardgamedesigner/6045/mac-gerdts>. Acesso em: 20 nov.2023

GIACOMONI, Marcello P.; PEREIRA, Nilton M. (EDS.). **Jogos e ensino de história.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018.

GROW. **Sobre – Loja Grow.** Disponível em: <https://www.lojagrow.com.br/sobre>. Acesso em: 13 dez. 2023.

HAMBURG. **Hamburg Handbuch:** Mit Hamburg verbunden. Neudörf: Leykam Druck, 2012. Disponível em: <https://www.hamburg.de/contentblob/3376572/b6c493de959690dc3ebb8f29c6e0cca8/data/handbuch2012-2013.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2023.

HUDSON, Michael Andrew. **Storming Fortresses:** A Political History of Chess in the Soviet Union, 1917-1948. 2013. Tese (Doctor of Philosophy in History) – University of California Santa Cruz, Santa Cruz, 2013. Disponível em: <https://escholarship.org/uc/item/0s71f0cw#main>. Acesso em: 21 maio 2023.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens:** o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2014.

HUNICKE, Robin; LEBLANC, Marc; ZUBEK, Robert. **MDA**: uma abordagem para o design e pesquisa de jogos. In: Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI. P.1-5. 2004.

INTELIGÊNCIAS Lúdicas. **Bate-papo com Mac Gerdts (interview)**. YouTube, 31 jul. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=75WCGWZPdQE>
Acesso em: 14 mar. 2023.

JÄRVINEN, Aki. **Games Without Frontiers**: Theories and Methods for Game Studies and Design. Saarbrücken: Verlag Dr. Müller, 2009.

JOÃO, Maria Isabel - **Mito e memória do Infante D. Henrique**. Lagos: Câmara Municipal de Lagos; [Lisboa]: Comissão Municipal dos Descobrimentos, 2004. 121 p.

JOGATINA BG Podcast. **Ficha do Jogador #19 – Thiago Leite (Jogos com Leite)**. [Locução de]: André Luis Pinto. 27 fev. 2019. Podcast. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/topico/29518/ficha-do-jogador-19-thiago-leite-jogos-com-leite>. Acesso em: 16 ago. 2023.

JOGO. In: **Houaiss**: dicionário brasileiro da língua portuguesa. Disponível em: https://houaiss.uol.com.br/corporativo/apps/uol_www/v6-1/html/index.php#0. Acesso em: 15 nov. 2023.

KASTENDIECK, Hanna. Walther M. Gerdts ist der Mann in Spiel. **Hamburg Abendblatt**. Hamburg. 15 nov. 2010. Disponível em: <https://www.abendblatt.de/hamburg/article107884275/Walther-M-Gerdts-ist-der-Mann-im-Spiel.html>. Acesso em: 15 nov. 2023.

LEANDRO, Sandra. **Joaquim de Vasconcelos (1849-1936)**: Historiador, Crítico de Arte e Museólogo. Tese de doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - Universidade Nova de Lisboa, 2008.

LIGANEWS, n. 24, dez. 2022. 34 p. Disponível em: <https://mulherestabuleiristascom.wordpress.com/liganews/>. Acesso em: 27 out. 2023.

LIMA, Douglas M. X. DE. O medievalismo lúdico dos jogos de tabuleiro. **Antíteses**, v. 13, n. 26, p. 181–216, 9 dez. 2020.

LIMA, Hezrom Vieira Costa. História Pública e Jogos Eletrônicos: Memória e Testemunhas. In: **International Federation for Public History**. Disponível em: <https://ifph.hypotheses.org/2881>. Publicado em: 19 jun. 2019. Acesso em: 25 jun. 23.

LORDELLO, Vinicius. Pesquisa aponta que 3 a cada 4 brasileiros jogam jogos eletrônicos. **Exame**, São Paulo, SP, 8 de jun. 2020. Disponível em: <https://exame.com/blog/esporte-executivo/pesquisa-aponta-que-3-em-cada-4-brasileiros-jogam-jogos-eletronicos/>. Acesso em: 18 maio 2023.

LUDOCAST. **Ludocast Brasil – Episódio 25 – Galápagos**. [Locução de]: Ricardo Gama Stavale; Emerson Lopes Faria; Carlos Eduardo Cavalcante de Almeida; Jaime Fernando Sanchez Moreira. 9 fev. 2014. Podcast. Disponível em: Acesso em: 16 ago. 2023.

LUDOPEDIA. **Brazil: Imperial**. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/jogo/brazil-imperial>. Acesso em: 15 out. 2023b.

LUDOPEDIA. **Editora Conclave**. Ludopedia. São Paulo. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/editora/467/Conclave%20Editora>. Acesso em: 21 out. 2023d.

LUDOPEDIA. **Editora Devir**. Ludopedia. São Paulo. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/editora/19/Devir>. Acesso em: 21 out. 2023h.

LUDOPEDIA. **Editora Galápagos**. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/editora/92/Gal%C3%A1pagos>. Acesso em: 21 out. 2023c.

LUDOPEDIA. **Editora Grok Games**. Ludopedia. São Paulo. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/editora/4541/Grok%20Games>. Acesso em: 21 out. 2023f.

LUDOPEDIA. **Editora MeepleBr**. Ludopedia. São Paulo. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/editora/3289/Meeple%20BR%20Jogos>. Acesso em: 21 out. 2023g.

LUDOPEDIA. **Editora PaperGames**. Ludopedia. São Paulo. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/editora/3248/PaperGames>. Acesso em: 21 out. 2023e.

LUDOPEDIA. **Editora Riachuelo Games**. Ludopedia. São Paulo. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/editora/19/Devir>. Acesso em: 21 out. 2023j.

LUDOPEDIA. **Ludopedia – Portal de Jogos de Tabuleiro**. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/temas>. 2013. São Paulo, SP. Acesso em: 25 nov. 2023a.

LUDOPEDIA. **Tragédia de Tracunhaém - Arquivos**. Ludopedia. São Paulo. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/jogo/tragedia-de-tracunhaem?v=arquivos>. Acesso em: 21 out. 2023k.

LUDOPEDIA. **O maior censo sobre jogos de tabuleiro e RPG do Brasil**. Ludopedia. São Paulo. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/censo/resultado>. Acesso em: 25 out. 2023i.

MAGIC The Gathering. **Magic**. Disponível em: <https://magic.wizards.com/pt-BR/products>. Acesso em: 21 out. 2023.

MARCELO, Antônio. Mecanismos de Jogos Modernos (IV) – Wargames. **RedeRPG**. 3 maio 2015. Disponível em: <https://www.rederpg.com.br/2015/05/03/mecanismos-de-jogos-modernos-iv-wargames/>. Acesso em: 20 out. 2023.

MARCELO, Antônio; COUTO, Carlos; FELIPE, André; BISSEL, Rebekch. **Strategos**: maio/jun. 2009. N°6. Disponível em: https://ludopedia-anexos.nyc3.digitaloceanspaces.com/circulos_do_tempo_revista_strategos_n_6_edicao_26012.pdfhttps://ludopedia-anexos.nyc3.digitaloceanspaces.com/circulos_do_tempo_revista_strategos_n_6_edicao_26012.pdf. Acesso em: 20 out. 2023

MARCELO, Antônio; FARAGO, Helder; BENTES, Jorge L. 2006 – O ano do Wargame. **Strategos**: nov/dez. 2006. N°1. Disponível em: https://ludopedia-anexos.nyc3.digitaloceanspaces.com/batalha_de_sao_borj_revista_strategos_n_1_com_o_25985.pdf. Acesso em: 20 out. 2023.

MARINS, Paulo C. G. Nas matas com pose de reis: a representação de bandeirantes e a tradição da retratística monárquica europeia. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, [S. l.], n. 44, p. 77-104, 2007. DOI: 10.11606/issn.2316-901X.v0i44p77-104. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rieb/article/view/34563>. Acesso em: 15 dez. 2023.

MARINS, Paulo C. G. Uma personagem por sua roupa: o gibão como representação do bandeirante paulista. **Tempo**, v. 26, n. 2, p. 404–429, ago. 2020.

MARQUES DOS SANTOS, Lucas.; MENDES DE BARROS, Laan. Jogos de tabuleiro do Império: board games modernos e a pervasividade do neoliberalismo. **Revista Contracampo**, v. 40, n. 3, 30 dez. 2021.

MCGONIGAL Jane. **A realidade em jogo: por que os games nos tornam melhores e como eles podem mudar o mundo**. Rio de Janeiro: Bestseller, 2012.

MEEPLEBR. **1º Edital de Publicação de Jogo Ligadas na Meeple**. Data: 21 mar. 2021. Disponível em: <https://meeplebr.com/ligadas/Edital.pdf>. Acesso em: 21 out. 2023.

MEEPLETV. **Painel GenCon – Sérgio Halaban e Fel Barros**. YouTube, 2 ago. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YKJDVISHSmY>. Acesso em: 2 jun. 2023.

MELLO, Guilherme X. DE. **Impacto das importações no mercado nacional de brinquedos: 1995 a 2009**. jul. 2012.

MEMÓRIA das armadas que de Portugal passam há Índia. **Acervo da Academia das Ciências de Lisboa**: Manuscritos. Série azul (compras doações e ofertas): n° 588. Disponível em: https://www.acad-ciencias.pt/wp-content/uploads/2021/11/8737551_catalogo-ma.pdf. Acesso em: 05 out. 2023.

MONTEIRO, Charles. Pensando sobre História, Imagem e Cultura Visual. Revista: **Patrimônio & Memória**. São Paulo, Unesp, v.9, n.2, p.3-16, julho-dezembro, 2013.

NAVEGADOR. **Livro de Regras**. Heidenau: PD-Verlag, 2010. Disponível em: https://www.pd-verlag.de/epages/es719366.sf/en_GB/?ObjectPath=/Shops/es719366/Products/9704. Acesso em: 20 out. 2023.

NIEBORG, David B. How to Study Game Publishers: Activision Blizzard's Corporate History. In: SOTAMAA, Olli; SVELCH, Jan. **Game Production Studies**. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2021.

NOWAKOWSKI, Teresa. 14 Fun Facts About Dungeons & Dragons. **Smithsonian Magazine: History**. Washigton: 31 mar. 2023. Disponível em: <https://www.smithsonianmag.com/history/14-fun-facts-about-dungeons-dragons-180981905/>. Acesso em: 20 out. 2023.

OLIVEIRA, Cristiano Chaves de. Dez anos da Conclave Comic Shop e Editora. **RedeRPG**. 14 jan. 2013. Disponível em: <https://www.rederpg.com.br/2013/01/14/dez-anos-da-conclave-comic-shop-e-editora>. Acesso em: 20 out. 2023.

PD-VERLAG. **About us**. PD-Verlag. Disponível em: https://www.pd-verlag.de/epages/es719366.sf/en_GB/?ObjectPath=/Shops/es719366/Categories/AboutUs. Acesso em: 10 nov. 2023b.

PD-VERLAG. **Navegador**. Disponível em: <https://www.pd-verlag.de/Navegador/en>. Acesso em: 20 out. 2023a.

PETER-DÖRSAM. *Home*. Disponível em: <https://www.xn--peter-drsam-xfb.de/>. Acesso em: 14 ago. 2023.

PIAGET, Jean. **A formação do símbolo na criança: Imitação, jogo e sonho, imagem e representação**. Trad. por Álvaro Cabral e Christiano Monteiro Oiticica. 3ª ed., Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

PRADO, Fernando. A. C. **Vossa Excelência - O Jogo Político**. Financiamento coletivo. Disponível em: https://www.catarse.me/vossa_excelencia_jogo. Acesso em: 3 out. 2023.

PRASAD, Mary. **Review: Navegador**. The Opinionated Gamers, 27 fev. 2011. Disponível em: <https://opinionatedgamers.com/2011/02/27/review-navegador/>. Acesso em 15 jul. 2023.

PRÊMIO JoTa. *Home*. JoTa. Disponível em: <https://premiojota.blogspot.com/>. Acesso em: 15 ago. 2023.

PREZOTTI, Marina G.; MARGOTO, Pietro E. **O jogo como uma ferramenta do ensino de história: uma análise da experiência lúdica a partir do jogo “Batalha de Cricaré” no Ensino Fundamental**. In. III Seminário Institucional do PIBID UFES, 2017, Vitória. Anais do Seminário Institucional PIBID/UFES, 2017. p.56-70.

PRICE, Erica. The Sellers of Catan: The Impact of the Settlers of Catan on the United States Leisure and Business Landscape, 1995-2019. **Board Game Studies Journal**, v. 14, n. 1, p. 61–82, 2020.

QUADRADA Tabula. **A realidade das editoras no Brasil: como fazer o mercado de board games crescer?**. YouTube, 23 ago. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wXggZL3cWec&t=4161s>. Acesso em: 2 maio. 2023.

RACINET, Albert. **Le costume historique**: cinq cents planches, trois cents en couleurs, or et argent, deux cents en camaïeu, types principaux du vêtement et de la parure, rapprochés de ceux de l'intérieur de l'habitation dans tous les temps et chez tous les peuples, avec de nombreux détails sur le mobilier, les armes, les objets usuels, les moyens de transport etc. Paris: 1888. Disponível em: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6547976x/f11.item.r=Le%20Costume%20Historique%20Planches%20et%20texte%20sur%20la%20Chine%20uniquement%20Firmin-Didot>. Acesso em: 05 out. 2023.

REGO, Rodrigo. **Contratos para Game Designers**. 13 maio 2019. Disponível em: <https://ludopedia.com.br/topico/31074/contratos-para-game-designers>. Acesso em: 3 out. 2023.

RESCK, Guilherme. **O Brasil nos games nacionais**. Porto Alegre: Editora Fi, 2020.

RIVEIRA, Carolina. O fabuloso mercado de games, que atrairá 2,7 bilhões de usuários em 2020. **Exame**, São Paulo, SP, 13 maio 2020. Disponível em: <https://exame.com/negocios/o-fabuloso-mercado-de-games-que-atraira-27-bilhoes-de-usuarios-em-2020/>. Acesso em: 10 out. 2023.

ROGERSON, Melissa J.; GIBBS, Martin. **Finding Time for Tabletop**: Board game Play and Parenting. *Games and Culture*, v. 13, n. 3, p. 280–300, maio 2018.

SANTOS, Leandro V. V. **A nacionalidade em jogo**: representações do Brasil em jogos digitais. 2012. 141 f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade). – Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/16633>. Acesso em: 26 jun. 2023.

SCHMIDT-MADSEN, Jacob. The Crux of the Cruciform: Retracing the Early History of Chaupar and Pachisi. **Board Game Studies Journal**, v. 15, n. 1, p. 29–77, 2021.

SILVA, Alex. **Simulações históricas e civilizações digitais**: representações do tempo histórico em “Sid Meier’s Civilization”. 2023. 218 f. Tese (Doutorado em História) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2023.

SILVA, Alexandre Pinheiro. **Uma breve história do jogo GO**: das suas origens ao século XXI. 2011. 56 f, il. Monografia (Bacharelado em História) - Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

SIMÕES, Renato. **Home** [página do LinkedIn]. LinkedIn. Disponível em: <https://www.linkedin.com/in/renato-sim%C3%B5es-65938b58/?originalSubdomain=br>. Acesso em: 21 out. 2023.

SOUSA, Micael.; BERNARDO, Edgar. Back in the Game: Modern Board Games. Em: ZAGALO, N. et al. (Eds.). **Videogame Sciences and Arts**. Communications in Computer and Information Science. Cham: Springer International Publishing, 2019. v. 1164, p. 72–85.

SOUSA, Micael. **Jogos que gostava de ter jogado em novembro de 2023**. YouTube, 23 nov. 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AvqdkKN9TEM>. Acesso em: 25 nov. 2023.

SOUZA, Wanessa De. **O imaginário europeu, as visões sobre o “Novo Mundo” e suas gentes**. Disponível em:

<http://www.fafich.ufmg.br/pae/apoio/oimaginarioeuropeuasvisoessobreonovomundoe suasgentes.pdf>. Acesso em 26 ago.2023

STADEN, Hans. **Duas viagens para o Brasil**. Trad. Guiomar Carvalho Franco. Editora da Universidade de São Paulo, 1974.

TRAGÉDIA de Tracunhaém. **Livro de Regras**. Riachuelo Games, 2009. Disponível em: https://ludopedia-anexos.nyc3.digitaloceanspaces.com/tragedia_de_tracunh_livreto_de_regras_26001.pdf. Acesso em: 20 out. 2023.

VYGOTSKY, Lev S. **A formação social da mente: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores**. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

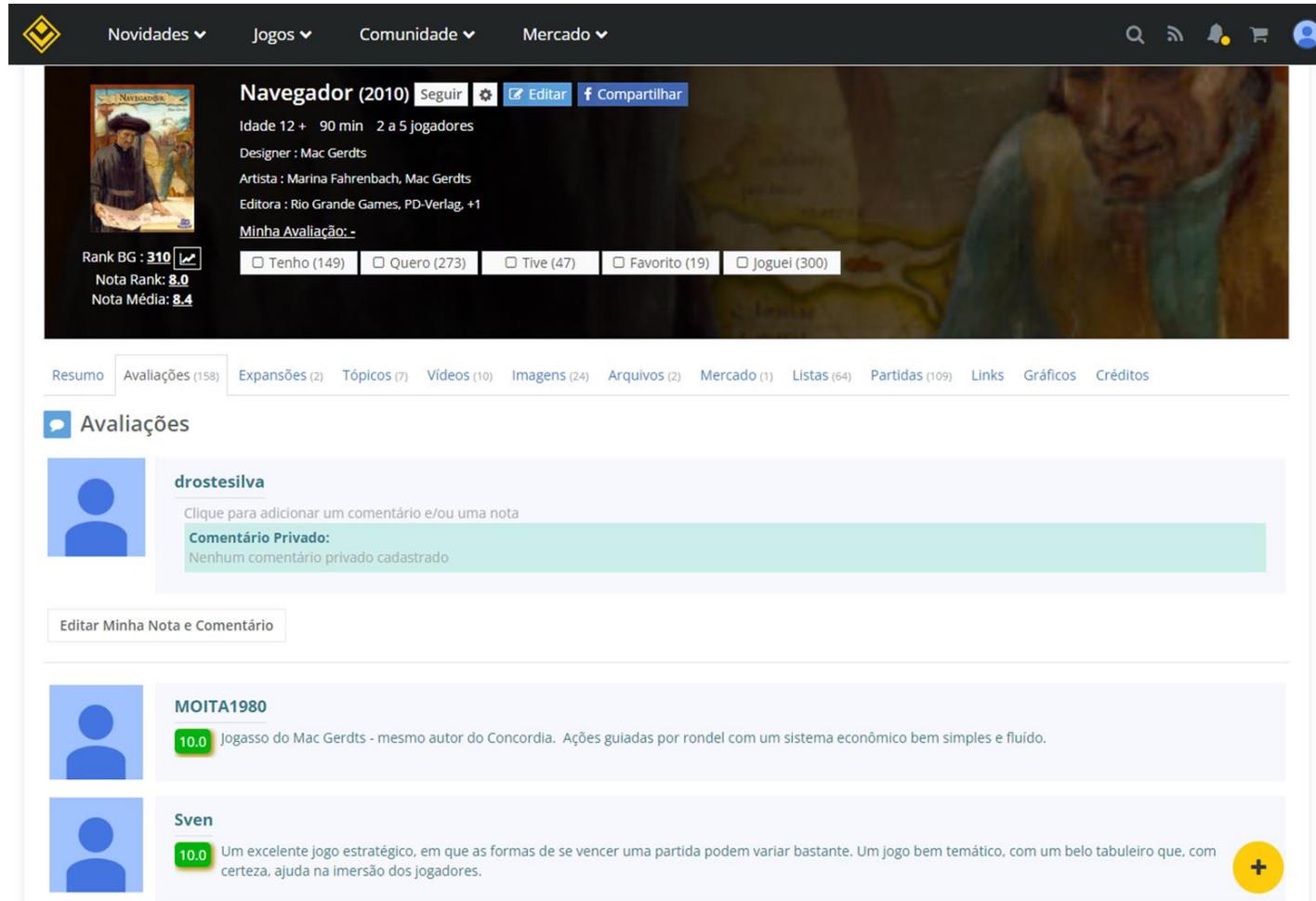
WEBER, Michael. **Mac Gerdts über das Brettspielen Navegador**. Reich der Spiele. 10 out. 2010. Disponível em: <https://www.reich-der-spiele.de/specials/mac-gerdts-ueber-navegador>. Acesso em: 17 ago. 2023.

WOODS, Stewart. **Eurogames: The Design, Culture and Play of Modern European Board Games**. Carolina do Norte: McFarland & Company, 2012.

XIMENDES MARTINS JUNIOR, Domingos S. Memória como voz dos silenciados para os games históricos: outras perspectivas da história em jogo. **Convergências: estudos em Humanidades Digitais**, [S. l.], v. 1, n. 01, p. 110–126, 2023. DOI: 10.59616/conehd.v1i01.84. Disponível em: <https://periodicos.ifg.edu.br/cehd/article/view/84>. Acesso em: 12 dez. 2023.

ZINSLI, Suzanne. **Board Game Licensing Contracts**. The Unpublished Game Network. 2015. Disponível em: <https://unpub.net/board-game-contracts/>. Acesso em: 27 out. 2023.

ANEXOS

Anexo A – Comentários e avaliações sobre o *Navegador* na Ludopedia (15/12/2023)


Novidades ▾ Jogos ▾ Comunidade ▾ Mercado ▾

Navegador (2010) Seguir   Editar  Compartilhar

Idade 12+ 90 min 2 a 5 jogadores
 Designer : Mac Gerdts
 Artista : Marina Fahrenbach, Mac Gerdts
 Editora : Rio Grande Games, PD-Verlag, +1
 Minha Avaliação: -

Rank BG : **310** 
 Nota Rank: **8.0**
 Nota Média: **8.4**

Tenho (149) Quero (273) Tive (47) Favorito (19) Joguei (300)

Resumo Avaliações (158) Expansões (2) Tópicos (7) Vídeos (10) Imagens (24) Arquivos (2) Mercado (1) Listas (64) Partidas (109) Links Gráficos Créditos

Avaliações

drostesilva
 Clique para adicionar um comentário e/ou uma nota
Comentário Privado:
 Nenhum comentário privado cadastrado

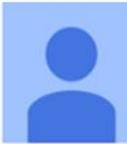
Editar Minha Nota e Comentário

MOITA1980
10.0 Jogasso do Mac Gerdts - mesmo autor do Concordia. Ações guiadas por rondel com um sistema econômico bem simples e fluido.

Sven
10.0 Um excelente jogo estratégico, em que as formas de se vencer uma partida podem variar bastante. Um jogo bem temático, com um belo tabuleiro que, com certeza, ajuda na imersão dos jogadores.



Novidades ▾ Jogos ▾ Comunidade ▾ Mercado ▾

 **WesleyMireli**
10.0 Esse ainda não tem tradução, mas é disparado o melhor dele com a mecânica de rondel inclusive, Imperial, Imperial 2030, Antike e Antike II são praticamente os mesmos jogos com regras alteradas... são bons, mas só funcionam com muita gente e com o grupo certo, já navegador é fantástico, alta interação mas ela não causa o efeito diplomacy (onde todos os outros jogadores lhe excluem do jogo quando vc ta perto de ganhar) bem como possui a melhor mecânica de commodity speculation que já vi...

 **diogocrist**
10.0 Um dos meus favoritos!

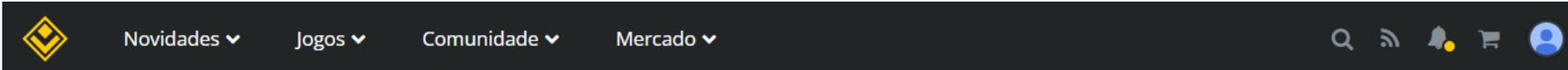
 **yaguiu**
10.0 2017 Gouden Ludo Best Expert Game Nominee
2011 Tric Trac Nominee
2011 Japan Boardgame Prize Voters' Selection Nominee
2011 International Gamers Award - General Strategy; Multi-player Nominee
2011 Golden Geek Best Strategy Board Game Nominee
2010 Jogo do Ano Nominee

 **Jehsilva**
10.0 Melhor Board Game com Rondel que já joguei. Top 5

 **Souzinha**
10.0 Excelente jogo de rondel, euro lindo em todos os sentidos!

 **CRCG**
9.5 Que jogo bacana!!! Super temático, leve, mas com várias possibilidades e estratégia, recomendo muito.





BoardsandBurgers
9.5 Sensacional em todos os sentidos. Mais um surpreendente jogo de Gerdtts. Jogo elegante, com o velhote sistema de rondel que brilhou já no antigo Imperial. Depois do Concordia, o melhor jogo desse incrível designer.

labalbi
9.3 Outra gema do Mac Gerdis. Rondel. Várias formas de pontuar. Tem mercado. Tem hora certa pra fazer as coisas. Sem AP. Tabuleiro em portugues temático e design lindo. Sensacional

michemelem
9.2 Rondel bem implementando, o tema é bem presente. Na minha opinião melhor que o Concórdia, o sistema de flutuação do mercado, de exploração de novos territórios e de avanço para os mares distantes geram uma dinâmica de interação entre os jogadores que o tornam mais pegado e interessante.

Antonioxxx
9.0 Excelente jogo.

Daniel Grisolia
9.0 Muito legal. Recomendo para quem nunca jogou algo do gênero, é ótimo para 'desbravar mares nunca dantes navegados'.

DoctorLuo
9.0 Jogo muito bom. Primeiro contato com a mecânica de Rondel e gostei muito.

PedroAndrade
9.0 Estilo McGerdtts: usa rondel para as ações, simples de ensinar, regras fáceis e sem demora nos turnos. Bem estratégico, várias formas de pontuar e ganhar, a temática de colonização é bem presente e muito bem encaixada no jogo. O mercado enriquece o jogo demais, com a variação de preços em cada rodada. Portar para uma melhor experiência jogue em 4 ou 5. Enfim, um jogasso!



◀
Novidades ▾
Jogos ▾
Comunidade ▾
Mercado ▾
🔍
📶
🔔
🗑️
👤

evieira

9.0 Euro clássico com uma ótima demanda de rondel. O tema das navegações portuguesas funciona muito bem e a ordem do rondel deixa tudo muito apertado.

O jogo compartilha muitos mecanismos com o Concordia, do mesmo autor. Ao mesmo tempo, tem identidade própria e apesar de ser mais simples, é muito divertido, além de ser um pouco mais rápido.

kelvin

9.0 Possui um Rondel que determina as ações para o jogador. Requer estratégia dos participantes para atingir seus objetivos.

⏪ ⏴ 1 2 3 4 5 ⏵ ⏩

LUDOPEDIA

Ludopedia

- Quem Somos
- Fale Conosco
- Apoiador
- Mídia Kit
- API

LudoStore

- Acesso a Loja
- Leilões
- Meeps - Cashback
- Quero Vender
- Ajuda

Políticas

- Termos de Uso
- Política de Privacidade
- Devolução e Reembolso

Redes Sociais

LUDOPEDIA COMERCIO LTDA - ME | CNPJ: 29.334.854/0001-96 | R. Dr. Rubens Gomes Bueno, 395 - São Paulo/SP | contato@ludopedia.com.br

◆
Novidades ▾
Jogos ▾
Comunidade ▾
Mercado ▾

🔍
📡
🔔
🛒
👤

Miguel77

8.7 Mac Gerdts - (PESO: 3.1) - NOMINADO 2010 Jogo do Ano Nominee / 2011 Tric Trac - Mecânicas: Area Movement - Commodity Speculation - TOP 200 BGG

bruno ferreira

8.5 Grande Jogo! bastante estratégico e com muitas possibilidades de vitória. seu tabuleiro e componentes dão um show a parte!

leandrofvaz

8.5 Um ótimo jogo de Mac Gerdts, navegador é um jogo de movimento ponto a ponto, com um sistema de mercado em que há uma flutuação de preços e ações baseadas no seu já "manjado", sistema de rondel. Aqui somos navegadores e devemos descobrir novas terras, fundas colônias, vender mercadorias, construir prédios, etc. Há muitas formas de pontuar, mas vejo que não pode-se ignorar as fichas prestígios, devendo já investir desde o início, visto que esse quesito pontua muito. Navegador é um jogo muito legal, com regras muito simples e bem fácil de ensinar, um pouco linear é verdade, mas muito estratégico. Funciona melhor, a meu ver, com 4 jogadores. Apesar de, na minha opinião, não ter envelhecido tão bem, tendo outros jogos bem melhores atualmente, Recomendo conhecer esse clássico e ele merece a devida importância que tem e teve.

ibleicher

8.5 Mac Gerdts é o autor do que pra mim é uma das maiores obras-primas dos tabuleiros, o Imperial. Depois ele passou a se dedicar a fazer jogos mais na linha dos "euros modernos", que não são muito a minha praia, mas o interessante é que mesmo que eu não seja fã do estilo, ainda assim gosto dos jogos dele. Navegador é um jogo interessante de exploração e comércio com um mecanismo para simular flutuação de preços de mercadorias, que ainda usa o sistema de Rondel. Vale a pena conhecer.

ChrisFerreira

8.5 Muito gostoso de jogar. Regra fácil, e sistema rondel

Davoy

8.5 Me surpreendi com o jogo. Simples e leve. A ideia do mercado proposta no jogo é muito boa. Gostei bastante!

+

Novidades ▾ Jogos ▾ Comunidade ▾ Mercado ▾

augustotenorio
8.5 Gostei, mas tem baixíssima rejogabilidade.

joaoclaudio
8.5 Realmente mais uma obra prima do Mac Gerdts. O mercado é bem interessante e traz uma dinâmica muito gostosa para o jogo.

mario_junior
8.5 Jogo de design limpo e polido. Aqui você vê algumas ideias que foram melhor desenvolvidas no Concordia, que pra mim, apesar de semelhantes em alguns aspectos, ainda é um jogo bem superior.

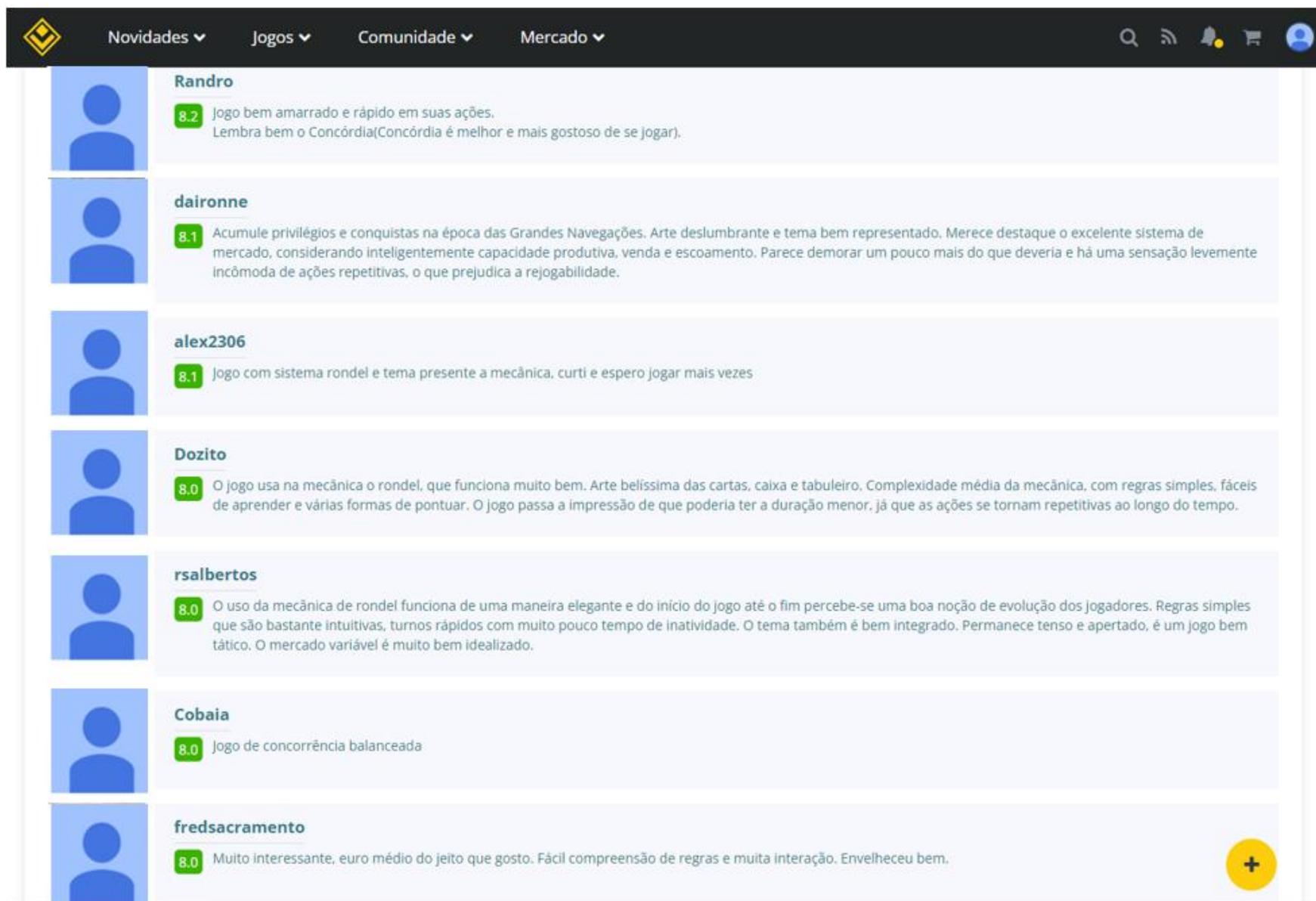
zhidhan
8.5 Jogo simplesmente SENSACIONAL eu fico impressionado como Mac Gerdts entrega muito com tão pouco.

Rodrigo Neves
8.4 Navegador é um jogo muito bem feito e de bela arte, com regras simples e bem fácil de ensinar. O sistema de ações é muito direto e limpo, permitindo baixo AP e quase nenhum downtime. O estilo de seleção de ações é em rondel. É basicamente uma corrida bastante linear pelo mapa. Mas a especulação está lá! O esquema de mercado que desvaloriza com oferta é muito bem idealizado, onde matéria-prima e bens manufaturas tem valorização e depreciação inversamente proporcionais: quando um cai o outro cresce e vice-versa. Temos muitas formas de pontuar, mas o ponto nobre são as fichas de prestígios, que devem ser disputadas desde o início, pois seu peso na pontuação final é muito alto. Funciona melhor com 3 ou 4 jogadores na mesa.

ferezin
8.3 Que belo jogo!!!

FranciscoArena
8.2 O homem do rondel com mais um design de respeito.

+



The screenshot shows a web interface with a dark navigation bar at the top. The bar contains a logo on the left and four menu items: "Novidades", "Jogos", "Comunidade", and "Mercado", each with a dropdown arrow. On the right side of the bar are icons for search, RSS, notifications, a shopping cart, and a user profile. Below the navigation bar is a list of seven user reviews, each featuring a blue profile picture icon, a username, a rating in a green box, and a text review. The reviews are for games named Randro, daironne, alex2306, Dozito, rsalbertos, Cobaia, and fredsacramento. A yellow circular button with a plus sign is located at the bottom right of the review list.

Novidades ▾ **Jogos** ▾ **Comunidade** ▾ **Mercado** ▾

Randro
8.2 Jogo bem amarrado e rápido em suas ações.
Lembra bem o Concórdia(Concórdia é melhor e mais gostoso de se jogar).

daironne
8.1 Acumule privilégios e conquistas na época das Grandes Navegações. Arte deslumbrante e tema bem representado. Merece destaque o excelente sistema de mercado, considerando inteligentemente capacidade produtiva, venda e escoamento. Parece demorar um pouco mais do que deveria e há uma sensação levemente incômoda de ações repetitivas, o que prejudica a rejogabilidade.

alex2306
8.1 Jogo com sistema rondel e tema presente a mecânica, curti e espero jogar mais vezes

Dozito
8.0 O jogo usa na mecânica o rondel, que funciona muito bem. Arte belíssima das cartas, caixa e tabuleiro. Complexidade média da mecânica, com regras simples, fáceis de aprender e várias formas de pontuar. O jogo passa a impressão de que poderia ter a duração menor, já que as ações se tornam repetitivas ao longo do tempo.

rsalbertos
8.0 O uso da mecânica de rondel funciona de uma maneira elegante e do início do jogo até o fim percebe-se uma boa noção de evolução dos jogadores. Regras simples que são bastante intuitivas, turnos rápidos com muito pouco tempo de inatividade. O tema também é bem integrado. Permanece tenso e apertado, é um jogo bem tático. O mercado variável é muito bem idealizado.

Cobaia
8.0 Jogo de concorrência balanceada

fredsacramento
8.0 Muito interessante, euro médio do jeito que gosto. Fácil compreensão de regras e muita interação. Envelheceu bem.

+

Novidades ▾ **Jogos** ▾ **Comunidade** ▾ **Mercado** ▾

🔍 📡 🔔 🛒 👤

Tafurino
8.0 Eurozão muito bom e que necessita planejamento. É um jogo antigo mas ainda se mantém bom hoje em dia. Único ponto fraco dele é a dificuldade de conseguir. Caso consiga uma cópia e seja fã de euros mais "clássicos", vale a pena experimentar.

DiegoBard
7.7 Jogo interessante mas é difícil armar uma surpresa para os oponentes, fazer uma jogada inesperada ou algo assim.

Jeff Soares
7.5 Mac Gerdts possui a qualidade de fazer jogos simples, aparentemente tediosos e rasos surpreenderem em um grande jogo. Cumpre mais uma vez o papel de entregar muita profundidade com simples ações.

ptgarra
7.5 Jogo raro, tive a oportunidade de jogar e gostei bastante. As mecânicas são ótimas, porém vários jogos modernos as adaptaram também de forma excelente.

⏪ 1 2 3 4 5 6 ⏩

Resumo | Avaliações (158) | Expansões (2) | Tópicos (7) | Vídeos (10) | Imagens (24) | Arquivos (2) | Mercado (1) | Listas (64) | Partidas (109) | Links | Gráficos | Créditos

Avaliações



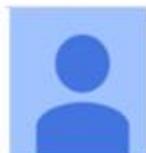
drostesilva

Clique para adicionar um comentário e/ou uma nota

Comentário Privado:

Nenhum comentário privado cadastrado.

Editar Minha Nota e Comentário



tiagovip

7.0

Nele os jogadores são fidalgos investindo em explorar as rotas marítimas e partir de Portugal. Para isso, podem construir barcos, contratar trabalhadores, navegar, colonizar, erigir edifícios para o refino de especiarias, ouro e cana-de-açúcar, vender mercadorias e até mesmo conseguir favores de grandes navegadores - Vasco da Gama, Bartolomeu Dias, Pedro Álvares Cabral, entre outros. É um jogo dinâmico - as ações tendem a serem rápidas uma vez escolhidas e, mesmo em 4, ainda aprendendo, o jogo teve perto da duração prevista de 1 hora. Pelo meio da partida achávamos que havia alguns "caminhos marcados" que eram melhores do que outros (por exemplo: investir em igrejas e estaleiros é melhor do que colonizar e refinar produtos), mas ao final da partida vimos que estávamos errados: não houve 10 pontos separando os primeiros do último!



marciusfabiani

4.0

Jogo de uma chatura extrema, interação do tipo "cheguei na sua frente, otário", fazer um balancete é mais divertido e envolve menos uso de planilhas. Estética "50 tons de marrom", um sonífero poderosíssimo. Do mesmo designer do genial Imperial (vai entender).



albalustro

Mac Gerds [2010 - PD-Verlag]





Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 1 – Térreo
Porto Alegre – RS – Brasil
Fone: (51) 3320-3513
E-mail: propesq@pucrs.br
Site: www.pucrs.br