

**ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO**  
**COMMUNICATION STUDIES**  
**ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN**  
**ÉTUDES EN COMMUNICATION**

REVISTA . REVIEW . REVISTA . MAGAZINE

Nº27 . VOL 2 . DEZ'2018





**EDITORS [EDITORES]**

João Carlos Correia (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Anabela Gradim (Universidade da Beira Interior, Portugal)

**INVITED EDITORS [EDITORES CONVIDADOS]**

Nelson Zagalo (Universidade de Aveiro, Portugal)  
Francisco Merino (Universidade da Beira Interior, Portugal)

**INVITED SCIENTIFIC BOARD [PAINEL CIENTÍFICO CONVIDADO]**

André Barata (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Bruno Mendes da Silva (Universidade do Algarve, Portugal)  
Catarina Moura (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Daniel Ribas (Universidade Católica Portuguesa, Portugal)  
Fátima Chinita (Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal)  
Fernanda Bonacho (Escola Superior de Comunicação Social, Portugal)  
Guilhermina Castro (Universidade Católica Portuguesa, Portugal)  
Herlander Elias (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Jorge Palinhos (Escola Superior Artística do Porto, Portugal)  
José Bidarra (Universidade Aberta, Portugal)  
Luís Costa Nogueira (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Manuela Penafria (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Patrícia Gouveia (Universidade de Lisboa, Portugal)  
Valentina Nisi (Universidade da Madeira, Portugal)

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC BOARD [PAINEL CIENTÍFICO INTERNACIONAL]**

António Fidalgo (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Afonso Albuquerque (Universidade Federal Fluminense, Brasil)  
Alfredo Vizeu (Universidade Federal de Pernambuco, Brasil)  
António Bento (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Ana Serrano Telleria (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Ana Catarina Pereira (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Barbie Zelizer (University of Pennsylvania, USA)  
Catarina Rodrigues (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Catarina Moura (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Cláudia Alvares (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias Escola de Comunicação. Artes e Tecnologias da Informação, Portugal)  
Colin Sparks (University of Westminster, United Kingdom)  
Eduardo Camilo (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Eduardo Meditsch (Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil)  
François Heinderyckx (Université Libre de Bruxelles, Belgique)  
Elias Machado (Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil)  
Francisco Costa Pereira (Escola Superior de Comunicação Social, Portugal)  
Gil Ferreira (Universidade Católica Portuguesa)  
Hélder Prior (Universidade de Brasília, Brazil)  
Helena Sousa (Universidade do Minho, Portugal)  
Ivone Ferreira (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Javier Díaz Noci (Universidad del País Vasco, España)  
Jean Marc-Ferry (Université Libre de Bruxelles, Institut d'Études Européennes, Belgique)  
João Pissarra Esteves (Universidade Nova de Lisboa, Portugal)  
João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Joaquim Paulo Serra (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa, Portugal)  
José Bragança de Miranda (Universidade Lusófona ; Universidade Nova de Lisboa, Portugal)  
Liesbet van Zoonen (University of Amsterdam, Holanda)  
Luís Costa Nogueira (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Manuel Pinto (Universidade do Minho, Portugal)  
Mark Deuze (Indiana University, USA)  
Maria João Silveirinha (Universidade de Coimbra, Portugal)  
Marisa Torres Silva (FCSH, CIMJ, Portugal)  
Mário Mesquita (Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa, Portugal)  
Marcos Palácios (Universidade Federal da Bahia, Brasil)  
Martin Jay (University of California, Berkeley, USA)  
Miguel Rodrigo Alsina (Universitat Pompeu Fabra, Espanha)  
Michael Gurevitch (University of Maryland, USA)  
Nelson Traquina (Universidade Nova de Lisboa, Portugal)  
Nico Carpentier (Vrije Universiteit Brussel - VUB- , Katholieke Universiteit Brussel - KUB)  
Nathalie Zaccai-Reyners (Université Libre de Bruxelles, Belgique)  
Paula Espírito Santo (Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa, Portugal)  
Peter Dahlgren (Lunds Universitet, Sweden)  
Pedro Coelho (SIC, Jornalista ; Investigador)  
Ramón Salaverría (Universidad de Navarra, Espanha)  
Stephen K. White (University of Virgínia, EUA)  
Rosental Calmon Alves (University of Texas, USA)  
Steve Reese (University of Texas, USA)  
Susan Buck-Morss (Cornell University)  
Tito Cardoso e Cunha (Universidade da Beira Interior, Portugal)  
Todd Gitlin (Columbia University, USA)  
Xosé Lópes García (Universidad Santiago de Compostela, Espanha)

**GRAPHICAL DIRECTOR [DIREÇÃO GRÁFICA]**

Catarina Moura

**COLLABORATORS [COLABORADORES]**

Susana Costa, Filomena Matos, António Tomé e Manuela Penafria

**CREDITS [FICHA TÉCNICA]**

© Estudos em Comunicação [Communication Studies] – [www.ec.ubi.pt](http://www.ec.ubi.pt)  
LabCom.IFP – Comunicação, Filosofia e Humanidades [www.labcom-ifp.ubi.pt](http://www.labcom-ifp.ubi.pt)  
UBI – Universidade da Beira Interior – [www.ubi.pt](http://www.ubi.pt)

Universidade da Beira Interior – FAL/LabCom.IFP  
Rua Marquês D'Ávila e Bolama  
6201-001 Covilhã, Portugal

ISSN : 1646-4923

ISSN (suporte electrónico) : 1646-4974

DOI : 10.20287/ec

DOI nº 27, vol. 2 : 10.20287/ec.n27.v2

Semestral periodicity [Periodicidade semestral]

Contacts [Contatos] : [joao.correia@labcom.ubi.pt](mailto:joao.correia@labcom.ubi.pt), [anabela.gradim@labcom.ubi.pt](mailto:anabela.gradim@labcom.ubi.pt)

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



# Index [Índice]

<b>Narrativa, Média e Cognição</b> <i>por Nelson Zagalo &amp; Francisco Merino</i>	1
<b>Narrative-Verse: On Transmedia, Narrative And Digital Media Audiencies</b> <i>por Herlander Elias &amp; Flávio Almeida</i>	3
<b>O recurso ao Transmedia Storytelling para promoção da imagem de uma empresa de design e criatividade</b> <i>por Miguel Nunes Carvalho, Ana Rita Santos &amp; Nuno Filipe da C. Barbosa</i>	17
<b>Educação para a Leitura na Era da Informação: Novas poéticas e estruturas narrativas para o envolvimento do público jovem em atividades de leitura</b> <i>por Juliana Monteiro, Miguel Carvalhais &amp; Carla Morais</i>	33
<b>Narrative games in ergodic media</b> <i>por Miguel Carvalhais &amp; Pedro Cardoso</i>	55
<b>From narrative machines to practice-based research: making the case for a digital Renaissance</b> <i>por Paulo Nuno Vicente</i>	67
<b>Em busca da felicidade: uma narrativa</b> <i>por Luís Mendes</i>	79
<b>O xadrez enquanto narrativa ficcional</b> <i>por Diniz Cayolla Ribeiro</i>	103
<b>Narrativa cinematográfica e realismo indireto: para uma abordagem fenomenológica da narratividade</b> <i>por Filipe Martins</i>	117



# Narrativa, Média e Cognição

Nelson Zagalo & Francisco Merino

Universidade de Aveiro / Universidade da Beira Interior

E-mail: nzagalo@ua.pt / falfmerino@gmail.com

**E**STE número especial da revista Estudos em Comunicação é dedicado à discussão de dados e resultados científicos apresentados no 4ª encontro em "Narrativa, Media e Cognição" decorrido, no ano anterior, na Universidade da Beira Interior. O número inclui ainda contribuições de diversos autores que trabalham neste campo ou participaram em edições anteriores do colóquio, devendo ser encarado como um espelho da investigação que tem sido produzida neste domínio.

Estes encontros, surgiram da constatação da necessidade de discutir os processos narrativos enquanto palco de criação de conteúdos em diferentes media, e simultaneamente pelo reconhecimento da relevância da narrativa na organização de pensamento e conhecimento dos sujeitos e comunidades. O reconhecimento da relevância da narrativa tem décadas no meio académico (Barthes, 1966), de modo que não interessa aqui apenas enfatizar a sua importância, antes se tem procurado discutir a relação que a narrativa vem operando cada vez mais sobre os meios técnicos que as suportam, nomeadamente os media, assim como os modos como os sujeitos criadores e recetores recorrem à organização de informação em modos narrativos para produzirem e compreenderem o conhecimento.

Desta forma, no evento deste ano tivemos o assunto dividido entre estas duas abordagens, o que fica claro no modo como o número especial foi organizado: com uma primeira parte dedicada à discussão dos diferentes media que suportam as narrativas da contemporaneidade, desde o transmedia aos jogos digitais; e uma segunda parte mais centrada na epistemologia pela narrativa, apresentando discussões sobre a implicação da narrativa nos modelos de investigação da comunicação, assim como sobre a imbricação entre forma e conteúdo e como essa tende a condicionar ideologias.

O número abre com um ensaio de Herlander Elias e Flávio Almeida, "Narrative-Verse: On Transmedia, Narrative And Digital Media Audiences", que busca demonstrar como as narrativas, podendo iniciar-se por objetos isolados (ex. um filme) acabam progredindo no tempo e espaço em múltiplos media (ex. televisão, videojogos) que se vão juntando na adaptação e expansão do universo inicial. Ligado a este mesmo ideal de transmedia surge o texto de Miguel Carvalho, Ana Rita Santos e Nuno Barbosa, "O recurso ao Transmedia Storytelling para promoção da imagem de uma empresa de design e criatividade" que assume um posicionamento da narrativa como puro meio

---

A Revista Estudos em Comunicação é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.





para atingir os fins do marketing. Do mesmo modo, e socorrendo-se da forma narrativa evoluída por meio das possibilidades dos novos meios, nomeadamente as práticas de hipertexto e hiper-média, Juliana Monteiro, Miguel Carvalhais e Carla Morais em “Educação para a Leitura na Era da Informação: Novas poéticas e estruturas narrativas para o envolvimento do público jovem em atividades de leitura” defendem o uso das novas formas narrativas para exercer persuasão sobre os leitores mais jovens. A secção termina com um texto de aprofundamento dos aspetos inovadores conferidos pelos novos meios à narrativa com o texto “Narrative Games in Ergodic Media” de Miguel Carvalhais e Pedro Cardoso focado nas possibilidades e limitações das abordagens ergódicas à narrativa.

A segunda secção deste número especial abre com um texto particularmente relevante para o domínio das Ciências da Comunicação, grande domínio em que esta revista científica se insere, dando conta das problemáticas em redor da investigação aplicada ao desenvolvimento, à qual a Comunicação vem sentido necessidades de aproximação, por todas as esferas que se tocam com os media, mas com que tem sentido particulares dificuldades. Paulo Nuno Vicente lança em “From narrative machines to practice-based research: making the case for a digital Renaissance” algumas abordagens assentes na narrativa, que podem vir a servir de guias relevantes para o domínio. Já Luís Mendes opta por analisar a narrativa no seu duplo modo, forma de organização e conteúdo de mensagem, no que acaba por defender a ideia de que a forma impacta a mensagem, em particular, o facto do ser-humano ser tão dependente da função narrativa para compreender o real, impacta o modo como ele acaba a interpretar esse real. Sustentando, em parte, esta ideia temos o texto de Diniz Cayolla Ribeiro que nos dá conta do modo como narrativa permeia totalmente todo um tabuleiro de xadrez, espaço normalmente associado a espectros de informação meramente matemáticos. Por fim, Carlos Filipe Martins, usa uma leitura do cinema enquanto obra narrativa para fundamentar uma leitura fenomenológica do real produzido pelo cinema.

Se o escopo dos textos selecionados para este número especial enquadra um âmbito mais confinado à aplicabilidade da narrativa nos media, e ao seu uso como modelo de produção de conhecimento, o encontro não se fecha nestes. Existe um manancial de interesses que vão para além desta dimensão, desde os domínios dos processos psicológicos subjacentes à criação enquanto processo humano, aos modos usados e desenvolvidos durante séculos no campo da história para dar conta da autobiografia do coletivo e comunitário, passando pelas componentes de foro político que não sobreviveriam sem os modelos narrativos na produção do seu discurso.

Enquanto editores deste número, consideramos que, ainda que focado na demonstração efetiva do que se passou no 4<sup>a</sup> encontro de Narrativa, Media e Cognição e na investigação que tem vindo a ser produzida em torno deste grupo de discussão, este serve todos aqueles que tenham um interesse nestas matérias, que acreditamos poderem vir a encontrar, se não num noutro texto, novas ideias e materiais que servirão as suas pesquisas. Os contributos aqui apresentados são válidos, e esperamos que suficientemente desafiantes para instigar a comunidade na continuação da discussão da narrativa nos media e dos seus processos de cognição.

Barthes, R. (1966). Introduction à l’analyse structurale des récits. *Communications*, 8(1): 1-27.

## Narrative-Verse: On Transmedia, Narrative And Digital Media Audiences

Herlander Elias & Flávio Almeida

LabCom.IFP / UNIDCOM, LabCom.IFP

E-mail: herlanderelias248@gmail.com / email.flavioalmeida@gmail.com

### Abstract

Current trends point at narrative as a way of better doing storytelling, and as a medium in itself to accomplish brand awareness. Works of fiction are empowered by new narratives as they intersect one another through the release of new narrative films, novels, games and TV shows. In the background of today's post-modern reaction to narratives lies the fact of post-modernity declaring the fall of the grand narratives. With no massive narrative to tie ourselves together, we stand vulnerable to narratives provided by films, TV shows, gaming and new novels targeting mass adoption. To better understand this phenom-

ena, we will analyse the Ridley Scott's *Alien* franchise as a case of study to search for how a story can evolve throughout the years and cross the boundaries of cinema to be present in multiple media. The subject of consistency, gender studies, technology, story world, transmedia storytelling and decentralised information will be the subjects of our analysis. One of the utmost important features we can draw as a conclusion is that the mainstream viewer, or the casual gamer, is no more the rule. These days we are all seekers and searchers, not just passive viewers.

Keywords: transmedia; narratology; Ridley Scott; Alien.

### Our Context

CURRENT trends point at transmedia as a way of better doing storytelling and as a medium in itself to accomplish brand awareness. Works of fiction are empowered by new narratives as they intersect one another through the release of new narrative films, novels, games and TV shows. In the background of today's post-modern reaction to narratives lies the fact of post-modernity declaring the fall of the grand narratives. With no massive narrative to tie ourselves together, we stand vulnerable to narratives provided by films, TV shows, gaming and new novels targeting mass adoption. For psychologist Sherry Turkle "(...) there is no simple narrative of 'digital natives' at ease in the world they grew up in. On the contrary. The story of conversation today is a story of conflict on a landscape of clear expectations" (2015, 31). Conversation is exactly what happens

---

Data de submissão: 2017-11-16. Data de aprovação: 2018-04-22.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



to the brands of fiction and the narrative worlds designed by creative writing, and at the same time conversation is the new dialogue with the new narratives. Engagement means we reach out to narratives and stay aware of the unfolding new worlds of narrative that media release. Should we refer to conversations in themselves, and Turkle's arguments, again, prove to be quite useful for she says that "Conversations help students build narratives (...) that will allow them to learn and remember in a way that has meaning for them" (2015, 8). Put another way, dialogue allows people establishing narratives, so the best narratives come from dialogue; the imagination of people bridging the imagination of the creators of narrative universes, what we hereby call of "narrative-verses". This narrative-verses are designed to grow up in size by feeding the audience with clues and puzzles, but also by feeding themselves on the public's imagination and interaction.

We are told by Luc & Vervaeck that in a postmodern description of narrative space "multiplicity" and "metamorphosis" are key-features. They quote Francese, for whom this postmodern space works out as a form of "flux" and "multiperspectivism". Also, author Punday connects both "spatial multiplicity" to "alterity" (apud Luc & Vervaeck, 2005, 113). In this context we may assert that the new narrative-verses perform as spaces of flow, where narratives interconnect by referring to a single semiotic ground, and displaying bridges to many mediums in which the narrative-verse is connected to. As the background is the same semiotic universe, but the bridges outnumber the universe in inputs and outputs, we witness many perspectives and a sort of multiplicity in space, as each and every person interacts with the narrative-verse differently by relying on the media that previously has chosen what we have to consume and understand.

In the pursuit of clues, watching movies frame by frame, searching online for a better understanding, we come across with many challenges, and it is also true we become searchers in a culture of multiple views based on a single macro-narrative. We choose to comprehend better these universes of narrative by assembling parts and decoding the cyphers. In this sense we almost build a macro-theory about it, and each person has its own para-theory on the issues of the narrative-verse. Hyper-theory, on its own, does not explain the big picture. One needs to fit knowledge from several sources in the theoretical framework in order to have the full map, almost entirely, of narrative-verses that seem always unfinished.

One of the features that seems to prepare ourselves to decode massive narratives of fiction is that we have inside ourselves what Freeman calls "a narrative unconscious", which means that each culture has an analogue of our personal unconscious, and it stands related to historical events (apud Jonathan D. Raskin in Bamberg & Andrews, 2004, 318). What this means is that we behave towards narrative worlds of fiction in the same way we find ourselves before historical facts. We tend to find meaning and understanding of the whole chronological big picture. We tie loose ends in order to assemble a framework of meaning so we can see ourselves to fit better in the narrative of the world we live in. As for the narrative-verses the same thing happen, except that media release new narrative worlds, feed us with clues and links so we can assemble the real meaning by purchasing more and more items. The consumer who purchases more episodes, movies, books and games, will have a clearer insight on the wholeness of the story.

Molly Andrews believes that ultimately the power of master narratives derives from their "internalization" (apud Bamberg & Andrews, 2004, 1), which means that we somehow absorb and choose to assimilate in our "narrative unconscious" the parts of the larger narrative-verse we enjoy

most to decode. Ultimately, it is all about how “participants” fit in a world in which there is a process of “identification” between people and the world of fiction (Idem, Ibidem).

Narrative is not the single discourse genre nor it is the only way of rethoric that authors choose to communicate with their audiences. Nevertheless, there is a certain “narrative format” that drives us towards narrative, as especially to narrative-verses. Here we have more options and the stories unfold in the pace we choose to play with. There are many speech genres and ways to do storytelling but narrative provides us with a gameplay that is ideal to feed our “narrative unconscious”. A simple example lies in how we deal with narrative-verses from the scale point of view. Narratives are being reduced to numbers, something similar to wearing wearable computing. Our media track our trajectory and a narrative unfolds based on our performance. The same thing happens with narrative worlds that are massive. But we remain the performers of a situation, we are the searchers and the readers, the decoders and the viewers, the players and the consumers of stories that require the purchasing of many parts before we have a grasp of the full meaning. These worlds are designed by design-fiction, a new procedure to encompass audiences that participate and creators that sort of create a world fit to play with. “You can construct narratives around our numbers”, says Turkle (2015, 91), and she is right. To have a clear picture of what is going on in a narrative-verse one must collect many episodes, sagas, novels published, games released and movies premiered. We become collectors of information that has an hidden meaning. Our goal is to achieve the best understanding out of it.

For Nicholas Taleb, the issue is best understood if we keep in mind that in Greek mythology there were two brothers that somehow highlight the poles of our discussion. It is said that

“In Greek legend, there were two Titan brothers, Prometheus and Epimetheus. Prometheus means “fore-thinker” while Epimetheus means “after-thinker,” equivalent to someone who falls for the retrospective distortion of fitting theories to past events in an ex post narrative manner. Prometheus gave us fire and represents the progress of civilization, while Epimetheus represents backward thinking, staleness, and lack of intelligence” (2012, Book IV, Chapter 14).

As for our context of discussion, we could say that the design-fiction process bears the principle of surrounding us with clues and traces of a massive narrative. This is our promethean side – we look into the future of understanding, we accumulate data and explanations arise. On the other hand, our epimethean side tells us that there is too much information so we should take a look into the past, just in case. In sum, to best decode the whole structure of massive narrative-verses one should look forward (promethean aspect) and also look backward (the epimethean aspect).

### **Narratology And Literature-Space**

For Kevin Kelly, “(...) there is a power in the long form. A self-contained story, unified narrative, and closed argument has a strong attraction for us” (2016, Loc 1497-5810). We are driven by this concept of the self-contained story and the unified narrative, we look for it, we see power in such long form where the so-called narrative format and the “narrative unconscious” get more consistent. Today, we consume narratives on screens. Wherever we stare at, there are

screens with stories, piece by piece there is meaning rising from the scattered parts. A whole universe of meaning makes sense as long as we keep consuming and interacting with screens, books, shows, games and movies. In each screen there is a medium, whether it is a smartphone, a tablet, a phablet, a computer or smart TV. These are the media in which we have connection to the narrative universes. “Those stories will play across screens. Everywhere we look, we see screens” (Idem, *Ibidem*, Loc 1502-5810).

When we deal with the narrative-verses, we behave like players, we accumulate points, we move from one level of understanding to another, we go from amateurs to professionals. We become *connoisseurs*. We are surrounded by new movies, games, apps and books, episodes of fiction that connect to something bigger. Our role here is to become “connectors” of something greater. But Turkle underlines that “Apps [specifically] can give you a number; only people can provide a narrative. Technology can expose a mechanism; people have to find meaning” (2015, 81).

In what concerns narratology authors Susana Onega and José Angel García Landa say “A narrative is the semiotic representation of a series of events meaningfully connected in a temporal and causal way” (in Luc & Vervaeck, 2005, 13); it is exactly this semiotic representation of a series of events that we try to map out in order to fully understand a narrative-verse. We are working out the semiotics in order to feel less overwhelmed by narratology. Simply speaking, narratology is the theory of the narrative text, and a narrative is a sequence of events. The whole problem lies in how we can define an “event” (Idem, *Ibidem*, 2). In narrative-verses, events are the releases of fiction and the contents inside them, being both the media and the storytelling. Also, narratives tend to be held hostage of certain platforms. Take, for instance, books as one platform, gaming consoles as another, movies that we stream as another or TV, too.

For Taleb, there is a certain “Narrative Fallacy: Our need to fit a story, or pattern, to a series of connected or disconnected facts. The statistical application is data mining” (2012, Book VII, Conclusion). Due to the size of the narrative-verses, it becomes a fact that we sort of data-mine everything in order to have a full grasp of the total meaning. The fallacy has to do with the real achievement of understanding, meaning that no matter how much media we may consume, we might never truly understand a narrative-verse, as more perspectives about a certain space of narrative keep rising. On the other hand, the more media we consume the more we keep entitled to become experts in such matters. Besides being searchers, and information-gatherers, we become foremostly consumers. It is said by Kevin Kelly that this conceptual state of imagination one might call it “literature space” (2016, Loc 1322-5810).

We must keep in mind that in this “literature space” the narrative format is king, and there is also the issue of how narratives, so big as the ones in the narrative-verse, are unfinished – an endless narrative. Kelly believes that narratives traditionally made on paper are no more suited for updating and searching (Idem, *Ibidem*, Loc 1364-5810). However, what is happening is that in the absence of a static grand narrative, we find ourselves dealing with a versatile, beta-narrative, a format of narrative designed by design-fiction to allow narrative-verses to grow exponentially. It is all about a sequence of events, stories that provide more bridges than endings; they provide sequels and prequels and gaming situations; they introduce us to puzzles and enigmas. So, as the literature-space gets bigger, so does our comprehension of a certain matter, of a certain narrative-

verse, its ambient world and the characters living on it. What is happening to the literature-space is that the narrative-verse amplifies it with images that are textes in their own. So ultimately everything becomes a larger text, something we may only understand if we resort to more “texts”.

French philosopher Gilles Deleuze said that “For me, a text is nothing but a cog in a larger extra-textual practice. It’s not about using deconstruction, or any other textual practice, to do textual commentary; it’s about seeing what one can do with an extra-textual practice that extends the text. You ask me whether I believe in nomads as an answer” (Deleuze, 2004, 260). And because we rely on more textes, we become “nomads” in Deleuze’s sense, meaning we could have journeys without leaving one place, meaning we could resort to extra-textual material to travel away from the narrative-verse only to find out that we need to go back in order to understand it even better. Literature-space here is an extended text as Deleuze suggests.

In our perspective, movies and games are intertwined. Narratives requiring attention or participation are orbiting these two media. Movies, for instance, have a universe of their own. Author Arlindo Machado says that cinema has learned to tame the pulses with a sort of cultural framework by which it sublimes, corrects, “civilizes” the chaotic narratives forged on the unconscious (1997, 71). Same is to say we have both a narrative and a cinematic unconscious. And having said this, we also should keep in mind that the beta state of narratives provide us more strings to connect to. Lose images invoke our attention, while interactive images summon our participation. The remaining grid comes from text. We are forced to find extra-textual material in order to understand what is going on a movie, TV show, game or book. Machado says that cinema is getting closer and closer from the literary ideal of a narrative controlled in its most minimal details (Idem, Ibidem, 186). But our main concern should be what Luc & Vervaeck call of as “Cyber-narratology”:

“A marginal case, which we will only touch upon, is cybernarratology. This approach is mainly concerned with so-called “hypertexts”; that is, all kinds of digital texts that collect data in a network in which a (potentially infinite) number of nodes are connected to each other in a (potentially infinite) number of ways. Apart from language, graphics, sound, and video material can be part of the hypertext. Well-known examples are video and computer games, multimedia stories, interactive texts, and websites” (2005, 106).

Today, everything is about connectivity, and thus about cyber-narratology, how events of a narrative seem scattered across the fragmented landscape of media. Our role is to connect the dots. We are the builders of the new literary-space, the searchers and consumers, the readers, viewers and gamers that follow the hyper-links in this digital culture. We are looking for meaning. The object is still a text, even in images, these images are a meta-code for texts. “In other words, certain units can be mixed, giving a play of possibilities in the narrative economy” (Barthes, 1993, 97).

### **Rhizomes And Narrativizing**

The narratives we are consuming are more than literary, they are un-centered structures, labyrinths, rhizomes that propagate like horizontal meshes, hyperlinked viruses, connections outnumbering the elements they closely connect. These narratives are also a sophisticated format of

text designed by design-fiction as a way to lead and “mesmerize” consumers with pre-established bridges. Let’s not forget the term “narrativizing – as the activity of engaging in narratives” (Bamberg in Bamberg & Andrews, 2004, 359). Although there is a narrative economy that proves to be quite profitable, we shouldn’t forget that by engaging with these new economies of text we become more imprisoned by their own nexus. We are locked-in consumers. But then again, even cultures must possess narratives (Postman, 1994, 150).

We engage with narratives, narrativizing with extended texts. There is a process from world to word, and then another one from word to world. For science fiction writer Bruce Sterling, the narrative universes are part of design-fiction. They do not come from narrative, story and plot. “He described design-fiction as ‘not a kind of fiction [but] a kind of design. It tells worlds rather than stories’” (Raven & Elahi, 2015, 53). In this sense, what we have inherited is design-fiction-based-worlds, worlds of narrative that surpass stories of their own. It is all a by-product of text. Frissen et al say that “The kinds of narratives we come across (...) in popular culture often have a different form; they are, for example, multimedial, interactive, connected, and open-ended (in Frissen et al, 2015, 34). Their media have outperformed along with text the simple plot. We have to acknowledge that the media we use are all about cyberspace, the place that Gibson describes as a “narrative engine” in which stories unfold, where characters are surrounded by technological gear (Gibson in Neale, 2000). In Bukatman’s point of view, “The subject is deconstructed through the interrelated synaesthetic operations of technology, narrative, and language” (1993, 180), and this very subject is the consumer who is buying more narratives than ever (Gibson, 2010, 21). Lunenfeld, for instance believes narrative surrounds us because it became the new ground (2011, 58).

In the transmedia context, Daniela Sasaki assures that every time we access to a narrative world, we find new entry-points, and we can access to the “big narrative scheme” (2012, 20) too. Also, for Max Giovagnoli there is “narrative contract” that hyperlinks both authors and audiences (2011, 24). Everybody is looking for the master-narrative, the narrative behind it all. What we are looking for is a new “Narrative device” (Newell in JJ Abrams, 2013, 02m17s). What connects us is the narrative engine Gibson spoke about. We want to access to the connector events. “(...) When growing amounts of information are distributed at growing speed, it becomes increasingly difficult to create narratives, orders, developmental sequences. The fragments threaten to become hegemonic” (Eriksen apud Bauman, 2011, 41). And because they are hegemonic in their chaotic form, they fuel the “transmedial worlds” (Scolari, 2009, 588).

The semiotic systems that comprehend the current enhanced storytelling mean that representations in cross-platform narratives perform has a sort of viral, rhizomatic stories, that keep expanding no matter what. The audiences find the new narratives as narrative-engines that drive their curiosity. As for now, a story is no longer just a story anymore. Scolari notices that:

“The story that the comics tell is not the same as that is told on television or in cinema; the different media and languages participate and contribute to the construction of the transmedia narrative world. This textual dispersion is one of the most important sources of complexity in contemporary popular culture” (2009, 587).

What we have here is a contamination of genres, since the story, as Scolari puts it, is not the same regardless of the media type, dispersion is what enforces the audiences to find meaning across a landscape of scattered items. Jay David Bolter also believes that in its simple form, interactive fiction demands only the two items we have identified in electronic writing: episodes (topics) and decisions (links) between episodes (1991, 122). From the audience's point of view everything becomes a question of managing links and connections, finding meaning in-between parts. The public is narrativizing contents, engaging them. What is left is what Hoepker calls "narrative snapshots" (2011, 45), frames from a larger film, pages from a larger book, levels from a larger game. This is why Douglas Rushkoff speaks of the "chaos of a postnarrative world" (2013, Chapter 1, 63-64-564, para.62). As the grand narratives worked out as a historical vest, and they have failed us to avoid holocaust, what is left is that the audience is prey to the predatory space of new narrative-verses provided by the media. New narratives are filling the gap. Transmedia happens to be what unfolds across multiple media platforms (Jenkins, 2006, 95). And somehow we are starting, amidst this fragmented landscape, to look after a "metanarrative" (Hoepker, 2011, 112). There has to be something bigger connecting all the dots.

One thing is sure, "Transnational multimedia conglomerates" (Kawamoto, 2003, ix) are allowing us to collect the many media contents to find meaning across several platforms. In the very core of this new image-text that audiences build along with the media there is meaning rising from the fragments. From the user's point of view, he or she is the key-holder; the user is the effective builder of the narratives in the way that he updates the likely associations in the right sequences. "More and more drama 'texts' are becoming multi-platform experiences, offering the viewer a variety of forms of engagement within the same coherent narrative world" (Evans, 2011, 173). In case there is some inconsistency in the narrative world, the users drop the engagement, but if the result is positive they will continue to push on in order to feel more psychologically immersed.

Jeffrey Sconce [2004] speaks of "world building" as the thing that has allowed for a wholly new mode of narration and that suggests new forms of audience engagement" (apud Evans, 2011, 10). Undoubtedly, the narrative-engines enabled with high-quality contents are driving the audiences. World building is what the audiences are a part of, as they are co-protagonists in the narrative-verses, they notice the attempt of producers in combining both "text" and "context" (Evans, 2011, 6). For Scolari, the issue is relation to ambition: "Now the objectives are much more ambitious; they aim to create a symbolic universe endowed with meaning (...) (in 2009, 599). And this symbolic universe endowed with meaning is simply addicting. We learn from Barthes that, at his time:

"The narratives of the world are numberless. Narrative is first and foremost a prodigious variety of genres, themselves distributed amongst different substances – as though any material were fit to receive man's stories. Able to be carried by articulated language, spoken or written, fixed or moving images, gestures, and the ordered mixture of all these substances; narrative is present in myth, legend, fable, tale, novella, epic, history, tragedy, drama, comedy, mime, painting (think of Carpaccio's Saint Ursula), stained glass windows, cinema, comics, news item, conversation" (1993, 79).



As for now, yes! The narratives are countless, and as Barthes puts it, they are present in a variety of articulated languages and media forms, they are present in many story styles, but the substance, the narrative-engine is what the media producers are getting right in order to get our attention. The rhizomatic form of narrative keeps pushing boundaries and enabling ourselves to be partners in this venture of world building.

### **Case Study: The Ridley Verse**

Considering the diversity of characters and the correlation between them, the Marvel's narrative universe is the world biggest narrative with dozens of movies, comic books, video games and television series. The *Matrix*, although has three feature movies only, could be noted as a complex attempt in the use of transmedia storytelling counting with web-based content, comics, videogames and a series of short animations called *Animatrix*. Nevertheless, considering the life span, the *Alien* franchise is an interesting case of study. The first movie was released in 1979. Since the success of that first movie, numerous videogames versions for multiple platforms, spin off movies (*Alien Versus Predator*) and comic books were released. Even Ridley Scott's *Blade Runner* is considered to share the *Alien's* world narrative. Since the first release, through the trans-media releases, spin offs and the last movie, *Alien: Covenant*, this world narrative has been active for nearly four decades.

In such long period, the issue of consistency comes up. The visual issue is one of the most difficult aspects to deal with. The technology in cinema has evolved a lot since the analogical era of 1970's to the digital standard of today's cinema. Not only the technology involved in the movie making but the technology of everyday life. The prediction of the future in Sci-Fi movies regarding equipments, outfits and technology is frequent. In the end of 1970's the computers are still very expensive machines that were far from being popular and still not able of powerful capabilities. This aspect is very interesting to be analysed in *Alien* and its prequels *Prometheus* and *Alien: Covenant*.

The human technology, although advanced, is still imperfect. To make mistakes is part of the human nature. Thus, beings susceptible to error create machines which are also susceptible to error (Hobo & Elias, 2017, p. 176). These minor errors are presented in glitches on the monitors. As degradation artifacts of tapes on the analogical screens in *Alien* or as digital glitches in *Alien: Covenant*, the consistency of technological failure is an aesthetic guide throughout the narrative world of *Alien*. Due to the time span of the cinematic universe of *Alien*, it is difficult to maintain the technology's visual coherence along the movies. Both of them are prequels in 1979's. *Alien: Prometheus* was released in 2012 and *Alien: Covenant* in 2017.

Before *Alien*, the aesthetic style of sci-fi genre counted on films like *2001: A Space Odyssey*, *Star Trek*, *Star Wars* among others. Actually, in an interview for WIRED (Locke, 2017) Ridley Scott said he was inspired by Stanley Kubrick's HAL 9000 character. The computer was in charge of the spaceship activities and maintenance in *2001: Space Odyssey* and at certain point, it turned against the human crew. Like HAL 9000, the androids David and Ash represented a threat to the crew. The visual standard in these state of the art sci-fi movies from the 1970's usually is the white aseptic environment with high technological and minimalistic equipments. Spaceship

Nostromo, depicted in *Alien*, has the heavy duty of towing a vehicle with a standard technology for the year 2122 AD. There is a darker, more entropic environment where the crew works and a lighter minimalistic one where the higher technological machinery stands. The sleep pods' room in *Alien*, the medical room in *Prometheus* and the Peter Weyland's room in *Alien: Covenant* share the same white, streamlined and minimalistic characteristics. All these characteristics opposes to the biomechanic aesthetic world of the aliens and the engineers created by Hans Ruedi Giger and very well depicted in *Alien: Prometheus* and *Alien: Covenant*. Actually, the biomechanic aesthetic originally idealized by H. R. Giger was always followed by other directors besides Ridley Scott, namely James Cameron in *Aliens* (1986), David Fincher in *Alien 3* (1992) and Jean-Pierre Jeunet in *Alien Resurrection* (1997).

The storyworld of *Alien* franchising although complex has a continuous thread based also on the protagonists. The alien is, for sure, the core of this storyworld, but the androids and the female figure as leading role is very present in most of movies and video games. Ellen Ripley, Elizabeth Shawn and Daniels are the three female protagonists of the *Alien* cinematic world. In video games, Ellen Ripley has appeared in numerous video games adaptations and Amanda Ripley (Ellen's daughter) from *Alien: Isolation* (2014) are the most known characters. *Aliens: Colonial Marines* (2013) story takes place after the *Aliens* (ibid.) events showing a facehugger attached to Ellen Ripley's face. This event helps to explain the origin of the xenomorph in *Alien 3* movie. Both *Alien: Isolation* and *Alien: Colonial Marines* are good examples of the so called new entry-points where they can be accessed by the big narrative scheme regarding the transmedia context (as we cited earlier in this paper). The spin off movie *Alien Vs. Predator* (2004) has Alexa Woods as female protagonist. In a context dominated by muscular male heroes, specially during the 20<sup>th</sup> century, the *Alien* storyworld is a breath of fresh air.

There are different strategies to work with stories to be broadcasted in transmedia. Dowd (2013) cites three of them: adaptation, extension and expansion. Adaptation will retell the story according to the new media requirements. The *Alien* franchise has all of them. The first videogame was released to Atari in 1982 and due to the console technical limitations the story is almost inexistent and the gameplay was very close to *Pac-Man* where the spirits of the ghosts were replaced by aliens and *Pac-Man* was replaced by Ripley.

The extension approach consists, still according to Dowd, of creating new narratives with the pre-existent material without introducing new story elements. In other words, there is no parallel events that relates to the main story. *Alien 3* for SNES and Mega Drive are good examples of such strategy. Finally, *Alien: Colonial Marines* are good examples of the so called new entry-points where they can be accessed by the big narrative scheme regarding the transmedia context (as we cited earlier in this paper). In what concerns the expansion approach, as other transmedia storytelling strategy, it aims to broaden the original story by creating new stories that are related to the original one expanding the storyworld. As Dowd (ibid.) says "We are no longer tied to the specifics of the original story as long as we follow (or at least do not contradict) the established rules of the previous versions of the intellectual property." *Aliens* (1986), *Alien 3* (1992), *Prometheus* (2012), *Alien: Colonial Marines* (2013) and *Alien: Isolation* (2014) are good examples of the expansion strategy.

*Alien* as narrative has been engaging the audiences for decades using multiple media to present its content evolving narrative world. As an anonymous Hollywood scriptwriter once said:

"When I first started, you would pitch a story because without a good story, you didn't really have a film. Later, once sequels started to take off, you pitched a character because a good character could support multiple stories. And now, you pitch a world because a world can support multiple characters and multiple stories across multiple media" (Jenkins, 2006, 136).

The first *Alien* script was created to be a single movie. In the 1970's trilogies or narrative worlds were not the standard in film production. *Alien* has all the three elements cited here: a good plot, a good character (both Ellen Ripley and the alien itself), and now a good story world to be consistent across multiple media along the years.

The marketing approach to *Prometheus* and *Alien: Covenant* is a good example of transmedia use. With a solid story world, Ridley Scott released three short movies to advertise *Prometheus*. One of them shows Peter Weyland being a keynote speaker at TED Talk in year 2023. He talks about the future of human kind and introduces the new era of androids that is about to come. Other video is a kind of promotional one called *Meet David video about David*, the Weyland's most advanced product and the world's first android similar to a human. There is a viral video message about Elizabeth Shaw's memories addressed to Weyland's company. The last piece of marketing is the Project Prometheus website (Prometheus, n.d.) with a myriad of informations that help to extent the movie. For *Alien: Covenant*, the film producers joined forces with AMD to create the Meet Walter website (Meet Walter, n.d.). In this video, they show Walter's inception. It is possible to see they insert an AMD chip on Walter. This is an advertisement both for the *Alien: Covenant* film and the AMD. They used the story world and the hype of this new movie to tell the audience a story that is not in the movie and at the same time mixes fantasy (Alien story world) with reality (AMD is an actual computer company).

Narrative worlds and transmedia storytelling like these are aimed primarily to the seekers who are people who want to interact with the content. They, as Tom Dowd explains (2013), prefer to discover the content seeking in multiple platforms and deepen the immersion in the story world. So, the consistency of stories and the extra informations that help to expand the movie's story are important to maintain the interest of the seekers. These decentralized information should be interesting enough to keep them searching, but at the same time it cannot be crucial for the film plot itself because people who are interested in it must expect the unexpected. On the other hand, other kind of seekers would not understand everything in that particular film plot due to the lack of information. So, balance is needed when media deals with narrative worlds and transmedia storytelling.

## **Discussion And Conclusion**

Amidst the several relevant aspects researched in our study, we may conclude that there are several layers that matter to understand. Firstly, the *Alien* franchise became a transmedia phenomena, and in doing so it managed to survive decades after so many films and videogames releases. It is important to remember that this happens because *Alien* franchise is highlighted as a universe

in itself (with strong connections to the director Ridley Scott) which over time has created a narrative of epic proportions through movies and games, and these have as *leitmotiv* to unfold various elements. Secondly, no matter which film or game is released everything that is new unfolds from the entry-points and the exit points from the original 1979 *Alien* movie. What is most interesting is that layer upon layer of meaning both videogames and movies happen to establish what we may call a “Ridley Verse”. The director himself calls this way of building a narrative the creation of a giant puzzle. This is why people watch the movies and play the videogames. People want an entry-point and thus to be able to comprehend the fullness, the total immersion in the world of *Alien*, its scenarios, protagonists and foes.

As a final conclusion, we must also add that nowadays the mainstream viewer or the casual gamer are no more the rule, and this is of the utmost importance. The new audiences are seekers and searchers at the same time, moving around in this new “cyber-geography”, demanding for new challenging contents, narratives, games, and interacting freely. We pause the frames, we search the web, we tend to pursue entry-points and easter eggs deliberately left over on the movies and games so that we may have access to the grand narrative scheme, as Sasaki points out. Sometimes, just a visual glitch, a sound effect, a texture, or the light design is enough for our immersion in the story to begin. We, as an audience, have changed since we are simultaneously gamers, readers and viewers, and this situation occurred along with the way narrative and storytelling have changed, too. We simply kept up with the current trends in media and cinematic universes.

## References

- Alien* (Ridley Scott, 1979)
- Alien 3* (David Fincher, 1992)
- Aliens* (James Cameron, 1986)
- Aliens: Colonial Marines* (SEGA, 2013)
- Alien: Covenant* (Ridley Scott, 2017)
- Alien: Isolation* (SEGA, 2014)
- Alien Resurrection* (Jean-Pierre Jeunet, 1997)
- Alien Vs. Predator* (Paul Anderson, 2004)
- Anderson, C. (2007). *The long tail: how endless choice is creating unlimited demand*. London, UK: Random House – Business Books.
- Bamberg, M. (2012). *New image frontiers: defining the future of photography*. New York, NY, US / London, UK: Course Technology – CENGAGE Learning.
- Bamberg, M. & Andrews, M. (eds.) (2004). *Considering counter narratives – Narrating, resisting, making sense*. Amsterdam, Netherlands / Philadelphia, Pennsylvania, US: John Benjamins Publishing Company.
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica* [1985], (pp. 239-245) 2<sup>nd</sup> Ed. Barcelona, Spain: Paidós Comunicación.

- Barthes, R. (1982). *Empire of signs*. (Trans. R. Howard). New York, NY, US: Hill and Wang.
- Barthes, R. (n.d.). *Crítica e verdade* [1980]. San Paulo, SP, Brazil: Editora Perspetiva.
- Barthes, R. (1975). *The pleasure of the text* [1973] (pp. 33-35). New York, NY, US: Hill & Wang.
- Baudrillard, J. (1983). *Simulations*. Foreign Agents Series, Trans. Paul Foss, Paul Patton & Philipp Beitchman. New York, NY, US: Semiotext (e).
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Bertens, H. (2005). *The idea of the postmodern* [1995]. New York, NY, US: Routledge.
- Blade Runner* [DVD] (Ridley Scott, 1982)
- Bolter, J. D. & Gruisin, R. (2002). *Remediation: understanding new media* (1999). Massachusetts, Cambridge, MA, US: MIT Press.
- Bosch, T. (2012, March 2). Sci-fi writer bruce sterling explains the intriguing new concept of design fiction. *Future Tense – The Citizen’s Guide to The Future*, US. Retrieved from [www.slate.com/blogs/future\\_tense/2012/03/02/bruce\\_sterling\\_on\\_design\\_fictions\\_.html](http://www.slate.com/blogs/future_tense/2012/03/02/bruce_sterling_on_design_fictions_.html) (Access in May 12, 2016)
- Bukatman, S. (1993). *Terminal identity: the virtual subject in postmodern science fiction*. London, UK: Duke University Press.
- Cardoso, G. (2013). *A sociedade dos ecrãs*. Lisbon, Portugal: Ed.Tinta da China.
- Castanheira, G. (2012, maio). *O Tempo e o Modo*, Episode 3 – Lucrecia Martel. Pop, Filmes, Documentários RTP.
- Castanheira, G. (2012, maio 31). *O Tempo e o Modo*, Episode 4 – Gonçalo M. Tavares. Pop Filmes, Documentários RTP.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1999). *A Thousand Plateaus – Capitalism and Schizophrenia*. (Trans. B. Massumi). London, UK: Athlone Press.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (s.d.). *O Anti-Édipo – Capitalismo e Esquizofrenia*. (Trans. J. M. Varela & M. M. Carrilho). Lisbon, Portugal: Assírio & Alvim.
- Dick, P. K. (s.d.). *Blade runner – perigo eminente* [“sonham os andróides com carneiros eléctricos?” (1968)]. 2<sup>nd</sup> Edition. Mem-Martins, Portugal: Europa-América.
- Dick, P. K. (1968). *Do androids dream of electric sheep?*. London, UK: Grafton.
- Douglas Rushkoff – *Frontline: the persuaders*, PBS (Rachel Dretzin & Barak Goodman, 2004).
- Dowd, T. (2013). *Transmedia Storytelling – A Story for All Screens*. Retrieved from: <http://masteringfilm.com/transmedia-storytelling-a-story-for-all-screens/> (Access in July 12, 2017).
- Elias, H. (2016). *Brandware – When brands and digital media collide*. Australia: Tablo.
- Elias, H. (2014). *The bridge – a transmedia dialogue between tv, film and gaming*. HCI 2014. Heraklion, Crete, Greece, June 22nd-27th.
- Elias, H. (2013). *Post-Web: the continuous geography of digital media*. Odivelas, Portugal: FormalPress.

- Elias, H. (2011). O Gigante fragmentado: públicos e figuras do digital. *Domínio 6 – Publicidade e Comunicação do VII Congresso SOPCOM*, December 15th-17th. Universidade do Porto, Portugal.
- Evans, E. (2011). *Transmedia television: audiences, new media and daily life*. Comedia series, Morley, D. (ed.). New York, NY, US / London, UK: Routledge.
- Flusser, V. (1985). *Filosofia da caixa preta*. San Paulo, SP, Brazil: Hucitec.
- Gibson, W. (2010). *Zero history*. New York, NY, US: G.P. Putnam's Sons. Apple iBook Store ebook version (Access in January 2015).
- Gibson, W. (2003). *Pattern recognition*. New York, NY, US: G. P. Putnam's Sons.
- Giovagnoli, M. (2011). *Transmedia storytelling. Imagery, shapes and techniques*. (Ed. Max Giovagnoli & ECTS Press) . Apple iBook Store ebook version (Access in August 2014).
- Herman, L. & Vervaeck, B. (2005). *Handbook of narrative analysis* [2001]. Lincoln and London, UK: University of Nebraska Press.
- Hobo, F. & Elias, H. (2017). Estética Glitch – O “Erro” Icônico. *Designa 2016 Erro(r)*, (6), 173-182. Retrived from: <http://designa.ubi.pt/> (Access in July 2017)
- Hoepker, K. (2011). *No maps for these territories: cities, spaces and archaeologies of the future in william Gibson*. Amsterdam, Netherlands / New York, NY, US: Editions Rodopi, BV.
- Jenkins, H. (2013). *Spreadable media*. New York, NY, US: New York University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. New York, NY, US: New York University Press.
- Kawamoto, K. (2003). *Media and society in the digital age*. New York, NY, US: Pearson Education Inc..
- Kevin Kelly on How Technology Evolves* (Ted Talks, November, 2006)
- Locke, C. (2017). Ridley Scott Reveals the Origin of his Androids in the Alien Saga. *Wired Magazine*, March. Retrieved from URL: [www.wired.com/2017/03/ridley-scott-video/](http://www.wired.com/2017/03/ridley-scott-video/) (Access in July 10, 2017).
- Lost* (Abrams, J.J. et al., ABC, 2004-2010).
- Lunenfeld, P. (2011). *The secret war between downloading & uploading. tales of the computer as culture machine*. Cambridge, London, UK: MIT Press.
- Lyotard, J.-F. (1979). *La condition post-moderne*. Paris, France: Les Éditions des Minuit.
- Machado, A. (2001). *Máquina e imaginário. O desafio das poéticas tecnológicas* (1993), 3<sup>rd</sup> edition. San Paulo, SP, Brazil: Ed.USP.
- Machado, A. (1997). *Pré-cinema e pós-cinemas*. Brazil: Editora Papirus.
- Meet Walter* (n.d). Retrieved from URL: [www.meetwalter.com](http://www.meetwalter.com) (Access in July 23, 2017)
- Meet No Maps For These Territories* [2000] – William Gibson (Mark Neale, 2000)
- Meet On the Edge of Blade Runner* (Andrew Abbott, 2000).
- Meet Prometheus* (Ridley Scott, 2012)

- Meet Prometheus* (n.d.) Retrieved from URL: [www.projectprometheus.com](http://www.projectprometheus.com) (Access in July 22, 2017).
- Postman, N. (1994). *Meet Tecnopolia – quando a cultura se rende à tecnologia* (1992). Lisbon, Portugal: Difusão Cultural.
- Rushkoff, D. (2013). *Present shock – when everything happen now*. US: Current – Penguin Books. Retrieved from Apple iBooks epub version.
- Sasaki, D. M. (2012). *Transmedia storytelling and lost: path to success*. Master's thesis in digital culture. University of Jyväskylä, Department of Art and Culture Studies, Finlândia. Retrieved from (Access in December 1<sup>st</sup>, 2013).
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, (3), 586-606.
- Scott, D. M. (2011). *The new rules of marketing & PR*. Hoboken, NJ, US: John Wiley & Sons.
- Star Trek's JJ Abrams and Gabe Newell (Valve Software) [JJ Abrams, February 6, 2013]. Opening Keynote – Storytelling Across Platforms: Who Benefits Most, The Audience or The Player?. *DICE Conference*, US. Retrieved from [www](http://www.diceconf.com) (Access in December 22<sup>nd</sup>, 2013).
- Taleb, N. N. (2012). *Antifragile: things that gain from disorder*. iBook ePub version. New York, NY, US: Random House.
- Taleb, N. N. (2010). *The black swan*. New York, NY, US: Incerto, Random House Trade. Amazon Kindle ebook version.
- Total Recall* (Paul Verhoeven, 1990)
- Total Recall 2070: Série 1* (1999) [TV series] (Mario Azzopardi, 1999)
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming conversation – the power of talk in a digital age*. New York, NY, US: Penguin Press.
- Turkle, S. (2011). *Alone together – why expect more from technology and less from each other*. New York, NY, US: Basic Books.
- Turkle, S. (1997). *A Vida no Ecrã*. Lisbon, Portugal: Relógio d'Água.

## O recurso ao Transmedia Storytelling para promoção da imagem de uma empresa de design e criatividade

Miguel Nunes Carvalho, Ana Rita Santos & Nuno Filipe da C. Barbosa

Universidade de Aveiro / Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda / Universidade de Aveiro

E-mail: miguel.carvalho@ua.pt / rita.santos@ua.pt / nunobarbosa@ua.pt

### Resumo

Numa era cada vez mais saturada ao nível de informação e publicidade, é fundamental que as empresas explorem novos e diferentes meios e métodos para atingir o seu público-alvo. Neste artigo analisa-se o recurso ao *Transmedia Storytelling* numa estratégia para a promoção da imagem de uma empresa com o objetivo de promover a sua adoção nas estratégias de promoção empresarial. Para o efeito, analisaram-se os elementos que vários autores sugerem ser necessários em estratégias de *Transmedia Storytelling*. Posteriormente, desenhou-se e produziu-se uma estratégia de *Transmedia Storytelling* para uma empresa de design e criatividade. Numa fase final, esta estratégia foi divulgada e avaliada por um grupo

de pessoas com ligação à empresa e por um grupo de peritos da área do audiovisual. Os dados obtidos permitem obter um conhecimento mais aprofundado sobre a presença de determinados elementos (agrupados por plataformas, participação e experiência) numa estratégia de *Transmedia Storytelling*. Nesse sentido, a investigação desenvolvida contribuiu para apoiar o desenho, implementação e aplicação do *Transmedia Storytelling* na promoção empresarial, tendo revelado que este pode ser um meio relevante e inovador para promover a imagem e os valores que as empresas desejam transmitir aos seus clientes.

Palavras-chave: *transmedia*; *storytelling*; promoção empresarial; websérie; media sociais.

## The use of Transmedia Storytelling to promote the image of a design and creativity company

### Abstract

In an era of an increasingly saturated information and advertising, it is critical that companies explore new, different ways and methods to reach their target. This article aims to analyze the use of a Transmedia Storytelling strategy to promote the image of a company, with the main purpose of its adoption in

the company's branding strategies. Several elements suggested by the authors identified in the literature review were analyzed. A Transmedia Storytelling strategy was designed and produced for a design and creativity company. In a final phase, this strategy was released and evaluated by several stakeholders

Data de submissão: 2017-11-22. Data de aprovação: 2018-10-30.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.





connected to the company and by a group of experts from the audiovisual area. The data obtained allowed a deeper understanding about the presence of certain elements (grouped by platforms, participation and experience) in a Transmedia Storytelling strategy. The research contributes to support the de-

sign, implementation and application of a Transmedia Storytelling strategy for the promotion of a company. The study concludes that the use of Transmedia Storytelling can be a relevant and innovative way to promote the image and values that the companies aim to transmit to their clients.

Keywords: transmedia; storytelling; branding; web serie; social media.

## Introdução

**O** *Transmedia Storytelling* tem vindo a ser utilizado, maioritariamente, em áreas como o entretenimento (com recurso a jogos, filmes, livros, entre outros), embora este possua características que podem promover a sua integração em áreas relacionadas com o marketing e publicidade num contexto empresarial. Neste contexto, o *Transmedia Storytelling* permite criar uma narrativa à volta da própria marca que seja capaz de cativar os utilizadores, possibilitando que uma história tenha um valor e um impacto maiores na comunidade comparativamente a uma mensagem simples (como, por exemplo, de um *spot* publicitário de um produto ou de um *slogan*).

A utilização do *Transmedia Storytelling* pelas empresas para promover a sua imagem parece encontrar-se ainda pouco explorada. Torna-se, assim, pertinente desenvolver mais investigação sobre os aspetos que devem ser considerados no desenho e implementação de estratégias com este objetivo.

O estudo aqui apresentado tem como finalidade promover a utilização do *Transmedia Storytelling* como estratégia de promoção empresarial. Nesse sentido, desenvolveu-se uma investigação em quatro fases: a) conhecer a realidade existente de utilização do *Transmedia Storytelling* como estratégia de promoção de uma empresa; b) definir um conjunto de aspetos fundamentais a considerar no desenvolvimento de uma estratégia *Transmedia Storytelling* com esse objetivo; c) desenvolver uma estratégia para uma empresa de design e criatividade que recorra a várias plataformas e à participação do público; e d) avaliar o potencial dessa estratégia na promoção de imagem de uma empresa de design e criatividade.

## 1. Enquadramento

Sendo o *Transmedia Storytelling* um conceito complexo, a presente secção inicia com uma análise dos subconceitos inerentes. Numa fase seguinte, analisa-se e reflete-se sobre a operacionalização de estratégias de *Transmedia Storytelling*, terminando a secção com a identificação de exemplos de utilização deste tipo de estratégias em âmbito empresarial.

### 1.1. Os conceitos de “Storytelling” e “Transmedia”

O conceito de *Storytelling* deriva da junção das palavras “*Story*” (narrativa) e “*Telling*” (contar, narrar algo). Assim, *Storytelling* pode ser entendido como a capacidade de contar uma determinada história.

As histórias são capazes de transmitir significados, apelar à coesão e criar uma ligação entre e com o público (Lunce, 2011). Além disso, as histórias podem ter também o poder de cativar as pessoas e fazer com que as mensagens sejam transmitidas facilmente (De Clerck, n.d.). Todas estas características fazem com que o *Storytelling* seja utilizado hoje em dia em várias vertentes como a comunicação e a educação (Lunce, 2011). Papadatos (2006) identifica a presença de alguns elementos-chave em narrativas, sendo eles a antecipação (início da história que contém geralmente um sentimento de esperança no futuro), crise (o momento de conflito), ajuda ao longo do percurso (aparecimento de algo que ajuda a reverter a situação) e cumprir o objetivo (final da história com um objetivo cumprido).

Quanto ao termo *Transmedia*, este aparece referido pela primeira vez num estudo realizado por Kinder (1991) sobre a difusão por múltiplas plataformas de narrativas criadas para publicidade dirigida a crianças. Kinder utilizou este termo para caracterizar os complexos sistemas de entretenimento que se organizavam através de meios como filmes, livros, brinquedos e jogos (Johnson, n.d.). O conceito de *Transmedia* surgia, assim, ligado a uma ideia de dispersão organizada de conteúdo por vários meios de comunicação (Jenkins, Clinton, Purushotma, Robison & Weigel, 2006).

Segundo Veglis (2012), existe por vezes a tendência de não diferenciar o conceito de *Transmedia* de *Crossmedia*, embora estes apresentem divergências. No caso do *Crossmedia*, a história, apesar de poder ser contada em diferentes meios (livro, série, filme, jogo, entre outros), é semelhante em todos esses meios (Moloney, 2014), ou seja, cada história presente em cada um dos meios não é independente (Long, 2007). Isto acontece frequentemente quando as empresas publicitam as suas campanhas na rádio, TV ou em cartazes, como é o caso da campanha “*Life*” criada pela Coca-Cola (Moloney, 2014). No caso do *Transmedia*, temos vários elementos de um mundo narrativo que são distribuídos por diversos canais, em diferentes formatos. Este formato pode ser encontrado, por exemplo, numa campanha publicitária lançada na TV, onde a história de cada personagem poderia ser encontrada numa revista e onde se poderia contribuir para a campanha através de ações no seu *website*. Além disso, este formato também se pode encontrar na campanha de promoção relativa ao filme “*Batman Begins*”, da empresa *DC Comics*, em que foram lançados livros de banda desenhada que relatam “*back-stories*” únicas das personagens, complementando a informação presente no filme (Jenkins, 2007). Em síntese, tal como referido por Moloney (2014), “*Crossmedia = One story, many channels. Transmedia = One storyworld, many stories, many forms, many channels*”.

## 1.2. “*Transmedia Storytelling*”: do conceito à operacionalização

Vários anos após surgir o conceito de *Transmedia*, Henry Jenkins no texto “*Transmedia 202: Further Reflections*” de 2011 junta a este o conceito de *Storytelling* (Tenderich, 2014). O conceito de *Transmedia Storytelling* é apresentado como um processo ligado à narrativa e ao processo de contar histórias, onde vários conteúdos são dispersos através de várias plataformas com o objetivo de criar uma narrativa coerente (Jenkins, 2007), o que possibilita a sua integração em várias áreas como a publicidade e o marketing (Tenderich, 2013). Além disso, apesar de cada componente (história) poder ser utilizada, interpretada e consumida de forma individual, existe uma clara rela-

ção entre todas as componentes, criando uma narrativa geral muito mais complexa e coesa (Long, 2007). Baseando-se na definição de Jenkins (2007), seguiram-se outros autores como Scolari (2009), o qual também apresenta o *Transmedia Storytelling* como uma narrativa estruturada com principal destaque para a sua expansão por diferentes tipos de *media*.

Pratten (2015) alerta que no *Transmedia Storytelling* é necessário existir complementaridade na narrativa e que tem de existir um “todo” que é mais satisfatório do que a soma de todas as “partes”. Por exemplo, criar um simples *website* informativo acerca de um programa de TV não faz com que estejamos a criar uma estratégia de *Transmedia Storytelling*.

Tendo em conta as definições de *Transmedia Storytelling* analisadas, verifica-se que existe consenso no que diz respeito ao conceito. Quanto às suas principais características que apresentam uma maior importância para o estudo, considera-se que estas podem ser agrupadas nas três categorias: Plataformas, Experiência e Participação, descritos nos parágrafos seguintes.

Um dos aspetos que mais se destacou na análise do conceito de *Transmedia Storytelling* foi a importância que os canais/*media* assumem, chegando mesmo a participar na formação da palavra “*Transmedia*”. Estes conceitos estão diretamente ligados a um conceito mais abrangente, o conceito de “Plataforma”, que pode ser definido como algo que serve de suporte aos canais/*media* (Pratten, 2015). Exemplos de plataformas são o *YouTube*, um *website*, um livro, entre outros. Só o programa televisivo “*Big Brother*” foi disseminado para plataformas como o *YouTube*, rádio e livros, perfazendo um total de nove plataformas utilizadas (Scolari, 2009).

Para além da possibilidade de abranger um maior número de pessoas, partilhar informação através de várias plataformas permite distribuir um determinado conteúdo em locais específicos, à hora certa, na quantidade certa, potenciado que a experiência se torne mais enriquecedora, coerente e, como tal, mais rentável (Pratten, 2015). Assim, esta partilha da informação por múltiplas plataformas permite ainda que a informação não fique alojada num único local, numa única plataforma, sendo fundamental que se disperse por vários canais ganhando cada vez mais valor (Jenkins, 2009). Além disso, o paradigma de existir um conteúdo que serve para toda a audiência já não se aplica, tornando fundamental a personalização e ajuste às preferências individuais, aos diferentes gostos de cada um dos membros da audiência, não sendo uma plataforma suficiente para satisfazer o que o público pretende (Pratten, 2015).

Quanto à experiência, Long (2007) refere que pode existir uma diferença entre a forma como a audiência experiencia uma narrativa e a forma como a narrativa foi concebida para ser experienciada, ou seja, o tipo de experiência obtida pela audiência pode ser diferente daquele que é suposto quando se está a planear a estratégia, sendo necessário estar atento a este tipo de problemas, principalmente no planeamento deste tipo de estratégias. Alguém que consiga captar todos os pormenores da narrativa presentes em diferentes plataformas irá obter uma melhor compreensão e uma melhor experiência do que uma pessoa que não tenha conhecimento desse tipo de componentes adicionais (Long, 2007). Fiorelli (2015) partilha da mesma ideia e refere que a experiência tem também um papel fundamental nas estratégias de *Transmedia Storytelling*, porque esta é a base para criar interesse e atrair o público.

Jenkins (2003) refere também que ao oferecermos ao público novas experiências estamos a fazer com que a audiência mantenha o interesse em toda a estratégia, aumentando a probabilidade de seguir o desenvolvimento da narrativa, até nas diferentes plataformas.

A participação é um fator destacado por Jenkins et al. (2006). Os autores defendem que nem todos as pessoas vão participar ou têm de participar na experiência, no entanto é fundamental que estes tenham a noção de que podem contribuir e ainda que o seu contributo será valorizado. Também para Pratten (2015), a participação da audiência tem um papel fundamental e decisivo no sucesso de uma estratégia de *Transmedia Storytelling* (ibidem). A importância da participação é igualmente salientada por Jiwa (2016), que refere que a estratégia deve incitar principalmente à participação e só depois incitar a venda de um determinado produto ou marca.

Em síntese, pode-se verificar que existem vários aspetos a ter em conta no planeamento de uma estratégia de *Transmedia Storytelling*. Apesar de não existir um modelo para realizar uma estratégia de *Transmedia Storytelling* de sucesso assumido por todos os autores, os aspetos referidos (relacionados com a construção da narrativa, participação, experiência) podem servir de linha orientadora para tornar uma estratégia mais coesa e viável (Smith, 2009).

### **1.3. O *Transmedia Storytelling* como estratégia de promoção empresarial**

Nos últimos anos, empresas e organizações têm sentido a necessidade de mudar a forma como comunicam com os seus públicos, como transmitem os seus ideais, as suas mensagens, os seus valores, ou seja, a sua promoção empresarial (Roos, 2012). Com o avanço da Internet e das tecnologias de informação, bem como dos *media* digitais, a comunicação passou a ser realizada de “muitos para muitos”, alterando por completo a forma como o mundo comunica e interage (Keller, 2009). Verifica-se, ainda, que alguns meios de comunicação tradicionais, como a televisão, rádio ou jornais, têm vindo a perder o domínio que possuíam há uns anos atrás, estando agora a Internet e os *media* digitais a assumir um lugar de destaque nas estratégias de *branding* (ibidem). Neste cenário, é fundamental conseguir obter a atenção, despertar o interesse e criar diferença, sendo precisamente nesta vertente que o *Transmedia Storytelling* pode ser utilizado (Munõz & Calabuig, 2016).

Um exemplo ilustrativo da utilização deste tipo de estratégia é o da campanha lançada, em 2013, pela *Chipotle*, uma cadeia alimentar Mexicana (Joss, 2012). No seu projeto, a *Chipotle* lançou a curta-metragem “*The Scarecrow*”, cuja história se baseia num espantalho que, depois de se aperceber como é que a comida está atualmente a ser produzida, com vários aditivos e sem existir respeito pelos animais e pelo meio ambiente, decide um dia colher alimentos naturais da sua própria quinta e vendê-los na cidade (Weiss, 2013). Esta curta-metragem foi considerada como uma peça de marketing inovadora, chegando mesmo a obter mais de 17 milhões de visualizações no *YouTube*, e dividiu opiniões entre aqueles que se identificavam com a mensagem do vídeo e outros que criticaram a mesma mensagem como, por exemplo, vários agricultores que acusaram a *Chipotle* de enganar os consumidores, ao retratar de uma forma errada os métodos utilizados na produção de alimentos (ibidem). No entanto, o projeto da *Chipotle* não se ficou apenas pelo lançamento desta curta-metragem. Na realidade, um dos objetivos desta curta-metragem era complementar um jogo lançado também pela *Chipotle*, que possibilitava a interação com a história e, ainda, educar e chamar a atenção dos consumidores para o efeito negativo dos alimentos fabricados, uma vez que neste jogo o objetivo era ajudar o espantalho a derrotar os corvos que tinham a cidade como refém (Weiss, 2013). Por fim, a *Chipotle* lançou ainda um *website* da campanha que

disponibilizava várias informações acerca da curta-metragem e do jogo e dava a conhecer algumas organizações que trabalham sobre o problema versado na campanha.

Com a utilização desta estratégia de *Transmedia Storytelling*, a *Chipotle* conseguiu transmitir a mensagem de ser uma cadeia alimentar com preocupações relacionadas com o meio ambiente. Além disso, ao permitir e incentivar a interação da marca com a audiência, principalmente através do jogo, a *Chipotle* possibilitou o desenvolvimento do *branding* da empresa mesmo após o lançamento de todo este projeto. Não obstante, Kattan (2013) refere que esta estratégia apresenta uma lacuna, que assenta sobre a escolha da história contada pela *Chipotle* por esta se referir a algo triste e sombrio e por poder criar também inimigos devido à mensagem transmitida.

Distinguindo-se um pouco do exemplo anterior, refere-se o caso de uma estratégia de *Transmedia Storytelling* associada à *LEGO*. DeMott (2015) refere que o sucesso da marca *LEGO* teve como primeiro fator a possibilidade de as crianças criarem o seu próprio mundo com os *LEGOs*. Após esse mundo estar bem definido e as crianças se identificarem e se divertirem com ele, torna-se mais fácil envolver a audiência e desenvolver uma narrativa (ibidem). No caso desta estratégia, foram produzidos bonecos das personagens de *Star Wars* e, mais tarde, lançado um jogo dessas mesmas personagens tendo em conta a própria história de *Star Wars*. Mais tarde, surgiram outros jogos como o *LEGO Indiana Jones*, *LEGO Harry Potter* e *LEGO Batman*. Posteriormente, a *LEGO* decidiu criar uma linha de brinquedos com um fio condutor, uma história que fosse capaz de os ligar entre si, tendo surgido a *LEGO Bionicle*, complementando os brinquedos com livros de banda desenhada, jogos, séries e filmes. Todas estas histórias produzidas pela *LEGO* são unidas no *LEGO Movie*, um filme de carácter cómico onde várias personagens já produzidas pela *LEGO* se cruzam (ibidem). Neste caso, estamos perante um exemplo de uma estratégia de *Transmedia Storytelling* adaptada especificamente a um produto, com o objetivo principal de criar narrativas e envolver a audiência nos seus produtos, realizando a promoção empresarial em segundo plano. A principal falha desta estratégia, segundo Wittenberg-cox (2014), está em atribuir uma maior importância aos seus produtos em vez de promover a imagem da empresa, algo evidenciado quando a marca decidiu retirar produtos ligados ao público feminino e aproximar a marca ainda mais ao público masculino.

Por fim, refere-se a estratégia de *Transmedia Storytelling* “O que é que te inspira?” da *Dreamlab*, uma empresa portuguesa ligada às áreas de multimédia e Web design. Através de um projeto de criação coletiva, a *Dreamlab* apelou à criatividade do público ao pedir que as pessoas partilhassem no seu *website*, sob a forma de vários tipos de conteúdo, como vídeo, fotografia e música, o que mais as inspirava. Dessa partilha resultou uma curta metragem cujo argumento, vídeo, personagens, músicas, entre outros, resultaram da partilha dos participantes (Dreamlab, 2010). Além da contribuição através dos conteúdos enviados, os participantes partilharam ainda uma resposta escrita em *post-its* que foram colados por cores numa parede e que, no final, formaram o rosto da Marilyn Monroe. Recorrendo a esta estratégia, pode-se afirmar que a *Dreamlab* conseguiu, utilizando uma estratégia de *Transmedia Storytelling*, promover indiretamente a sua marca uma vez que a marca aparece em segundo plano ao longo de toda a estratégia.

## 2. Desenvolvimento do estudo

O estudo empírico descrito neste artigo foi desenvolvido num contexto específico, o de uma empresa portuguesa de design e marketing digital que atua nas áreas de comunicação, design, marketing digital e criatividade. Constituída na altura do estudo por uma equipa jovem com apenas seis trabalhadores, com idades entre os 18 e os 35 anos e formação nas áreas de design e marketing digital, e atuando numa área tipicamente menos conservadora, considerou-se que as características desta empresa promoviam um contexto propício para o desenvolvimento desta investigação.

O estudo decorreu em três fases. Numa primeira fase teve-se como objetivo conhecer melhor a realidade da empresa de design e criatividade, nomeadamente o uso que faziam de plataformas digitais. Numa segunda fase procedeu-se à conceptualização e prototipagem de uma estratégia de *Transmedia Storytelling* e, ainda, ao lançamento da estratégia, onde o público teve oportunidade de participar. Numa terceira fase do estudo, descrita na secção Avaliação, realizou-se a avaliação da estratégia junto de peritos da área do audiovisual e de pessoas com algum tipo de ligação à empresa.

### 2.1. Estudo do contexto de aplicação do estudo

Antes de se iniciar o desenvolvimento da estratégia, considerou-se importante recolher informações sobre os principais valores da empresa, plataformas digitais mais utilizadas, os seus clientes e público-alvo, bem como recursos humanos disponíveis para integrar a estratégia, por exemplo, como atores. Para isso, aplicou-se um inquérito por entrevista presencial à Diretora da empresa. De uma forma geral, os dados obtidos revelaram que:

- a imagem e os valores que a empresa desejava transmitir aos seus clientes eram juventude, modernidade, eficiência, rigor e profissionalismo;
- os canais de distribuição de informação que a empresa mais utilizava eram as redes sociais Facebook e Instagram;
- quatro trabalhadores da empresa estavam disponíveis para ajudar na concretização da estratégia e que estes poderiam disponibilizar algumas horas durante dois ou três dias.

### 2.2. Desenvolvimento da estratégia de *Transmedia Storytelling*

Os dados obtidos na fase de estudo do contexto, juntamente com as informações que resultaram da revisão de literatura, forneceram informações importantes para a fase seguinte de desenvolvimento da estratégia *Transmedia*, descrita nas subsecções seguintes. A estratégia englobou a produção de uma websérie com três episódios em que a personagem principal era um estagiário. Além disso, ainda se procedeu à criação de uma página de perfil da personagem em três sítios Web de redes sociais diferentes (*Facebook*, *Instagram* e *LinkedIn*) e à sua dinamização.

#### 2.2.1. Pré-Produção

Na fase de pré-produção foram realizadas várias tarefas que serviram para preparar, organizar e decidir aspetos relativos ao conteúdo e à produção da estratégia, destacando-se a escrita do guião.

O objetivo geral era o de realizar uma estratégia com uma linguagem corrente, jovem e com vários momentos cómicos, para promover a vertente de entretenimento e aproximar a estratégia e a personagem ao público. Além disso, no caso em particular da websérie, teve-se em atenção a criação de vários momentos de tensão e de incentivo à participação do público, para manter o interesse da audiência. Optou-se ainda por deixar o desfecho do último episódio em aberto, para que existisse a possibilidade de continuar a estratégia. Além da websérie, o guião da estratégia previa as ações a realizar no *Facebook*, *Instagram* e *LinkedIn*. Considerou-se que seria nestas páginas que se divulgariam pormenores da vida pessoal e profissional da personagem, dando a conhecer a mesma ao público. Além disso, para que a estratégia tivesse impacto logo no lançamento do primeiro episódio, considerou-se que seria importante existir previamente público a seguir a personagem e a sua história nas redes sociais *Facebook*, *Instagram* e *LinkedIn*.

No final desta fase, o guião foi enviado a dois peritos da área do audiovisual e foi aplicado um inquérito por questionário *online*, com o objetivo de recolher feedback sobre possíveis aspetos a melhorar no guião e perceber se, na opinião dos peritos, este continha os elementos requeridos para uma narrativa *Transmedia* bem construída. Ainda nesta fase, realizou-se uma nova entrevista presencial à Diretora da empresa com o objetivo de apresentar o guião da estratégia, bem como obter autorização para avançar na produção da mesma, confirmação essa que foi concedida prontamente. As maiores modificações foram realizadas sobretudo após os questionários de validação do guião junto de peritos da área que, para além de identificarem os pontos menos desenvolvidos da narrativa, facultaram opiniões e ideias importantes para aumentar a qualidade do guião. Considera-se que este momento de recolha de dados proporcionou um aumento significativo da qualidade narrativa, principalmente nos episódios um e dois, e na criação de mais momentos de participação nas páginas das redes sociais. Relativamente à definição dos planos a utilizar, esta foi realizada após uma primeira análise aos locais de gravação. Neste caso, ficou delineado que a gravação dos episódios iria ocorrer na própria empresa e num quarto.

### **2.2.2. Produção**

A fase de produção dividiu-se na produção da websérie e no desenvolvimento dos conteúdos para as plataformas.

No caso da websérie, a necessidade de apresentar um produto visualmente atrativo era elevada, por se ter considerado que este poderia ter um grande impacto no resultado final e na forma como a estratégia seria recebida pelo público, despoletando maior interesse e curiosidade. Tendo em conta os vários aspetos que tinham sido identificados na fase anterior, como o material a utilizar e os planos a realizar, procedeu-se à gravação dos episódios no espaço da empresa e no quarto onde participaram 4 pessoas, das quais 3 delas trabalhadores da empresa e com idades compreendidas entre os 25 e os 35 anos, e um outro jovem elemento de 23 anos, sem qualquer ligação à empresa, que desempenhou o papel principal. Procedeu-se, depois, à montagem dos mesmos, tendo-se optado por criar episódios de planos rápidos, com o objetivo de atribuir dinâmica à websérie e de acompanhar as ações e situações da personagem.

Depois desta fase, procedeu-se à criação das páginas de perfil da personagem nas diferentes plataformas, nas já referidas redes sociais *Facebook*, *Instagram* e *LinkedIn*.

### 2.2.3. Pós-Produção

Depois de ter sido efetuada a montagem dos episódios da websérie, procedeu-se à sua edição, onde se efetuou principalmente o equilíbrio de cores e sonorização.

Relativamente ao equilíbrio de cores, este incidiu sobretudo em cores quentes como o laranja e amarelo. Foi criado um realce nestas duas cores maioritariamente nos planos na empresa, devido à elevada quantidade de luz presente no espaço.

A seleção das músicas a utilizar dependeu de fatores como o tipo de ação que estava a ocorrer, a dinâmica e os momentos de mudança de planos. No entanto, foram selecionadas, maioritariamente, músicas de estilo pop e rock, alegres e enérgicas.

### 2.2.4. Resultado final

Os processos de pré-produção, produção e pós-produção resultaram na criação de uma estratégia *Transmedia* constituída por uma websérie com três episódios lançados no Youtube e por um conjunto de conteúdos disseminados em redes sociais.

Nas páginas de perfil da personagem (*Facebook*, *Instagram* e *LinkedIn*) foi previamente lançada informação pessoal e profissional da personagem, de modo a construir um *background* da personagem. De seguida, foi lançado o primeiro momento de participação no *Facebook*, onde o público pôde decidir o que a personagem principal deveria vestir para ir à reunião, se algo mais “desportivo” ou mais “formal”. Depois de se saber a opção mais votada pelo público nesse momento de participação, foi lançado o primeiro episódio da websérie (figura 1).



Figura 1. Imagens do Episódio 1 da Websérie

Neste episódio, a personagem principal, Hugo Vasconcelos, vai a uma reunião na empresa para se apresentar e mostrar as suas competências. Hugo passa por algumas peripécias durante a reunião, sendo que no fim acaba por ficar na empresa, tendo de se apresentar no dia seguinte.



Passadas 24 horas, foi lançado no *Facebook* o segundo momento de participação (figura 2), em que se pediu ao público que escolhesse as horas a que a personagem principal deveria acordar para ir trabalhar tendo sido lançado o segundo episódio da websérie de acordo com o resultado mais votado.



Figura 2. Segundo momento de participação do público que ocorreu no *Facebook* da personagem

Neste episódio é dado o primeiro trabalho a Hugo Vasconcelos que consistia na criação de um logótipo. No entanto, um pequeno acidente faz com que Hugo não consiga apresentar o seu primeiro trabalho e tenha de ir para casa arranjar uma solução. O terceiro momento de participação ocorreu no Instagram, em que o público pôde escolher qual o logótipo que achava que Hugo deveria apresentar. Mais uma vez, de acordo com a opção mais votada pelo público, foi lançado o terceiro episódio da websérie, onde Hugo apresenta o logótipo vencedor à diretora da empresa e ao seu cliente. Enquanto se dava a reunião com o cliente, Hugo desenha uma caricatura do cliente e uma troca de folhas faz com que este leve a folha da sua caricatura em vez de levar a folha com o logótipo para apresentar aos seus sócios.

No caso do *LinkedIn*, desde o início da estratégia que o público poderia atribuir competências a Hugo Vasconcelos e, nesse caso, receberia uma mensagem (via *LinkedIn*) com informações exclusivas acerca dos momentos de participação (como data, hora a plataforma onde estes iriam acontecer) e ainda com um agradecimento de Hugo.

### 3. Avaliação do produto final

Com o objetivo de pessoas com ligação à empresa (clientes ou funcionários) avaliarem a estratégia, foi aplicado um questionário *online* a pessoas com esse perfil, sugeridas pela Diretora da empresa. Este questionário foi aplicado após ter sido previamente testado por uma pessoa selecionada por conveniência, com características semelhantes às dos participantes.

No final, o questionário continha as seguintes secções:

- Uma primeira secção com um texto introdutório com uma sucinta explicação do conceito de *Transmedia Storytelling*, finalidade do estudo e indicação dos links de todos os episódios e páginas de perfil da personagem, para que os participantes pudessem observar todos os pormenores da estratégia, caso não o tivessem feito à medida que a estratégia foi sendo publicada. Além disso, esta secção pretendia recolher informações acerca do perfil dos participantes (idade, empresa que representava e funções aí desempenhadas).
- Segunda secção com aspetos específicos relacionados com a estratégia, tal como a qualidade global da mesma, a avaliação da experiência obtida pelos participantes, avaliação dos momentos de participação e opinião sobre a adequação das plataformas utilizadas.

Responderam a este questionário seis pessoas, três do sexo feminino e três do sexo masculino, com idades compreendidas entre os 21 e os 40 anos. Destas seis pessoas, quatro eram funcionários da empresa e as restantes duas pessoas clientes da mesma.

Foi também aplicado um inquérito por questionário (*online*) a peritos da área do audiovisual, com o objetivo de contribuir também para a avaliação do produto final. Este questionário era constituído também por duas secções:

- Uma primeira secção com um texto introdutório e explicativo acerca da investigação e duas questões relativas ao perfil dos inquiridos (idade e atividades profissionais desempenhadas relacionadas com o *Transmedia Storytelling*).
- A segunda secção pretendia recolher a opinião sobre a qualidade de toda a estratégia, dos momentos de participação e envolvimento do público na estratégia.

Este questionário foi aplicado após ter sido previamente testado por um perito selecionado por conveniência, com características semelhantes às dos indivíduos participantes. Neste caso, e devido à reduzida quantidade de peritos disponíveis, as suas respostas foram também consideradas, após não se ter identificado qualquer questão preocupante na construção do questionário. Responderam a este questionário quatro peritos da área do audiovisual, todos eles do sexo masculino e com idades compreendidas entre os 31 e os 50 anos.

#### **4. Apresentação e discussão dos resultados**

A partir da análise das respostas dos questionários realizados, apresentam-se e discutem-se os principais resultados obtidos.

De acordo com a opinião global dos peritos, o *Transmedia Storytelling* possui um enorme potencial para promoção empresarial, tal como defendido por vários autores como De Clerck (n.d.), o que reforçou a importância deste estudo.

Todos os clientes ou funcionários da empresa indicaram nunca ter participado previamente numa estratégia de *Transmedia Storytelling*, sendo ou não associada à promoção de uma empresa. Este grupo também não identificou exemplos deste tipo de estratégias ligadas à promoção empresarial, remetendo para a ideia de que o *Transmedia Storytelling* é, de facto, ainda pouco utilizado na promoção empresarial (Munõz & Calabuig, 2016). A maior parte dos inquiridos (9 em 10) que participaram neste estudo considerou que poder participar na estratégia foi algo capaz de criar diferença e destaque em relação a outros tipos de estratégias e que esta estratégia contribuiu para criar

uma maior ligação de proximidade com a empresa. Esta ideia de que a participação dos utilizadores é essencial para aproximar a audiência do produto e, assim, para o sucesso de uma estratégia *Transmedia Storytelling* é defendida por vários autores como Pratten (2015) e Jiwa (n.d.).

A investigação revelou que a criação de momentos de participação numa estratégia *Transmedia Storytelling* para promoção empresarial é algo fundamental e deve ser realizada tendo em conta:

- A necessidade do público sentir que o seu contributo na estratégia é valorizado (Jenkins et al., 2006) e a necessidade de a participação do público ter impacto na narrativa (Pratten, 2015);
- As características do público-alvo, adaptando a forma de participação e linguagem utilizada, tal como defende Pratten (2015);

Relativamente às plataformas que obtiveram mais utilizadores, estas foram o *Facebook* e o *Instagram*. Isto pode estar relacionado com a facilidade de interação do público com as publicações (através de apenas um *click*), o que possibilitou uma rápida resposta da audiência, e também com o facto de serem as redes sociais mais utilizadas pela empresa. Por outro lado, o *LinkedIn* mostrou-se uma plataforma inapropriada nesta estratégia uma vez que nenhum participante procurou a personagem nessa mesma rede social, provavelmente pelo facto de as pessoas associarem a esta plataforma uma finalidade mais profissional e ser mais difícil de explorar e divulgar.

Relativamente à adequação do conteúdo das plataformas utilizadas à estratégia, dois dos quatro peritos referiram que o conteúdo foi bem selecionado e adequado. Para esta seleção foi fundamental, não só as indicações dadas pela Diretora da empresa na entrevista de planeamento da estratégia, mas também, informações recolhidas em algumas fontes de pesquisa que atribuíam ao conteúdo de cariz cómico uma maior facilidade para a partilha de conteúdo e identificação com o público.

Algumas características das plataformas utilizadas nesta estratégia, como serem familiares ao público-alvo da estratégia, a sua capacidade de estimular a interação e, ainda, a capacidade de facilitar a participação na estratégia foram, no questionário final, destacadas por 7 dos 10 participantes.

No que se refere à escolha das plataformas a utilizar numa estratégia *Transmedia Storytelling* para promoção empresarial, os dados revelam que esta deve ser realizada tendo em conta:

- A opinião de quem conhece a empresa, os seus valores e os meios que esta utiliza para comunicar com o público;
- As plataformas onde se encontra a maioria do público alvo da estratégia, tal como defende Pratten (2015);
- As características de cada plataforma, como a adequação da plataforma ao tipo de conteúdo, como defende Spaulding (2012), e a capacidade de dispersão do conteúdo, tal como defende Jenkins (2009);

Relativamente à experiência adquirida pelos participantes, a não participação em tempo real na estratégia de grande parte dos inquiridos (9 em 10) é um outro fator que pode ter influenciado a experiência adquirida, sabendo da relação de dependência existente entre a participação e a qualidade da experiência obtida já analisada anteriormente neste estudo. O estudo corroborou que a experiência adquirida pela audiência depende de vários fatores. A obtenção de sentimentos positivos pode implicar uma maior identificação e interesse na empresa e, assim, contribuir para o

sucesso da estratégia na promoção empresarial, tal como é defendido por Fiorelli (2015). Para obter uma experiência positiva numa estratégia *Transmedia Storytelling* para promoção empresarial, o estudo revelou que se deve ter em conta:

- Que o tipo de experiência obtida pelos utilizadores pode ser diferente da experiência que se deseja transmitir, não proporcionando a experiência desejada (Long, 2007);
- Uma expansão eficaz do *background* da personagem, partilhando informações interessantes, que façam com que o público ganhe afinidade com a mesma e mantenha o interesse, tal como defendido por Jenkins (2003);
- Desenvolvimento de uma estratégia com qualidade visual e técnica;

Como nota final, verificou-se que ao longo da própria publicação e execução da estratégia o feedback recebido foi positivo, tanto por aqueles que participaram pelo menos num momento de participação, que se sentiram como parte importante da estratégia e com poder de decisão, como por aqueles que não chegaram a participar de forma direta, que também se sentiram cativados e interessados na estratégia e na narrativa, mesmo não tendo dado o seu contributo.

## Conclusão

Retomando o objetivo principal desta investigação de identificar que elementos devem fazer parte de uma estratégia *Transmedia Storytelling* capaz de promover a imagem de uma empresa de design e criatividade, apresentam-se esses elementos agrupados em três áreas: plataformas, participação e experiência. Este estudo permitiu ainda corroborar a ideia de que existe ainda uma baixa utilização do *Transmedia Storytelling* como estratégia de promoção empresarial, sendo necessária uma maior exploração nesta vertente.

Em relação à finalidade deste estudo – fomentar a utilização do *Transmedia Storytelling* como estratégia de promoção empresarial – considera-se que o estudo desenvolvido permitiu conhecer melhor as potencialidades que este tipo de estratégia pode ter na promoção empresarial. O estudo revelou o potencial de envolvimento do público com a empresa e, ainda, o grande potencial de difusão da estratégia e de abranger vários tipos de público, devido à utilização de múltiplas plataformas.

Relativamente às limitações do estudo, uma das limitações foi não se ter conseguido um maior número de participações, provavelmente relacionado com a necessidade de os inquiridos terem que seguir a estratégia quase em tempo real.

Destacam-se ainda limitações no que diz respeito ao material necessário para efetuar as gravações, uma vez que se verificou uma indisponibilidade na utilização de uma “*steady cam*”, diferentes lentes e câmaras, e ao nível de recursos humanos disponíveis, uma vez que era necessária a participação de trabalhadores da empresa na gravação dos episódios e revelou-se difícil conciliar horários. Verificaram-se, ainda, limitações ao nível de espaços de gravação, uma vez que a grande parte dos episódios foram gravados na empresa onde, para além de não existir muito espaço, os trabalhadores encontravam-se a assumir as suas funções nesse local, influenciando também a sua disponibilidade. As limitações temporais inerentes a uma investigação também foram preponderantes no que diz respeito ao planeamento da informação disponibilizada nas plataformas. Com mais tempo para investir nas plataformas seria, possivelmente, mais fácil arranjar quer mais segui-

dores para as páginas da personagem quer aprofundar a personagem e a estratégia nas diferentes plataformas, aumentando possivelmente o interesse e ligação do público com a personagem e, assim, contribuir para um aumento da qualidade da experiência obtida.

O facto de a estratégia desenvolvida não ter sido efetivamente adotada e não ter passado a fase de protótipo também se apresenta como uma limitação. No entanto, por estas estratégias se tratarem de algo que requer muitos recursos temporais e humanos, a realização do protótipo foi a única forma de tornar possível a realização deste estudo.

Para trabalhos futuros, propõe-se um novo ciclo de desenho e implementação de uma estratégia *Transmedia Storytelling* para outro tipo de empresas, permitindo assim contribuir para haver mais conhecimento sobre a aplicação do *Transmedia Storytelling* num contexto empresarial.

### Referências Bibliográficas

- De Clerck, J.-P. (n.d.). Using storytelling to strengthen your brand. Retirado de [www.i-scoop.eu/using-storytelling-strengthen-brand/](http://www.i-scoop.eu/using-storytelling-strengthen-brand/) (8 de novembro de 2016).
- DeMott, R. (2015). How transmedia made lego the most powerful brand in the world. Retirado de [www.awn.com/animationworld/how-transmedia-made-LEGO-most-powerful-brand-world](http://www.awn.com/animationworld/how-transmedia-made-LEGO-most-powerful-brand-world) (8 de novembro de 2016).
- Dreamlab. (2010). O que é que te inspira?. Retirado de [www.behance.net/gallery/17294147/dreamlab-o-que-que-te-inspira](http://www.behance.net/gallery/17294147/dreamlab-o-que-que-te-inspira) (20 de outubro de 2017).
- Fiorelli, G. (2015). Transmedia storytelling: the complete guide. Retirado de [www.stateofdigital.com/complete-guide-transmedia-storytelling/](http://www.stateofdigital.com/complete-guide-transmedia-storytelling/) (22 de novembro de 2016).
- Jenkins, H. (2003). Transmedia storytelling. Retirado de [www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/](http://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/) (23 de novembro de 2016).
- Jenkins, H. (2007). Transmedia storytelling 101. Retirado de [http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html) (23 de novembro de 2016).
- Jenkins, H. (2009). If it doesn't spread, it's dead (part one): media viruses and memes. Retirado de [http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if\\_it\\_doesnt\\_spread\\_its\\_dead\\_p.html](http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html) (23 de novembro de 2016).
- Jenkins, H.; Clinton, K.; Purushotma, R.; Robison, A. J. & Weigel, M. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21 century. *macarthur*, 21. Retirado de <https://doi.org/10.1108/eb046280> (24 de novembro de 2016).
- Jiwa, B. (n.d.). The purpose of brand storytelling. Retirado de <http://thestoryoftelling.com/purpose-brand-storytelling/> (4 de dezembro de 2016).
- Johnson, D. (n.d.). A history of transmedia entertainment. Retirado de <http://spreadablemedia.org/essays/johnson/#.wdwo4qklsqg> (18 de novembro de 2016).
- Joss, E. (2012). The beginner's guide to brand storytelling. Retirado de [www.xcellentmedia.co.za/blog/beginners-guide-brand-storytelling/](http://www.xcellentmedia.co.za/blog/beginners-guide-brand-storytelling/) (22 de novembro de 2016).

- Kattan, O. (2013). Chipotle's scarecrow ad: transmedia storytelling win. Retirado de [www.brandstudies.net/2013/09/21/chipotle-scarecrow-ad-transmedia-storytelling-win/](http://www.brandstudies.net/2013/09/21/chipotle-scarecrow-ad-transmedia-storytelling-win/) (6 de dezembro de 2016).
- Keller, K. L. (2009). Building strong brands in a modern marketing communications environment. *Journal of Marketing Communications*, 15(2-3): 139-155. Retirado de <https://doi.org/10.1080/13527260902757530> (23 de novembro de 2016).
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games*. Londres: University of California Press.
- Long, G. A. (2007). Transmedia storytelling: business, aesthetics and production at the jim henson company. comparative media studies. massachusetts institute of technology. Retirado de <http://cmsw.mit.edu/transmedia-storytelling-jim-henson-company/> (24 de novembro de 2016).
- Lunce, C. (2011). Digital storytelling as an educational tool. *Indiana Libraries*, 30(1). Retirado de <http://journals.iupui.edu/index.php/indianalibraries/article/viewfile/1920/1832> (5 de dezembro de 2016).
- Moloney, K. (2014). Multimedia, crossmedia, transmedia... what's in a name?. Retirado de <https://transmediajournalism.org/2014/04/21/multimedia-crossmedia-transmedia-whats-in-a-name/> (27 de novembro de 2016).
- Munõz, P. & Calabuig, D. (2016). Transmedia storytelling. Retirado de [www.thebcma.info/transmedia-storytelling/](http://www.thebcma.info/transmedia-storytelling/) (12 de dezembro de 2016).
- Papadatos, C. (2006). The art of storytelling: how loyalty marketers can build emotional connections to their brands. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7): 382-384. Retirado de <https://doi.org/10.1108/07363760610712902> (5 de dezembro de 2016).
- Pratten, R. (2015). *Getting started with transmedia storytelling a practical guide for beginners* (2nd ed.). Createspace Independent Publishing Platform.
- Roos, C. (2012). *Producing transmedia stories – a study of producers, interactivity and prosumption*. Malmö University. Retirado de [https://dspace.mah.se/bitstream/handle/2043/13930/exa\\_mensarbete\\_cecilia\\_roos\\_2.pdf;sequence=2](https://dspace.mah.se/bitstream/handle/2043/13930/exa_mensarbete_cecilia_roos_2.pdf;sequence=2) (5 de dezembro de 2016).
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3(0): 586-606. Retirado de <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477> (23 de novembro de 2016).
- Smith, A. M. (2009). *Transmedia storytelling in television 2.0*. Middlebury College. Retirado de <http://sites.middlebury.edu/mediacp/> (5 de dezembro de 2016).
- Spaulding, E. (2012). *Transmedia storytelling: principles, practices, and prototypes for designing narrative experiences with the audience*. Carnegie Mellon University. Retirado de <http://repository.cmu.edu/theses/31> (22 de novembro de 2016).
- Tenderich, B. (2013). Design elements of transmedia branding. *USC Annenberg Innovation Lab*: 1-10. Retirado de [www.edee.gr/files/white\\_papers\\_cases\\_articles/design\\_elements\\_of\\_transmedia\\_branding.pdf](http://www.edee.gr/files/white_papers_cases_articles/design_elements_of_transmedia_branding.pdf) (5 de dezembro de 2016).

- Tenderich, B. (2014). *Trans media branding* (1st ed.). Frankfurt: Eimo, Europäisches Institut für Medienoptimierung. Retirado de [www.eimo.org/bilder/transmedia.pdf](http://www.eimo.org/bilder/transmedia.pdf) (5 de dezembro de 2016).
- Weiss, E. (2013). What does “the scarecrow” tell us about chipotle?. Retirado de [www.newyorker.com/business/currency/what-does-the-scarecrow-tell-us-about-chipotle](http://www.newyorker.com/business/currency/what-does-the-scarecrow-tell-us-about-chipotle) (23 de novembro de 2016).
- Wittenberg-cox, A. (2014). LEGO’s Girl Problem Starts with Management. Retirado de <https://hbr.org/2014/09/legos-girl-problem-starts-with-management> (31 de outubro de 2017).

# Educação para a Leitura na Era da Informação: Novas poéticas e estruturas narrativas para o envolvimento do público jovem em atividades de leitura

Juliana Monteiro, Miguel Carvalhais & Carla Morais

CIQUP, Universidade do Porto / INESC TEC, Universidade do Porto / CIQUP, Universidade do Porto

E-mail: juliana.monteiro@fe.up.pt / mcarvalhais@fba.up.pt / cmorais@fc.up.pt

## Resumo

O contato precoce com um fluxo contínuo de informação moldou as necessidades dos estudantes atuais, apresentando desafios e oportunidades sem precedentes para a sua educação. Este contexto repercute-se incontornavelmente na necessidade de desenvolver novas estratégias de ensino-aprendizagem formais e informais para dar resposta a estas novas necessidades, novas maneiras de pensar e até novas estruturas cognitivas. Paralelamente, e encarando a leitura como um dos principais pilares para a capacidade de singrar em desafios na esfera educativa e profissional numa sociedade digital em que a informação flui com uma facilidade e rapidez sem precedentes, evidencia-se também uma necessidade de repensar a educação para a leitura, aprovei-

tando o potencial das novas tecnologias da informação e comunicação e do *edutainment*, em que o uso de estruturas narrativas hipertextuais, cibertextuais e ergódicas poderá ter especial interesse. Este artigo procura traçar um levantamento teórico que sustente uma compreensão integrada da problemática da educação para a leitura na Era da Informação, refletindo sobre o potencial de diferentes poéticas e estruturas narrativas para o envolvimento do público jovem em atividades de leitura. Exploramos igualmente os resultados de um trabalho de Investigação e Desenvolvimento que aborda a narrativa multilinear no livro digital educativo como ferramenta para o envolvimento e motivação do público jovem em atividades de leitura.

Palavras-chave: narrativa multilinear; *Edutainment*; aprendizagem informal; nativos digitais; tecnologias de informação e comunicação.

## Introdução

**D**ESDE a Sociedade Industrial até à “Aldeia Global” de McLuhan (1964), que se consolidou fortemente com as tecnologias digitais atuais, as alterações sociais ocorridas foram grandes. Da metáfora da máquina, estandardizada e indiferente à singularidade do indivíduo, observamos

Data de submissão: 2017-12-15. Data de aprovação: 2018-07-19.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.





a transição para uma metáfora de rede, em que todos os indivíduos se interligam para construção colaborativa e coletiva do conhecimento. Evidencia-se neste contexto o aparecimento de um novo perfil de estudantes, que sempre viveram rodeados por tecnologia e que conseqüentemente se tornaram ávidos por interação, por envolvimento, por novas tecnologias e por ter um papel ativo na sua aquisição de conhecimento.

Paralelamente, surgem novas formas de narrar, hipertextuais, não lineares e multilineares, que sorveram grandes influências da própria forma como a informação flui nesta Era Digital.

Pretendemos com este artigo refletir sobre as transformações cognitivas na era do hipertexto e os desafios para a educação para a leitura neste contexto. Pretendemos igualmente reflectir sobre o potencial da utilização de diferentes estruturas narrativas para o envolvimento do público jovem em atividades de leitura como estratégia de *edutainment*.

### **1. As transformações cognitivas na era do hipertexto e os desafios decorrentes para a educação para a leitura**

A literatura chama progressivamente a atenção para o facto de que os jovens de hoje têm um talento inato para processar e responder a estímulos simultâneos em ambientes altamente multimodais e interativos, repletos de jogos, vídeos, música e redes sociais (Carr, 2010; Kress, 2003; Wolf, 2008). A tecnologia parece assim não ter segredos nem levantar quaisquer barreiras para a *iGeneration* (Rosen, 2011) ou *Geração Z* (Turner, 2015), que não conheceu o mundo e a vida antes da internet e sempre conviveu com tecnologia.

Autores como Kress (2003) refletem sobre as alterações ao nível da estrutura cognitiva que estes jovens terão desenvolvido, numa perspectiva otimista, realçando o desenvolvimento de capacidades que serão benéficas nos panoramas mediáticos presentes e que se adivinham no futuro. Outros autores, contudo, começam a questionar se essas habilidades *multitasking* podem surgir em prejuízo de habilidades importantes relacionadas com a leitura sustentada (Wolf, 2008).

Segundo Wolf (2008), são necessários anos de prática de leitura concentrada para desenvolver vocabulário e competências de descodificação, e é durante esse tempo de prática que são formados os circuitos cerebrais para a leitura proficiente, criando novos caminhos neurais no cérebro que afectam positivamente as capacidades cognitivas.

A internet, por estar tão presente nas nossas atividades diárias, revela-se uma tecnologia com uma capacidade enorme de influenciar a forma como pensamos, justificando o interesse de vários autores em refletir sobre os efeitos que a saturação de informação promovida pela Era Digital estaria a originar. Na esfera educativa, vários autores realçam que os alunos de hoje pensam de forma diferente dos seus antecessores (Carr, 2010; Prensky, 2001; Rosen, 2011; Turner, 2015).

Carr (2010) defende que a internet está a provocar alterações em partes do cérebro que cimentam a base da inteligência, numa lógica segundo a qual o cérebro se adapta a nível fisiológico ao uso que fazemos dele. Segundo Carr (2010), os estímulos múltiplos e contínuos do hipertexto treinam a nossa capacidade de tomar pequenas decisões, mas o aumento dessa capacidade dá-se à custa da perda de capacidade de preservar a nossa memória de longo prazo e de estabelecer raciocínios mais complexos, daí se tornar cada vez mais comum o sentimento de dificuldade, impaciência e sonolência diante de textos mais longos e complexos, fruto do contacto continuado

com a internet. Assim, Carr (2010) alerta que apesar de extremamente útil, a internet pode estar a tornar-nos superficiais na maneira como processamos a informação, ideia também suportada por Wolf (2008), que sugere que o novo estilo de leitura potenciado pela internet possa enfraquecer a nossa capacidade de leitura mais reflexiva, uma vez que neste ambiente de leitura apenas decodificamos informações e, por excesso de informação e pressão de tempo, não avaliamos ou interpretamos convenientemente os textos. Carr (2010) argumenta neste contexto que o livro impresso nos protege de distrações e foca a nossa atenção nas palavras do autor, no argumento ou na história, uma vez que a página impressa é capaz de estimular a atenção e a calma e de encorajar uma forma mais profunda de leitura, na qual somos capazes de colocar o máximo da nossa capacidade interpretativa para descodificar o texto.

Carr (2010) assume que o ecrã do computador não tem a calma da página impressa, sendo que os textos competem constantemente com outros estímulos que distraem o leitor, que assim é impedido de ler com profundidade. Deste modo, o meio internet valoriza certos tipos de pensamento orientados para a solução de problemas, que encoraja o *multitasking* e a rápida transmissão ou receção de fragmentos de informação, mas tal deve alertar-nos para o impacto que a influência da nova forma de ler poderá ter na forma como escrevemos (Carr, 2010). Por sua vez, Willingham realça que, apesar da convicção de que é plausível que a tecnologia tenha alterado a forma como os estudantes pensam já que alterou certamente a forma como os estudantes acessam e integram a informação, é importante que a tecnologia seja utilizada para apresentar os problemas como desafiantes e solucionáveis simultaneamente para ser capaz de influenciar o envolvimento do estudante com o conteúdo académico. Deste modo, não será a tecnologia o fator determinante para o envolvimento, mas antes o seu papel na forma de trabalhar o conteúdo (Willingham, 2010, p. 24). Willingham sugere ainda que apesar do cérebro ter a capacidade de se adaptar, a arquitetura básica da mente provavelmente não pode ser completamente reformulada, sendo que se um sistema cognitivo (visão, atenção, memória, resolução de problemas) “se alterasse de forma fundamental – como perder a capacidade de se manter focado em algo – tal mudança repercutir-se-ia por todo o sistema cognitivo, afetando a maioria ou todos os aspectos do pensamento. Uma atenção mais curta não afetaria apenas a leitura, afetaria a nossa capacidade de raciocinar ou resolver problemas, por exemplo. O cérebro é provavelmente muito conservador na sua capacidade de adaptação para que isso aconteça” (2015a, pp. 7-8).

Assim, embora haja muita preocupação em torno da ideia de que a tecnologia torna os jovens mais distraídos, essa preocupação precisa de ser melhor sustentada com mais estudos neste âmbito. Willingham sugere mesmo neste contexto que não existem evidências de que os jovens sejam incapazes de atenção sustentada, mas “ser capaz de sustentar a atenção não é garantia de que o farão. É necessário que considerem que algo merece a sua atenção, e é aí que as tecnologias digitais podem ter o seu impacto: elas mudam as expectativas” (2015a, p. 8).

Neste contexto, merece especial interesse a convergência que progressivamente se fez sentir entre os setores da educação e do entretenimento, dando origem ao conceito de *edutainment*. Okan (2003) refere-se a *edutainment* como um género híbrido fortemente baseado em material visual, com formatos narrativos semelhantes a jogos e abordagens mais informais à aprendizagem, cujo principal objetivo é atrair e conquistar a atenção dos estudantes através do envolvimento das suas emoções ao instruir ou envolver a audiência embebendo educação em formas típicas de

entretenimento, sejam elas jogos, filmes, música ou páginas web. Segundo Addis (2005), com o proliferar da aplicação de novas tecnologias ao mundo da arte e da cultura em geral, torna-se em certa medida racional uma associação com a crescente atenção reservada ao *edutainment* pela presunção de que as aplicações emergentes no mundo artístico têm o efeito de enfatizar a convergência entre educação e entretenimento. Okan adverte, contudo, para a importância de não cair em excessos de encarar cegamente o *edutainment* como solução para todos os problemas da educação, já que a banalização da utilização destas ferramentas poderá trair o seu objetivo principal (fomentar a motivação, procura e compreensão por parte dos alunos), sendo por isso importante o equilíbrio na utilização destes recursos.

Vários autores e estudos apontam a internet e meios digitais como fonte de uma parcela relevante dos interesses de leituras do público jovem, ou então como um dos principais concorrentes pela atenção deste público (Manata, 2011; Pereira, Pinto, & Moura, 2015; Silveira, 2011; Stevens & de Vera, 2015; Veloso, 2017). Manata (2011) realça neste contexto a importância da motivação para a leitura, sugerindo, contudo, o enorme caminho que ainda é necessário percorrer ao constatar que 44,9% dos alunos que participaram no seu estudo ainda refere que não gosta de ler. Estes estudantes reconhecem o valor da leitura para o desenvolvimento académico e profissional, mas não se assumem como potenciais leitores. Manata explica assim este aparente contrassenso “pela valorização social dada à leitura que a maioria reconhece, embora a sua atenção seja desviada para outro tipo de atividades (televisão, internet. . .)” (2011, p. 93).

Seok & DaCosta (2017), por sua vez, exploraram as relações entre o texto digital e o texto impresso no contexto da leitura pelo público jovem, passando pela aferição das suas preferências por ler textos digitais versus impressos, entre outros aspetos. Segundo Seok & DaCosta (2017), os estudantes revelaram preferência pelo texto digital quando a finalidade seria entretenimento ou leitura selectiva, enquanto que preferiram o texto impresso para estudar, compreender e sempre que precisavam de se concentrar e de ler por longos períodos de tempo.

Assim, o propósito ou finalidade das atividades de leitura poderão ser determinantes na seleção do formato, tal como já tinha sido sugerido pela literatura. De facto, McKenna, Conradi, & Meyer (2012) sugerem que as percepções da leitura recreativa vs. académica do texto digital podem variar de acordo com os objetivos e os formatos de leitura, sendo por isso importante que educadores, profissionais e investigadores possam considerar tais fatores em dinâmicas que visem alavancar técnicas de leitura. Esta ideia é igualmente defendida por Willingham (2015a, p. 6), que declara que reservar tempo de aula para leitura de lazer em silêncio é, na sua perspetiva, a melhor forma de motivar estudantes que não tenham à partida interesse pela leitura.

Willingham (2017) discute o papel crítico da motivação para a aprendizagem da leitura, indicando três elementos chave para o entusiasmo pela leitura: descodificação, que descreve como a competência básica de fazer sentido das letras que formam as palavras; compreensão, ou fazer sentido daquilo que se lê; e motivação (2015b).

Apontando a importância da leitura para a sociedade como ferramenta capaz de expandir a nossa capacidade de lembrar, Willingham (2017) percorre a complexidade de eventos que ocorrem desde o momento em que o cérebro registra uma única letra até que registra cada palavra e cada frase, completando o processo de leitura. Numa perspetiva baseada em investigação cognitiva, Willingham aponta que durante a leitura de frases, é construída uma teia de ideias. Essa

construção, contudo, torna-se difícil se o leitor não tiver a capacidade de relacionar as ideias em frases, e para que tal capacidade amadureça, é preponderante possuir conhecimento de base, que Willingham correlaciona com hábitos de leitura em ambientes informais desde a infância como forte auxiliar para o desenvolvimento da capacidade de compreender o mundo. Neste contexto, a tecnologia acabou por assumir um importante papel com o aumento do consumo de conteúdos online, originando um conjunto de oportunidades e complicações que surgem no que diz respeito à qualidade destes conteúdos e dificuldade em distinguir corretamente entre fontes de informação mais ou menos credíveis, sendo o conhecimento de base o fator chave para este discernimento e para a correta compreensão dos conteúdos (Willingham, 2015b).

## 2. Da Galáxia de Gutenberg à Galáxia de Turing

Pode considerar-se que a principal contribuição da tecnologia para a disseminação da leitura tenha sido a invenção da imprensa mecânica, no século XV, que permitiu ao livro uma configuração material diferente, nomeadamente no que diz respeito à sua maior maleabilidade e acessibilidade. O livro deixou de ser um objeto raro e difícil de utilizar, para progressivamente ficar ao alcance de um maior número de pessoas.

Esta disseminação deu origem a novas formas de percepção, com a linguagem a ser cada vez mais mediada pela intervenção da escrita. Desta forma, a palavra impressa originou um novo tipo de leitura, individual, em detrimento da leitura em voz alta e em espaços públicos característica do século XVII, em que o acesso ao livro e mesmo a alfabetização eram raros. Surge nesta altura a premissa ainda hoje conservada de leitura, que foi determinante em termos semióticos para a forma como o mundo é lido no ocidente: da esquerda para a direita e de cima para baixo.

Os avanços das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) deram origem a novas formas de aceder, explorar e partilhar essa informação, e a partir do momento em que se alarga desta forma o conjunto de media de comunicação disponíveis – som, imagem, vídeo e texto – torna-se possível uma experiência sensorial com potencial sem antecedentes. O conceito de leitura vai muito além do simples texto, englobando múltiplos meios, como sejam a imagem, o vídeo e o som, que se integram para juntos darem significado à mensagem um novo sentido só possível com a sinergia dos meios. Nesta cultura de convergência (Jenkins, 2006) em que os conteúdos fluem por variados suportes mediáticos, origina-se uma sinergia entre os diversos mercados e públicos, que buscam as suas experiências de entretenimento em múltiplos lugares.

Nesta cultura em que novos e antigos media se cruzam e o poder do produtor e do consumidor de conteúdos interage de maneiras imprevisíveis (Jenkins, 2006), abre-se o caminho para o conceito de transliteracia (Thomas et al., 2007), que pode oferecer uma perspectiva unificadora sobre o que significa ser alfabetizado no século XXI, traduzindo “a capacidade de ler, escrever e interagir numa variedade de plataformas, ferramentas e meios de comunicação, da sinalética à tradição oral, passando pela escrita manuscrita, a imprensa, a televisão, a rádio e o cinema, e até mesmo as redes sociais” (Thomas et al., 2007).

Couto & Oliveira (2011:87) realçam por sua vez a importância das “várias camadas de informação, que contribuem no seu todo para a ilusão dos sentidos, com o intuito de aumentar o grau de fidelidade da representação do real”, tornando-se evidente

“que se operam grandes mudanças na forma como a comunicação flui e no conjunto de linguagens que são providenciadas pelos novos suportes, algo que só não aconteceu antes por questões tecnológicas e que reconfiguram novos contextos de abordagem ao conceito da leitura. Quando nos referimos à leitura no suporte digital, não podemos dissociar o conceito de leitura de outros três conceitos: linguagem, comunicação e conhecimento. Seja por escrito, em voz alta, com recurso à perspectiva ou ainda com recurso a imagens, pela internet ou numa aplicação, o objectivo foi e será sempre comunicar conhecimento da forma mais fiel possível (Couto & Oliveira, 2011:24).

Em *As we may think*, Vannevar Bush (1945) aponta também vários caminhos sobre o futuro do desenvolvimento tecnológico, sobretudo na área do armazenamento e organização de informação, caminhos esses que hoje são base de qualquer sistema de hipertexto. A proposta do Memex, baseado em escrita associativa, trazia o ambicioso objectivo de combinar uma grande quantidade de dados e permitir também que quando o leitor iniciasse a leitura de um documento, conseguisse através da sua estrutura em rede aceder à cadeia de raciocínio associativo, que estaria na base daquele documento particular (Coelho, Dias, & Oliveira, 2006).

De realçar igualmente o contributo de Douglas Engelbart com o *NLS System*, cujo propósito se prendia com a construção de uma “extensão” do intelecto humano, um programa que se aproximasse o mais possível aos mais complexos processos mentais.

Em 1965, Ted Nelson, o criador dos termos *hipertexto* e *hipermédia*, apontou já no sentido da construção de uma biblioteca universal com o seu projecto Xanadu, assim como as edições Voyager em 1984 apontavam no sentido do “expanded book”, num aproveitamento das “vantagens conjugadas do suporte digital (primeiro o disco laser e depois o CD-ROM) e do *software* Hypercard, o primeiro software hipertexto destinado ao grande público” (Furtado, 2002).

Neste contexto, o conceito de e-book tendia a referir-se ao livro fechado e fixo quanto à sua estrutura, ao reproduzir a estrutura do livro em papel.

### 3. Novas Estruturas Narrativas

O desenvolvimento tecnológico abriu inquestionavelmente o caminho para o surgimento de novos tipos de escrita caracterizada essencialmente pela sua dimensão hipertextual, distribuída, dinâmica e multimédia.

Segundo Chartier (2002), assistimos a mudanças nas técnicas de reprodução do texto, na forma ou suporte do texto e ainda nas práticas de leitura. Estão abertos os caminhos que conduzem ao surgimento de novos géneros textuais ligados aos conceitos de hipertexto, com as chamadas narrativas hipertextuais ou hiperficção, e ligados ao conceito de cibertexto introduzido por Espen J. Aarseth na obra *Cybertext – Perspectives on Ergodic Literature* (1997), em que aborda igualmente a temática da literatura ergódica.

Graças às tecnologias digitais, os papéis do leitor e do autor distanciam-se cada vez menos, e em contraponto, podemos observar cada vez mais o crescimento exponencial da Web, a vulgarização do trabalho em rede e de ambientes hipertextuais ganhar espaço face à fixidez, linearidade, sequencialidade, autoridade e finitude do texto impresso.

Assegurar a sucessão do livro na hora electrónica, não é apenas procurar reproduzi-lo do modo mais fiel possível, é também explorar as novas potencialidades oferecidas pelo digital, é ter em consideração a ruptura fundamental que ocorreu entre o texto e o seu suporte. É passar do livro-objecto ao livro-biblioteca, ao livro interactivo, ao livro em rede, ao livro multimédia (Clément, 2000:141).

De facto, o crescimento excepcional da World Wide Web e a vulgarização do trabalho em rede e de ambientes hipertextuais chamam-nos a atenção para o próprio conceito de hipertexto como potenciador do surgimento de novos géneros narrativos.

Para Nelson (1993), hipertexto consiste num tipo de escrita não sequencial, com base em texto e ramificações que possibilitam escolhas de leitura num ecrã interativo.

Floridi (1999:121) refere que “os hipertextos foram encarados em primeiro lugar, e permanecem antes do mais, como sistemas de recuperação de informação, usados para recolher, ordenar, agrupar, actualizar, pesquisar e recuperar informação de um modo mais fácil, rápido e eficiente”. Com efeito, como consequência do seu bom desempenho nessas funções, Floridi (1999: 128-129) acrescenta que “o formato hipertexto tornou-se o formato *standard* para software educativo interactivo, obras de referência, livros de texto e documentação técnica, ou para a própria Web...”, acrescentando que o hipertexto, enquanto princípio organizacional da estrutura tipológica do âmbito intelectual, tem a capacidade de abrir as portas para um crescimento sem limites da infoesfera.

George Landow (2006), por sua vez, argumenta que o hipertexto encarna a abertura textual defendida pela teoria pós-estruturalista e que o hipertexto permite às pessoas desenvolverem o conhecimento de uma forma não-linear, não-sequencial e associativa não antes possibilitada pelos textos lineares.

Landow (2006) explora as implicações de dar aos leitores acesso fácil e instantâneo a uma biblioteca virtual de fontes, bem como um controle sem precedentes sobre o que ler e como ler, considerando o alcance cada vez mais global do desenvolvimento de tecnologias relacionadas com a internet e as consequentes implicações sociais e políticas. Segundo o autor, a teoria crítica defende o abandono de sistemas conceptuais assentes nas ideias de centro, margem, hierarquia e linearidade, substituindo-os por outros baseados nos conceitos de multilinearidade, nós, links e redes. Como tal, a teoria crítica tem o potencial para teorizar o hipertexto e este tem o potencial de testar tais teorias e clarificar ideias, fornecendo um contexto prático para a sua aplicação.

Landow (2006) discute também a relação do hipermédia com os jogos e explora o paralelismo entre a teoria crítica e o hipertexto. O autor argumenta que, embora o livro impresso tenha sido um marco no pensamento humano, é uma tecnologia tal como o computador. Assim, a escrita electrónica é apontada por Landow como uma resposta direta aos pontos fortes e às limitações do formato impresso. Assim, Landow (2006) aborda a forma como o hipertexto tem reconfigurado vários aspetos da palavra escrita, desafiando a nossa experiência do que é ser um leitor e um escritor. As ligações presentes no hipertexto colocam o leitor num papel muito mais ativo do que é possível com um livro impresso convencional ao permitirem selecionar que ligações seguir e quando o fazer.

Na escrita electrónica, o texto que lemos ocupa um espaço central no universo textual em questão, mas este é um centro temporário e virtual gerado pela atividade de leitura e não como resultado

de um *layout* de impressão. Neste contexto, Landow (1997) relaciona o desconstrucionismo e o conceito de *descentralização* sugerido por Derrida, em que a ideia de centro é encarada como uma função indispensável e não uma realidade. Efetivamente, para Landow, o hipertexto é constituído por unidades de textos ligadas entre si, sem eixos primários de organização. Maduro (2016), por sua vez, equipara as obras hipertextuais à narrativa oral, frequentemente retratada como imaterial e fugaz, remetendo para uma ideia de hipertexto como sequência de eventos que se consome a si própria também referida por outros autores (Raley, 2001; Sloane, 2000).

Fruto das mudanças e dos trabalhos desenvolvidos em torno do hipertexto, começaram a surgir também distintas tipologias de hipertexto, de onde se evidencia o hipertexto literário-criativo, orientado para a criação de obras de raiz para serem lidas no registo hipertextual, beneficiando especialmente a ficção com o desaparecimento dos limites impostos ao escritor pelo livro impresso.

Michael Joyce, cujos contributos na área da hiperficção são frequentemente apontados como alguns dos melhores exemplos, afirma que a hiperficção “é a primeira instância do verdadeiro texto electrónico, aquilo que um dia será concebido como a forma natural de escrita multimodal e multisensitiva”, sem um centro fixo nem um fim ou fronteiras, sendo que o tradicional tempo linear da narrativa desvanece numa espécie de labirinto em que o começo, o meio e o fim deixam de fazer parte da sua apresentação imediata. Em vez dessa apresentação tradicional, apresentam-se opções ramificadas em menus, links e redes mapeadas não hierarquizadas, desposadas das noções de capítulos ou de outras divisões de texto tradicionais, aqui substituídas por janelas com “blocos efémeros de texto e gráficos que, a breve trecho, serão complementados com som, animação e filme” (Coover, 1992).

Assim, as tecnologias digitais surgem como alavancas para novas possibilidades de criação literária, potenciando a escrita não linear e mesmo a inclusão de novos elementos não-verbais que não podiam ser suportados pelo papel. Contudo, estes trabalhos não se reduzem à hipertextualidade, mas acabam por abrir-se ao conceito de cibertextualidade.

### **3.1. Cibertexto e o papel do meio como parte integrante da dinâmica literária**

Cibertexto representa a organização do texto de forma a analisar a influência do meio como uma parte integrante da dinâmica literária, tal como definido por Aarseth (1997). Aarseth definiu-o como um tipo de literatura ergódica em que é necessário um esforço não trivial do leitor para atravessar o texto na literatura ergódica. Assim, perante a leitura de um cibertexto, o leitor está sempre ciente da existência de caminhos não percorridos, sendo que cada decisão fará com que algumas partes do texto se tornem mais ou menos acessíveis, e o leitor nunca sabe o resultado exato dessas decisões.

Neste panorama, o leitor de cibertexto não é um simples espectador (como seria na leitura da literatura linear convencional), equiparando-se mais a um jogador com papel ativo na construção da própria narrativa, que pode explorar e descobrir novos caminhos.

Cibertextos são assim peças de literatura em que o meio exerce um papel preponderante para que estes possam ganhar vida. De facto, é o meio que possibilita que cada utilizador obtenha um resultado diferente com base nas escolhas feitas. Assim, o Cibertexto pode ser equiparado à transição entre uma peça linear de literatura e um jogo, cuja narrativa é multilinear. Numa narrativa

linear o leitor não tem escolha já que o enredo e os personagens são todos predefinidos pelo autor, não assumindo assim aqui um papel de utilizador, mas antes de simples leitor, sem voz ativa na criação da narrativa. Num jogo, em contraponto com o que acontece em narrativas lineares, o utilizador toma decisões e essas decisões desempenham um papel importante na construção da narrativa, e no rumo que esta possa tomar depende diretamente dessas decisões. Contudo, pode considerar-se que os cibertextos têm geralmente mais profundidade e visam a transmissão de uma mensagem enquanto o utilizador trabalha o seu caminho pela narrativa.

Assim, podemos assumir que a cibertextualidade não se resume a texto digital e nem todos os textos digitais podem ser considerados cibertextos, como podemos comprovar com os arquivos do Projeto Gutenberg ou outros textos em formato pdf, que não são mais funcionais do que a maioria dos textos impressos.

Segundo Aarseth, a variedade e criatividade dos dispositivos usados nas narrativas cibertextuais demonstra que o papel como meio é capaz de competir com o computador enquanto meio capaz de materializar textos ergódicos. Aarseth afirma, contudo, que após a invenção dos computadores, em meados do século XX, logo ficou claro o surgimento de uma nova tecnologia textual, potencialmente mais flexível e poderosa do que qualquer meio anterior. De facto, segundo o Aarseth, os sistemas digitais para armazenamento e recuperação de informação, popularmente conhecidos como bases de dados, permitiram novas formas de utilizar material textual, com um nível de automação e velocidade que tornaram possíveis novas práticas textuais radicalmente diferentes. A nível físico, isso traduz-se na dissociação entre a superfície de leitura e a informação armazenada, dividindo o conceito de "texto em si" em dois níveis tecnológicos independentes: a interface e o suporte de armazenamento. Para Maduro (2016), a experiência de ler ficção digital assemelha-se mais à experiência de assistir a performances orais, remetendo para a ideia de que as primeiras ficções digitais seriam textos (ou hipertextos) fragmentados entre os quais o leitor teria de criar elos associativos em que as histórias circulam sem recurso a uma superfície de inscrição, ficando dependente do poder da memória, sem a qual estaria destinada a desaparecer.

Estas mudanças comportaram inevitavelmente inferências no plano social, sendo agora possível navegar, pesquisar e atualizar textos extensos num trabalho colaborativo de várias pessoas ao mesmo tempo e em diferentes lugares do mundo. Efetivamente, o mais importante no cibertexto não é terminar a leitura da história completa, mas sim o impacto que esta tem sobre o leitor.

Graças ao contributo de todos estes autores, o hipertexto foi gradualmente sendo teorizado, acabando por desencadear o desenvolvimento da Ciberteoria e da ciberliteratura. Surgiram igualmente comunidades de investigação interessadas na “discussão de alguns conceitos fundamentais ligados à teoria do hipertexto, como é o caso da “Morte do Autor”, da “transclusão”, da “multilinearidade”, da “intertextualidade” e da “co-autoria”.” (Coelho et al., 2006)

#### **4. Narrativa Multilinear no Livro Digital Educativo**

A literatura sugere inúmeras possibilidades que os novos media trouxeram para o livro infantil, oferecendo várias formas de apoiar a compreensão da história (Labbo & Reinking, 1999; Reinking & Bridwell-Bowles, 1991; Smith, 2001; Trabasso & Van Den Broek, 1985) Estas possibilidades alegadamente ilimitadas deram origem a uma panóplia de oportunidades para o livro infantil,



de entre as quais destacamos por ser nosso âmbito de estudo o surgimento de numerosos livros eletrônicos de qualidade variada, que incluem leitura oral, imagens dinâmicas e destaque do texto enquanto este é narrado (De Jong & Bus, 2003).

Num trabalho de Investigação e Desenvolvimento realizado na Universidade do Porto (Monteiro, Carvalhais & Morais, 2013, 2013), estudámos a narrativa multilinear no livro digital educativo como ferramenta para o envolvimento e motivação do público jovem em atividades de leitura. Procurámos compreender como pode a multilinearidade da narrativa catalisar o interesse no conteúdo e a compreensão efetiva da mensagem, bem como perceber o efeito que a interação com o livro digital de narrativa multilinear pode ter sobre a empatia, o entusiasmo e o envolvimento de um público composto por crianças a frequentar o primeiro ciclo do ensino básico. Tentámos paralelamente perceber se o uso de ferramentas digitais pode constituir um incentivo para a leitura.

Para tal, realizámos um estudo indutivo e qualitativo e desenvolvemos um protótipo de livro digital com narrativa multilinear, explorando e adaptando um conto tradicional com o objetivo de transmitir uma lição educativa sobre segurança digital na era da partilha e das redes sociais. O protótipo foi testado por uma amostra de conveniência composta por alunos do 3.º e 4.º ano do ensino básico, de idades compreendidas entre os oito e os dez anos, com representação equitativa dos sexos feminino e masculino.

#### **4.1. Protótipo**

O protótipo de livro digital educativo de narrativa multilinear *Capuchinho Vermelho e os Perigos da Internet* consistiu na implementação para leitura em *tablet* de uma narrativa multilinear baseada no conto tradicional *Capuchinho Vermelho*, com uma mensagem educativa adaptada à atualidade, visando alertar as crianças do primeiro ciclo do ensino básico para os perigos da partilha de informação pessoal na Internet.

Com plena consciência da sociedade saturada de informação em que vivemos, com troca de informação constante nem sempre cuidada nas redes sociais, evidencia-se a importância de alertar e educar os jovens desde cedo para os cuidados que é necessário ter com a partilha de informação pessoal na Internet.

Escolhemos o conto tradicional *Capuchinho Vermelho* por ser à partida familiar ao público-alvo, com vista obter um efeito facilitador da experiência em si. Por outro lado, sendo esta uma história facilmente transponível para contextos atuais, considerámos que tal seria um fator positivo para a transmissão da mensagem educativa pretendida, com potencial para fazer com que o público-alvo facilmente se revisse em situações da história.

##### **4.1.1. Tecnologia e ferramentas utilizadas**

Na seleção da tecnologia a utilizar no desenvolvimento do protótipo de livro digital educativo *Capuchinho Vermelho e os Perigos da Internet* tivemos em conta vários fatores, dando primazia à vontade de dotar o projeto de capacidade técnica de chegar ao maior número de potenciais leitores possível. Nesta tentativa, optámos por tecnologias que tivessem a possibilidade de serem utilizadas transversalmente nas diferentes plataformas disponíveis, sejam elas iOS, Android ou Windows.

Para além da diversidade de plataformas, a multiplicidade de equipamentos disponíveis e disparidade das suas características complexificou a tarefa de encontrar um conjunto de tecnologias que conseguissem tirar partido dos recursos dos dispositivos e ao mesmo tempo adaptar-se a características tão heterogéneas. Considerámos então a tecnologia HTML5 e a *framework* PhoneGap para o desenvolvimento do protótipo, por permitir desenvolver o protótipo de forma *standard* e multiplataforma, com a inclusão de elementos gráficos, animações mais apelativas e leves, bem como pequenas bases de dados e aplicações que conseguem funcionar mesmo em modo *offline*.

#### **4.1.2. Multilinearidade e Navegação**

Em termos de navegação pela história, este protótipo foi concebido para permitir a leitura da narrativa multilinear de forma o mais cómoda possível para o leitor, para evitar sensações de frustração / responsabilização excessiva do leitor relativamente ao resultado da narrativa, sendo que desta forma a interatividade fica de certo modo limitada à ação de avançar na narrativa. Contudo, tomamos esta decisão tendo em conta que o objetivo central deste trabalho se prendeu sobretudo com a necessidade de avaliar os efeitos da multilinearidade da narrativa no leitor do primeiro ciclo do ensino básico e não os efeitos da interatividade do livro digital.

Assim, dividimos a história em quadros narrativos e decidimos implementar uma navegação aleatória, com a anulação completa da agência do utilizador na decisão do quadro narrativo seguinte. Desta forma, o protótipo escolhe aleatoriamente o quadro narrativo seguinte de entre os caminhos ainda não percorridos, sendo que o protótipo armazena informação das últimas sequências percorridas de forma a evitar a sua repetição. Para nos guiarmos na implementação da estrutura base da aleatoriedade dos quadros narrativos do protótipo, criamos um diagrama de caminhos possíveis, desde a escolha aleatória do sistema de uma das três possibilidades de capa (ca, cb e cc), desenrolando-se pela seleção aleatória de uma das várias versões de cada quadro narrativo disponível, conforme ilustrado na Figura 1.

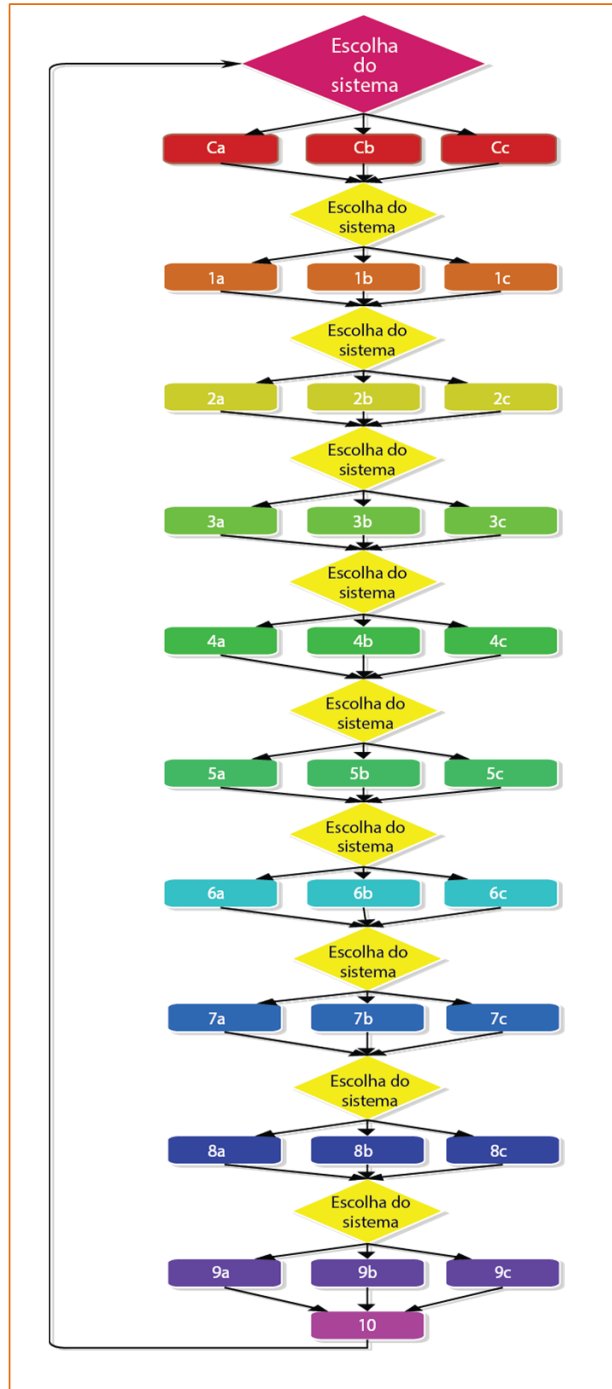


Figura 1. Diagrama de caminhos da narrativa multilinear *Capuchinho Vermelho e os perigos da Internet*

O protótipo de livro digital de narrativa multilinear foi dotado de ilustrações animadas com pequenas diferenças para realçar a variação de quadros narrativos diferentes dentro do mesmo nível ou etapa da narrativa. A variação dos quadros foi executada também através de variações cromáticas ou de textura do fundo, bem como através de variações do próprio texto.

Relativamente à interface, incluímos um botão no canto superior direito para avançar na narrativa, bem como definimos um quadro narrativo final que disponibiliza feedback positivo ao leitor, convidando-o a explorar novas versões da história. Este feedback teve igualmente como objetivo o apelo emocional do leitor e representar de alguma forma um reconhecimento do desempenho do leitor por ter completado a leitura.



Figura 2. Página final do livro, com ênfase na proposta de releitura materializada no botão “Experimenta!”

#### 4.2. Amostra

A amostra constituída para este estudo foi uma amostra de conveniência, e logo não probabilística. Tratou-se assim de uma amostra intencional nos moldes da definição de Almeida e Freire (2003) na medida em que “determinado grupo de indivíduos ‘representa’ particularmente bem determinado fenómeno, opinião ou comportamento e, por esse facto, são escolhidos para o seu estudo”. Este tipo de amostragem foi considerado com consciência de que a amostra não será estatisticamente representativa, não se pretendendo com este estudo extrapolar os resultados e conclusões obtidos com a amostra, mas antes captar ideias gerais e identificar aspetos críticos e indícios no que diz respeito ao problema em estudo.

A amostra para este estudo foi constituída por um grupo de quatro crianças, das quais duas a frequentar o 3.º ano e duas a frequentar o 4.º ano do primeiro ciclo do ensino básico, de idades compreendidas entre os oito e os dez anos, com representação equitativa dos sexos feminino e masculino.

### 4.3. Recolha de Dados

Para a recolha de dados neste estudo foram utilizadas técnicas como a observação, o inquérito por entrevista e o inquérito por questionário.

Iniciámos a recolha de dados com a técnica de observação, individual, participante e estruturada, que escolhemos para obter informação mais aprofundada relativamente à interação da amostra em estudo com o protótipo desenvolvido. Para tal utilizámos como instrumento de recolha de dados um guião previamente preparado para servir como orientação no exercício de observação.

Após as experiências de leitura do livro digital educativo de narrativa multilinear, realizámos as entrevistas com o apoio de um guião semiestruturado. Para complementar as informações previamente obtidas, recorreremos finalmente ao questionário para obter informação mais fechada e objetiva para avaliação do protótipo em termos de usabilidade e divertimento.

### 4.4 Considerações sobre o tratamento dos dados

Alinhados com as recomendações de Gómez, Flores & Jimenez (1999), procedemos à simplificação, seleção e organização dos dados recolhidos em categorias posteriormente definidas para o efeito com base nos objetivos previamente definidos para a investigação, reduzindo-os desta forma ao estritamente relevante para ser possível obter elementos manuseáveis que permitam identificar relações, fazer interpretações e chegar a resultados ou conclusões.

Toda a sistematização das informações reunidas e a elaboração de conclusões dependem da definição de categorias de análise, importando garantir que as categorias de análise sejam livres de ambiguidades e de inconsistências tanto quanto possível, de forma a permitir obter informação suficiente e consistente, cobrindo todas as necessidades formais. De seguida, mostra-se de extrema importância que o investigador se assegure da exaustividade e exclusividade das categorias de análise, fazendo-as passar por um teste de validade interna, que visa garantir que todas as unidades de registo possam ser colocadas numa das categorias e que uma mesma unidade de registo só possa caber numa categoria (Coutinho, 2011).

Deste modo, numa primeira fase do processo de organização e sistematização da informação, procedemos a uma categorização da informação a partir das notas de campo registadas, em que o corpus de análise (Vala, 1986) foi submetido à técnica de análise de conteúdo com vista a sua redução através do sistema de categorização e codificação dos dados, de forma a possibilitar o processo de descrição e interpretação. A categorização dos dados permitiu identificar aspetos relevantes e aspetos recorrentes na informação recolhida a partir da observação, da entrevista e do inquérito final. Assim, esta fase permitiu uma produção de conhecimentos por via indutiva, tal como é preconizado pelas abordagens qualitativas.

A fase de exploração do material, por sua vez, consiste precisamente nas tarefas de codificação, decomposição ou enumeração seguindo as linhas definidas na fase de pré-análise sugeridas por Bardin (2009). Nesta fase, a informação é dividida e agrupada em blocos de informação que deverão ser analisados em conjunto, sendo que pode ser atribuído mais do que um código a um trecho, se este englobar vários significados. Assim, nesta fase procedemos à codificação das categorias e à revisão da categorização feita anteriormente e prosseguimos para a etapa de aná-

lise de resultados também indicada por Bardin (2009), referente ao tratamento dos resultados, que implicou interpretar a informação de forma a dar-lhe significado após a sua codificação e sistematização, em busca de padrões e ligações entre os temas com base numa narrativa descritiva dos aspetos em estudo que possa apontar implicações para os resultados.

#### 4.4.1. Análise dos dados recolhidos através da observação

No âmbito da observação, foi concebido um esquema de análise que considera três categorias globais: 1) o envolvimento ou divertimento, 2) a usabilidade, e 3) as reações face à multilinearidade da narrativa, que se subdividem em subcategorias conforme a tabela apresentada de seguida:

Tabela 1. Categorias e subcategorias para tratamento dos dados recolhidos através da Observação

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>		
1	Envolvimento	Entusiasmo:	
		a)	1 Com a história
			2 Com o aspeto do livro
			3 Com a utilização do tablet
2	Usabilidade	a)	Facilidade de manuseio / aprendizagem da forma de interagir com o protótipo
		b)	Ansiedade demonstrada ao longo da experiência
3	Reações face à multilinearidade da Narrativa	a)	Observação do “estado de espírito” das crianças no final da experiência de leitura (satisfação, reflexão, se comentam a história entre si)
		b)	Reação das crianças à releitura (às variações na narrativa)
		c)	Potencial de releitura (3ª leitura)

#### 4.4.2. Análise dos dados recolhidos através da entrevista semiestruturada

A entrevista semiestruturada foi pensada para ir de encontro à necessidade de clarificar de forma mais direta determinados aspetos relacionados com as observações que haviam sido realizadas, focando-se sobretudo em aspetos referentes ao envolvimento e às reações face à multilinearidade da narrativa, que são em conjunto as áreas mais relevantes para a resposta às questões de investigação formuladas para este trabalho de investigação.

A tabela 2 representa a relação entre as categorias e subcategorias orientadoras da entrevista, bem como as respetivas questões, e serviu de base estrutural para a análise da informação obtida com esta técnica.

Tabela 2. Categorias e subcategorias para tratamento dos dados recolhidos através da Entrevista

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Questões</b>	
1 Envolvimento	a) Entusiasmo	Gostaste do livro?	
		De que gostaste mais?	
		1 Com a história	Histórias? Forma diferente de leitura?
		2 Com o aspeto visual do livro	Aspeto do livro? Ilustrações? Animações?
	3 Com a utilização do tablet	Gostavas de ler mais livros num tablet? Porquê?	
3 Reações face à multilinearidade da Narrativa	d) Interesse pelos conteúdos decorrente da multilinearidade da narrativa	É mais ou menos interessante do que as leituras em que a história é sempre igual de cada vez que lêes? Porquê?	
	e) Reação das crianças à releitura e variações identificadas na narrativa	1) Compreensão do livro e da história	Como consegues explicar a história ou o livro aos colegas?
		2) Curiosidade para voltar a ler o livro	Parece que as histórias que cada um leu são todas parecidas mas diferentes. Ficaste curioso para voltar a ler o livro?
	f) Capacidade de transmissão de mensagens educativas	1) Retenção da moral da história	Consegues dizer-me qual a moral desta história?
		2) Interesse da aplicação da narrativa multilinear em matérias escolares	Gostavas que os livros da escola explicassem a mesma matéria de maneiras diferentes? Achas que era mais ou menos fácil para aprender?

#### 4.4.3. Análise dos dados recolhidos através do questionário

Para a avaliação do envolvimento através do questionário recorreremos a uma adaptação da conjugação entre a taxonomia de Malone e Lepper (1987), e a teoria do Fluxo de Csíkszentmihályi (1990) apontada por Alves e Battaiola (2011), que foi simplificada de forma a ser compreensível pelas crianças no contexto em questão.

Tabela 3. Correspondência entre as orientações de Alves e Battaiola (2011) selecionadas para avaliação do divertimento do protótipo e respetiva simplificação

<b>Requisitos para a motivação apontados por Alves e Battaiola (2011):</b>	<b>Questões adaptadas ao público – Alvo</b>
Inserção de desafios:	Sei o que tenho de fazer para ler o livro e consigo chegar ao fim. Fiquei com vontade de descobrir as várias versões da história.
Objetivos claros e feedback das ações;	O livro diz-me sempre quando consigo terminar a minha leitura.
Apelo emocional;	As imagens animadas e a forma diferente de contar a história deixam-me curioso(a) e com vontade de ler o livro de novo.
Controlo sobre a atividade;	A forma de interagir com o livro é clara e não tem detalhes desnecessários que me confundem. Por isso leio sossegado sem desviar a atenção do que estou a ler.
Imersão; Curiosidade Sensorial;	Ao ler a história neste livro, sinto-me como se estivesse dentro da história. Os personagens e as ilustrações incentivam a minha imaginação.

Para análise dos dados recolhidos através do questionário, foi igualmente concebido um esquema de análise que considera duas categorias, 1) o envolvimento ou divertimento e 2) a usabilidade, conforme a tabela apresentada de seguida:

Tabela 3. Categorias e subcategorias para tratamento dos dados recolhidos através do questionário

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>
1 Envolvimento	a) Entusiasmo: 1 Com a história 2 Com o aspeto do livro 3 Com a utilização do tablet
2 Usabilidade	a) Facilidade de manuseio / aprendizagem da forma de interagir com o protótipo b) Ansiedade demonstrada ao longo da experiência

#### 4.5. Apresentação e Discussão Dos Resultados

Os dados recolhidos no âmbito do trabalho de campo inserido nesta investigação através da observação, da entrevista semiestruturada e dos questionários concebidos para o efeito têm como objetivo final uma melhor compreensão das reações dos participantes face ao contacto com o livro digital educativo de narrativa multilinear, bem como obter sugestões ou pistas para a otimização destes recursos.



A recolha de dados para análise foi feita globalmente em três momentos, primeiramente através da observação e, no final da experiência de leitura, através da entrevista semiestruturada e de um breve questionário preparados para o efeito.

A informação recolhida foi distribuída em três grandes categorias: 1) envolvimento e entusiasmo na interação com o livro de narrativa multilinear; 2) usabilidade; 3) reações face à multilinearidade da narrativa.

Na categoria de envolvimento e entusiasmo na interação com o livro de narrativa multilinear, pudemos observar um forte entusiasmo com a história. Observámos igualmente que o conceito de livro digital se mostrou facilmente assimilável pelos participantes. Ainda nesta categoria, verificamos através da entrevista que a grande maioria dos participantes dá primazia à história entre todos os aspetos do livro, e metade dos participantes expressaram a importância das imagens e do aspeto do livro no geral.

No âmbito da usabilidade pudemos constatar a facilidade de manuseio e a rápida aprendizagem da forma de interagir com o protótipo pelos participantes nas atividades de leitura. Os participantes iniciaram a navegação através do livro sem instruções de como fazê-lo e não demonstraram sinais de ansiedade durante a utilização do protótipo. Face a tal observação, despistámos a possibilidade de terem existido barreiras para a leitura e envolvimento que não se prendessem com a multilinearidade da narrativa, mas antes com aspetos relacionados com a usabilidade do protótipo.

Relativamente às reações face à multilinearidade da narrativa, foi globalmente expressado interesse, tendo sido realçado pelos participantes o facto deste tipo de narrativa possibilitar a apresentação do mesmo conteúdo de formas ligeiramente diferentes, permitindo assim acrescentar detalhes nas diferentes versões da história, consolidar a retenção do conteúdo através das releituras e ajudar a esclarecer pontos da história que não tenham ficado claros na primeira leitura através de maneiras diferentes de narrar o mesmo conteúdo.

Aferimos um potencial de releitura bastante positivo, sendo que todos os participantes sentiram curiosidade para voltar a ler o livro. Concluimos também que o protótipo foi capaz de transmitir as mensagens educativas com eficácia, uma vez que os participantes demonstraram que a moral da história foi o aspeto que pareceu ter ficado mais retido da experiência de leitura.

Os participantes demonstraram empatia, entusiasmo e envolvimento com a interação com o livro digital de narrativa multilinear. Contudo, devemos encarar os resultados com espírito crítico, considerando o papel do efeito “novidade” (Willingham, 2010, p. 24) na utilização do protótipo. Poderá ser assim interessante, em trabalho futuro, proceder a novos testes, faseados, para aferir o entusiasmo, a retenção da moral da história e todos os outros resultados ao longo do tempo.

## **Conclusão**

Considerando a leitura uma das principais competências necessárias para o exercício de uma cidadania bem formada e informada numa sociedade digital em que a informação flui com uma facilidade e rapidez sem precedentes, evidencia-se a necessidade de repensar a educação para a leitura, aproveitando o potencial das novas tecnologias da informação e comunicação e de dinâmicas de aprendizagem informal e de *edutainment*, em que o uso de estruturas narrativas hipertextuais, cibertextuais e ergódicas poderá ter especial interesse. Este artigo procurou fazer um levantamento

teórico que sustente uma compreensão integrada da problemática da educação para a leitura na Era da Informação, refletindo sobre o potencial de trazer novas poéticas e estruturas narrativas para a esfera educativa, procurando alcançar o envolvimento do público jovem em atividades de leitura.

As questões levantadas em torno do impacto que os novos media poderão ter na educação e na própria leitura como atividade central à educação, bem como as conclusões que apontam para a tendência de encarar a internet como fonte preferencial de leitura do público jovem, sugerem algumas pistas sobre onde atuar e que estratégias poderão ser interessantes para tentar colmatar este déficit de motivação para a leitura. Realçamos o potencial de considerar estratégias de *edutainment* baseado na exploração de narrativas educativas multilíneas para o envolvimento do público jovem em dinâmicas de aprendizagem informal. Realçamos igualmente a importância de tal dever ser feito procurando o equilíbrio entre as preferências e necessidades do público jovem com uma oferta que dê resposta a estas necessidades e que seja simultaneamente capaz de privilegiar competências de leitura sustentada. Consideramos que os desafios decorrentes da utilização das novas tecnologias e de estratégias de *edutainment* enumerados pela literatura deverão ser considerados de forma consciente na escolha de dinâmicas de ensino-aprendizagem deste cariz, mas importa igualmente não menosprezar o seu valor e potencial quando o objetivo for motivar e envolver o público jovem em determinado momento da sua aprendizagem. A solução passará por encontrar um equilíbrio entre a tecnoforia e a tecnofobia com que se encara a educação para a leitura, considerando que o mais relevante não será a tecnologia utilizada, mas sim a forma como esta é aproveitada em prole dos objetivos educativos.

Este artigo procurou identificar potenciais relações entre novas estruturas narrativas e a motivação para a leitura no público jovem e chamar a atenção para o espaço que existe ainda para explorar neste contexto em prole da educação para a leitura.

**Agradecimentos.** Os autores agradecem o apoio da Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT – Portugal), através da bolsa PD/BD/114139/2015.

## Referências

- Aarseth, E. J. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature Introduction: Ergodic Literature*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press. Retrieved from <http://williamwolff.org/wp-content/uploads/2013/01/aarseth-ergodic-ch1-1997.pdf>
- Addis, M. (2005). New technologies and cultural consumption—edutainment is born! *European Journal of Marketing*, 39(7/8), 729-736.
- Almeida, L. & Freire, T. (2003). A Investigação em Psicologia e Educação. In *Metodologia da Investigação em Psicologia e Educação* (pp. 18-34).
- Alves, M. M. & Battaiola, A. L. (2011). Recomendações para ampliar motivação em jogos e animações educacionais. *Anais Do X Simpósio Brasileiro de Games E Entretenimento Digital (SBGames2011)*, 1-5.
- Bardin, L. (2009). *Análise De Conteúdo. Análise de Conteúdo*. Lisboa.

- Bush, V. (1945). As we may think. *The Atlantic Monthly (July 1945)*, 176(1), 101-108. Retrieved from [www.theatlantic.com/doc/print/194507/bush](http://www.theatlantic.com/doc/print/194507/bush).
- Carr, N. (2010). *The shallows: How the internet is changing the way we think, read and remember*. Atlantic Books Ltd.
- Chartier, R. (2002). Before and After Gutenberg. A Conversation with Roger Chartier. *The Book & The Computer*, April, 30.
- Clément, J. (2000). Le e-book est-il le futur du livre?. In *Les savoirs déroutés. Journées professionnelles* (pp. 129-141).
- Coelho, S. M. M.; Dias, P. M. B. da S. & Oliveira, C. C. (2006). *Educação e Imaginário: outras redes de sentido. Narrativas ficcionais e linguagens multimédia*. Retrieved from [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6915/1/tese\\_de\\_sónia\\_coelho.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6915/1/tese_de_sónia_coelho.pdf)
- Coover, R. (1992). The end of books. *New York Times Book Review*, 21(6), 23-25.
- Coutinho, C. (2011). Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas, Teoria e Prática. In *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas, Teoria e Prática* (pp. 9-41). Coimbra: Almedina.
- Couto, R. M. & Oliveira, C. C. (2011). *Percepção e Cibercepção na leitura digital Critérios a adoptar para melhorar a eficácia da leitura de artigos nos Tablets*. Universidade do Porto. Retrieved from <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/61298/1/000149136.pdf>
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper & Row.
- De Jong, M. T. S. & Bus, A. (2003). How well suited are electronic books to supporting literacy?. *Journal of Early Childhood Literacy*, 3(2), 147-164. <https://doi.org/10.1177/14687984030032002> CITATIONS
- Floridi, L. (1999). *Philosophy and Computing: An introduction*. London and New York: Routledge. Retrieved from [http://uwch-4.humanities.washington.edu/Texts/JOSH-H/Philosophy Guides, Analysis' and Resources \(ver.2\)/Philosophy and Computing – An Introduction.pdf](http://uwch-4.humanities.washington.edu/Texts/JOSH-H/Philosophy Guides, Analysis' and Resources (ver.2)/Philosophy and Computing – An Introduction.pdf)
- Furtado, J. A. (2002). Livro e leitura no novo ambiente digital. Retrieved December 14, 2017, from [www.educ.fc.ul.pt/hyper/resources/afurtado/index.htm](http://www.educ.fc.ul.pt/hyper/resources/afurtado/index.htm)
- Gómez, G. R.; Flores, J. G. & Jimenez, E. G. (1999). *Metodología de la investigación Cualitativa*. Aljibe. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU press.
- Kress, G. (2003). *Literacy in the New Media Age. Literacies*, vol. 10. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203164754>
- Labbo, L. D. & Reinking, D. (1999). Negotiating the multiple realities of technology in literacy research and instruction. *Reading Research Quarterly*, 34(4), 478-492. <https://doi.org/10.1598/RRQ.34.4.5>
- Landow, G. P. (1997). *Hypertext 2.0: The convergence of contemporary critical theory and technology (Parallax: Re-visions of Culture and Society Series)*. Johns Hopkins University Press.

- Landow, G. P. (2006). *Hypertext 3.0: Critical Theory and New Media in an Era of Globalization*. Baltimore; London: The Johns Hopkins University Press, Cop. 2006.
- Maduro, D. C. (2016). Histórias por um fio: narração mediada em tempo real. *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, (47), 141-156. <https://doi.org/10.1590/2316-4018477>
- Malone, T. W. & Lepper, M. R. (1987). Making learning fun: A taxonomy of intrinsic motivations for learning. *Aptitude Learning and Instruction*. [https://doi.org/10.1016/S0037-6337\(09\)70509-1](https://doi.org/10.1016/S0037-6337(09)70509-1)
- Manata, E. F. (2011). *Atitudes dos jovens face à leitura e a si próprios: um estudo com alunos do 7.º e 9.º ano*. Universidade de Lisboa. Retrieved from [http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/5684/1/ulfpie039817\\_tm.pdf](http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/5684/1/ulfpie039817_tm.pdf)
- McKenna, M. C.; Conradi, K. & Meyer, J. P. (2012). Reading attitudes of middle school students: Results of a U. S. survey. *Reading Research Quarterly*, 47(3), 283-306. <https://doi.org/10.1002/RRQ.021>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The extensions of man*. New American Library. <https://doi.org/10.2307/2711172>
- Monteiro, J.; Carvalhais, M. & Morais, C. (2013). *A narrativa multilinear no livro digital educativo: Uma experiência de desenvolvimento e utilização com alunos do 1.º ciclo do ensino básico*. Porto: Universidade do Porto.
- Nelson, T. H. (1993). *Literary machines 93.1*. Mindful Press.
- Okan, Z. (2003). Edutainment: is learning at risk?. *British Journal of Educational Technology*, 34(3), 255-264. Retrieved from [www.savie.ca/SAGE/Articles/1084\\_453-Okan-2003.pdf](http://www.savie.ca/SAGE/Articles/1084_453-Okan-2003.pdf)
- Pereira, S.; Pinto, M. & Moura, P. (2015). *Níveis de literacia mediática: Estudo exploratório com jovens do 12º ano*. Universidade do Minho. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS).
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On The Horizon*, 9(5), 1-6. <https://doi.org/10.1001/archderm.143.4.515>
- Raley, R. (2001). Reveal Codes: Hypertext and Performance. *Postmodern Culture*. <https://doi.org/10.1353/pmc.2001.0023>
- Reinking, D. & Bridwell-Bowles, L. (1991). Computers in reading and writing. *Handbook of Reading Research*, 2, 310-340.
- Rosen, L. D. (2011). Teaching the iGeneration. *Educational Leadership*, 68(5), 10-15. Retrieved from [www.steveclarkprincipal.com/uploads/1/6/5/2/16527520/teaching\\_the\\_igeneration.pdf](http://www.steveclarkprincipal.com/uploads/1/6/5/2/16527520/teaching_the_igeneration.pdf)
- Seok, S. & DaCosta, B. (2017). Achieving Reading Competency: Factors That Influence Perceptions and Behaviors With Regard to Digital vs. Print Text. *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, vol. 2017 (pp. 1414-1419). Austin, TX, United States: AACE. Retrieved from [www.learntechlib.org/noaccess/177425/](http://www.learntechlib.org/noaccess/177425/)
- Silveira, A. P. S. da. (2011). A educação para os media: uma abordagem teórica acerca do conceito e da sua aplicação no contexto educativo. *Literacia, Media E Cidadania*, 0(0), 797-810. Retrieved from [www.lasics.uminho.pt/OJS/index.php/lmc/article/view/513/506](http://www.lasics.uminho.pt/OJS/index.php/lmc/article/view/513/506)

- Sloane, S. (2000). *Digital fictions: Storytelling in a material world*. Greenwood Publishing Group.
- Smith, C. R. (2001). Click and turn the page: An exploratorion of multiple storybook literacy. *Reading Research Quarterly*, 36(2), 152-183. <https://doi.org/10.1598/RRQ.36.2.3>
- Stevens, G. & de Vera, M. (2015). Action learning: cultural differences. *Action Learning: Research and Practice*, 12(2), 215-223. <https://doi.org/10.1080/14767333.2015.1049460>.
- Thomas, S.; Joseph, C.; Laccetti, J.; Mason, B.; Mills, S.; Perril, S. & Pullinger, K. (2007). Transliteration: Crossing divides. *First Monday*, 12(12). <https://doi.org/10.5210/fm.v12i12.2060>.
- Trabasso, T. & Van Den Broek, P. (1985). Causal thinking and the representation of narrative events. *Journal of Memory and Language*, 24(5), 612-630.
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103-113. Retrieved from <http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=103721595&S=R&D=a9h&EbscoContent=dGJyMMTo50Sep7M4wtvhOLCmr0%2BepdrSsam4SbCWxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGr0%2BzrrZOucPfgeyx43zx>.
- Vala, J. (1986). A análise de conteúdo. In *Metodologia das Ciências Sociais*, 7th ed. (pp. 101-128). Porto: Edições Afrontamento.
- Veloso, I. A. (2017). *A produção de jornalismo online para os jovens e o uso do Facebook: um estudo das notícias do P3*. Universidade do Minho. Retrieved from <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/46658/1/isadoraveloso.pdf>.
- Willingham, D. T. (2010). Have Technology and Multitasking Rewired How Students Learn?. *American Educator*, 34(2), 23-28. Retrieved from [www.aft.org/sites/default/files/periodicals/willingham-summer-10.pdf](http://www.aft.org/sites/default/files/periodicals/willingham-summer-10.pdf).
- Willingham, D. T. (2015a). For the Love of Reading. *American Educator*, 39(1), 4-48.
- Willingham, D. T. (2015b). *Raising kids who read: what parents and teachers can do* (1st ed.). Jossey Bass.
- Willingham, D. T. (2017). *The Reading Mind: A Cognitive Approach to Understanding How the Mind Reads* (1st ed.). Jossey Bass.
- Wolf, M. (2008). Proust and the Squid: The Story and Science of the Reading Brain. *New England Journal of Medicine*, 358(5), 30-31. <https://doi.org/10.1097/01.chi.0000360558.88531.3f>

## Narrative games in ergodic media

Miguel Carvalhais & Pedro Cardoso

INESCTEC & Faculty of Fine Arts, University of Porto

E-mail: mcarvalhais@fba.up.pt / pcardoso@fba.up.pt

### Abstract

Computational media allow the development of very particular relationships with readers. Their nature allows them to register static information but also complex and contingent behaviours that they are capable to operationalise, thus becoming interactive and immersive. These media exist in a dual state between a surface layer and a subface layer. These two are inextricably connected, with the subface often becoming a black box that can only be peered at through surface effusions that both mediate and isolate it. The procedural layer of the subface can be

discovered through a process of *virtuosic interpretation* that allows readers to form a *theory of system*, breeding empathy with it, and ultimately, transferring some of its processes to their minds. This paper focuses on how virtuosic interpretation is developed, and how from it stems the development of a unique kind of aesthetic experience. It explores how computational media, through anamorphosis and a dialectics of aporia and epiphany, become narrative games.

### 1. On Ergodic Media

COMPUTATIONAL media are often defined vaguely. Any media form that is processor- or process-based may fit this description, but they are often also described using a range of falsely equivalent terms such as *digital media*, *software-based media*, *computer media*, *algorithmic media*, *new media*, etc.. We prefer to define these forms as *computational media*, and the artworks produced with them as *computational artworks*, as systems in which *computation* is fundamental in their creation or development. *Computation*, itself an often loosely defined term, is any “process that obeys finitely describable rules.” (Rucker, 2005, p. 11) This may of course mean that digital computers are used in a work, but the term does not exclude works that do not resort to program code, algorithms of effective procedures (Weizenbaum, 1976, p. 46), but that rely instead on processes and computation as a “representational medium for describing structure and process.” (Mateas, 2005)

---

Data de submissão: 2017-12-17. Data de aprovação: 2018-07-19.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



In these media forms, computation is not only used because of its immediate qualities, but rather because it is understood to be meaningful, becoming one of the central aesthetic outputs of an artwork.

*Computational* is therefore not strictly a technological description, as the resources used in a given work can be classical, or non-computational in themselves, as we can find in e.g. Raymond Queneau's *Cent Mille Millions De Poèmes* (1961), Marc Saporta's *Composition N° 1* (1962), or in many of Zimoun's installations.<sup>1</sup> *Computational* here describes the processing of information, but the machine developing it does not need to be physically instantiated in the artwork itself, as it can be instantiated in the human reader.

What seems to be fundamental is how artworks are defined by computation and how this affects their nature and that of the relations humans<sup>2</sup> establish with them. If we prefer to describe these media forms in a way that is more focused on these relations than on their technological substrate, we may also use a term proposed by Espen Aarseth (1997) and call them *ergodic*.<sup>3</sup>

## 2. Black Boxes

Computational technologies are ubiquitous and pervasive. As a universal solvent for media (Hayles, 2005) they have been replacing many technologies in our lives and increasing the frequency of our contacts with ergodic media forms. As a growing number of media forms are created, distributed and experienced in computational contexts, both classical forms – as novels, films, etc. – and forms that are native to these media – as videogames, interactive fictions, etc. – start sharing several traits. Although some links with historical models or patterns tend to be preserved in this process – a phenomenon that breeds several cases of remediation or skeuomorphism<sup>4</sup> along the way – the effects of the “procedural attractor”<sup>5</sup> in the *digital medium*<sup>6</sup> are very strong and as such.

1. <http://zimoun.net/>

2. Regardless of each individual human's stance towards the work, e.g. as author, or reader. We could describe the human counterparts in these processes using terms as *users*, *interactors*, or *players* but, as none of these terms adequately describes them in all contexts, we have preferred to use the more generic term *reader*.

3. Although this term also exists in physics and mathematics, Aarseth defines it based on its etymology, from “the Greek words *ergon* and *hodos*, meaning ‘work’ and ‘path’.” (1997, p. 1). He uses it to describe texts in which the reader is required to do an amount of “nontrivial effort” to traverse them, where users effectuate “a semiotic sequence, and this selective movement is a work of physical construction that the various concepts of ‘reading’ do not account for.” (1997, p. 1) This ergodic level of a medium is developed concurrently with other levels, such as description or narration.

4. *Skeuomorphism* is the intentional imitation of features from other materials or artefacts in the design of an artefact. Common examples can be found in the mimicking of physical controllers in user interfaces, “old-style mechanical representations in our new digital environments” (Cooper et al., 2014).

5. A term we derive from the mathematical concept of attractor in dynamical systems, the set of states to which a system tends to evolve regardless of the wide variety of starting conditions it may have (Lorenz, 1995; DeLanda, 1997). This concept was quickly repurposed in other areas of knowledge, e.g. the study of morphogenesis both in natural as in artificial systems (Alexander, 2002; Ball, 2004). As in computational media *procedurality* is the strongest of affordances, even media artefacts designed to explicitly simulate characteristics of classical media as e.g. linearity, tend to become procedural and to break away from those constraints.

6. Janet Murray argues that computational technologies allow the emergence of a *Digital Medium* that very often seems plural to us, as it breeds so many apparently diverse forms (Murray, 2003, p. 3).

As media forms shift to computational contexts, contingent and complex behaviours become not only possible but almost inevitable. As new modes of communication become attainable, media forms become more participatory. As they develop complex topologies – because of the scale of information but also due to the ways how this information is presented – they become more spatial and encyclopaedic (Murray, 2012).

Therefore, *all* communication developed with these systems is characterised by a duality between *surface* and *subface* (Nake, 2016). The surface is the analogue sensorial layer of a medium, through which signs can be communicated to humans. The subface is the immaterial, algorithmic, substrate of a medium, where computation, code, and processes are developed.

*We do not usually have access to the subface. It is hidden, internal to the computer or the software system. (...) In ordinary terms, we may say that the subface is the algorithm, the description of the class, the program-and-data. In the same manner of describing the situation, the surface is the image on screen, in projection, be it still or dynamic, passive or interactive.*  
(Nake, 2016, p. 16)

The subface is inextricably linked to a surface that mediates it, but because readers are unable to directly access it, it is also inevitably secluded.<sup>7</sup> The subface therefore becomes a *black box* (Minsky, 1972, p. 32), a system that readers can only explore through its outputs, its surface effusions. But if with many black boxes one may not be interested so much in their inner workings as on their results or outputs, in computational artworks the mechanics of the black box become fundamental to understand.

### 3. Aesthetics of Mechanics

The *mechanics* layer of a computational system is defined by the MDA<sup>8</sup> Framework as “the particular components of the game, at the level of data representation and algorithms.” (Hunicke, LeBlanc, & Zubek, 2004) The “run-time behavior of the mechanics acting on player inputs and each others’ outputs over time” is then described as the system’s *dynamics*, which in turn will give rise to the layer of *aesthetics*, that of the “emotional responses evoked” in the readers during the contact with the system.

The MDA framework was developed to study videogames, with its fundamental focus resting on the “idea that games are *more like artifacts* than media”, i.e. that their central content is *behaviour*, “not the media that streams (...) towards the player.” MDA therefore becomes relevant to the study of other computational and ergodic forms precisely because of how it establishes each of these layers as a “lens” or a “view” of the system, separate from one another but causally linked, both from the designer’s as from the reader’s points of view.

---

7. We could argue that even in systems that give readers direct access to representations of program code, the subface is still being mediated by a surface, in this case the representation of the subface as program code that still needs to be interpreted or compiled. The subface is therefore not the program code in itself, but rather those processes that are instantiated in the computational machine, and although these are only represented by the program code, they are not *the* program code.

8. MDA stands for *Mechanics, Dynamics, and Aesthetics*.



*From the player's perspective, aesthetics set the tone, which is born out in observable dynamics and eventually, operable mechanics.* (Hunicke, LeBlanc, & Zubek, 2004)

If *dynamics* are observable by reader, the layer of *mechanics* is usually not directly perceivable. However, in many ways it is at least as relevant to the aesthetic experience as the dynamics. We should be careful to not understand mechanics as synonymous with subface, and dynamics as synonymous with surface. We believe that what Nike describes as subface includes the layer of mechanics but also intersects that of dynamics, while the surface starts at the level of the dynamics and overlaps aesthetics but does not include the entirety of this last layer – as MDA's aesthetics also includes phenomena that are exogenous to the artwork, and internal to the human.

In open-ended systems that are able to generate seemingly endless outputs and variations, if the reader only follows the surface of the system, they may be confronted with something that may very well be infinite, or at least potentially infinite at a human scale. In these cases, regardless of how much effort and time may be put into reading a system, no human will ever be able to fully exhaust its outputs. As two examples of this we may consider the  $10^{14}$  different sonnets that Raymond Queneau's *Cent Mille Millions De Poèmes* (1961) is able to generate, or the  $1.8 \times 10^{308}$  unique icons that John F. Simon Jr.'s *Every Icon* (1997) is able to produce, magnitudes that are impossible to be experienced to completeness during an entire human lifespan. Furthermore, even if every single of these outputs is *new*, their *surprise* and *value* to any given reader tend to decrease proportionally to the total number of outputs perceived (Boden, 2004). Therefore, a *full* and *complete* reading of all the outputs is not only impossible, as it is also not intended. What then constitutes the focus of the aesthetic experience of these artworks? And how are readers able to experience closure in their reading?

We propose that the aesthetic enjoyment of computational works is deeply linked with the understanding of their subface. Signs produced by computational systems have a dual nature, and although the relationship between subface processes and surface signs is arbitrary – i.e. not being constrained in principle by the physical materiality of any given medium or material (Aarseth, 1997, p. 40) – the surface level remains fundamental. This happens for two reasons. The first is how often it is the focus of aesthetic enjoyment, with surface signs being appreciated per se, for the forms, rhythms, narratives, etc. that are created and conveyed. The second is how surface signs are often the only gateway available for readers to understand what may be going on at the internal level of the subface. If the subface ontologically precedes the surface, setting the field for everything that may happen there and that can only be “fully understood (...) in light of the internal” level, it is also true that from the reader's point of view, whatever is at the subface level “can only be fully experienced by way of the external, expressive level” (Aarseth, 1997, p. 40) of the surface.

If we cannot exhaust surface signs, understanding the subface may allow us to anticipate an artwork's formal development, its behaviours and outputs. In interactive systems, it will also allow us to understand the “repertoire of possible steps and rhythms” and to “improvise a particular dance among the many, many possible dances the author has enabled” (Murray, 1997, p. 153).

Once we realise that these works are not merely objects but rather machines that may evolve autonomously from the reader,<sup>9</sup> the development of a degree of empathy with them, of a model or mental simulation of its subface, of what we may call a *Theory of the System* (ToS),<sup>10</sup> may allow readers to develop a procedural understanding of the artefact, and through this, to attain an experience of closure.

It should be noted that this ToS is often not a full mental simulation of the system's mechanics. We prefer to think of it as an intuitive understanding of the subface, a collection of mental models of the system (Ramachandran, 2011), of heuristics that help to foresee behaviours (Norman, 2007; Murtaugh, 2008), and not as a formal description of its mechanics or of its actual code. Furthermore, we do not follow or model all the computational processes in an artwork. What we follow are those processes that are perceived to be relevant from causal and aesthetic points of view. Many other processes, perhaps even the majority of the processes that constitute an artwork, are perfunctory or transparent, and as such do not need to be considered.

#### 4. Reading Processes

If understanding the subface is fundamental to aesthetic enjoyment, and the surface is the only entrance point we have to the subface, it follows that reading these systems becomes more than the interpretation of their surface signs but also the exercise of inferring the subface from the surface. How can this process be developed?

Some artworks can be seen as *white boxes*, because they present readers with code or a pseudo-code description of the processes in the subface. An example of these procedural descriptions can be found in *Every Icon* (1997), an iterative process shown on a LCD screen and accompanied by the following text<sup>11</sup>:

*Given: An icon described by a 32 × 32 grid.*

*Allowed: Any element of the grid to be colored black or white.*

*Shown: Every icon.*

Some works show actual code, as Pall Thayer's *Microcodes* series, from which *Sleep* (2009) presents itself as two lines of Perl:

```
#!/usr/bin/perl  
sleep((8*60)*60);
```

---

9. Regardless of whether interaction is part of the process or not.

10. A concept we derive from the *Theory of Mind* (ToM), the capacity to build mental models of other persons' minds (Metzinger, 2009; Ramachandran, 2011), to "imagine the mind of others" (Dehaene, 2009). It is ToM that allows us to "be aware of such mental states as desires and intentions in both ourselves and others" (Shermer, 2011, p. 87) and to become able to attribute agency to others (both humans, as animals and other objects, artefacts, or systems). ToM is engaged by many narrative forms, such as the theatre of novels, where we "construct [...] mental states from the observable actions and from what the protagonists choose to report to us." (Zunshine, 2006)

11. Simon does not present the actual code but summarises it in three phrases. "If you can think like a programmer, you can reconstruct the binary formula behind his marching pixels, but Simon's paraphrase is so guileless that lay viewers can get a feeling for the dynamic as well." (Blais & Ippolito, 2006, p. 25)

Casey Reas's *Process* series are presented as artefacts – sometimes dynamic, other times static – that are accompanied by pseudo-code descriptions of elements such as:

*Element 1*

*Form 1: Circle*

*Behavior 1: Move in a straight line*

*Behavior 2: Constrain to surface*

*Behavior 3: Change direction while touching another element*

*Behavior 4: Move away from an overlapping element*

And processes, such as:

*Process 4*

*A rectangular surface filled with varying sizes of Element 1. Draw a line from the centers of Elements that are touching. Set the value of the shortest possible line to black and the longest to white, with varying grass representing values in between.*

But white box systems are rare. Not only they demand users to be able to understand the code or its descriptions, as they may quickly turn into black box systems due to the complexity of the processes that are presented. Even if a reader is able to grasp the entirety of the procedural descriptions and is able to imagine their deployment, beyond what seems to be a low threshold of complexity, its development may very well be impossible to follow. If the processes of *Every Icon* or *Sleep* are easy to work out to their ultimate consequences, allowing readers to either compute them step by step or quickly imagine all of their possible formal outputs,<sup>12</sup> those of *Process 4* (2005) are far more complex, and even if a reader understands the descriptions, they will almost inevitably find it difficult to predict their development. Given some of the clues in the pseudo-code, regarding e.g. colours or shapes, some understanding of the field of possibilities will be attained, but this is probably not enough to anticipate the actual formal and behavioural outputs of the system.

If a reader is faced with an interactive *black box* system, they may be able to directly peruse its surface and through interaction try to probe the subface, trying to understand its mechanics through direct testing (Lopes, 2010; Kwastek, 2013). But even direct interaction may not suffice to grasp the subface, and furthermore, not all systems are interactive. Therefore, how is the surface read in search of the subface?

The process we describe as *virtuosic interpretation* (Carvalhais & Cardoso, 2015b, 2017) starts, like every reading act, with the interpretative user function (Aarseth, 1997, p. 62), through which information starts flowing from the surface to the reader. This interpretative function is omnipresent, and is found not only in ergodic forms as well as in all other media forms, where it is the only function accessible to readers and as such very often dominant (Bogost, 2006, p. 108). Ergodic forms are characterised precisely for allowing the development of further user functions,

12. Or, to be more precise, to understand the complete field of possibilities within which the system's behaviours will happen and the outputs be generated (Upton, 2015), and to imagine possible articulations to be developed inside this field, which is to say, consequently, to also imagine all the behaviours and outputs that the system will not be likely or able to produce.

such as the *explorative* and the *configurative* functions (Aarseth, 1997, p. 62; Carvalhais, 2016, p. 244). Through the first of these a reader will be able to decide which paths to follow along the experience of a system, while through the second they will manage to select or create new surface units within the system.

The balance between functions may vary depending on the dynamics of a system, and whether it allows for direct interaction. In non-interactive systems, or in *vicarious interaction* (Kwastek, 2013, p. 94; Carvalhais & Cardoso, 2015a), the interpretative function will take the lead role, but whenever interaction is possible, any of the other functions may lead.<sup>13</sup> The procedural modality (Strickland, 2007; Carvalhais, 2016), the human penchant for pattern detection (Eagleman, 2011; Shermer, 2011, p. 5) and for identifying intentional stances and causal relations and affinities (Pinker, 1999), will nevertheless still allow us to develop the explorative and configurative functions even in non-interactive systems. However, these are not directly developed in or with the system.

As surface signs are read and causal relations deduced, the reader will amass information. Mechanics previously experienced in other systems may also be adapted to the current context.<sup>14</sup> From all these, the reader will be able to develop a tentative mental model of the system, a conjectural ToS. This ToS can then be iteratively refined through confrontation with the actual system, which will allow the confirmation, fine-tuning, or falsification of the hypotheses therein encapsulated.

This effort is dependent on the reader's capability to deduce, remember, and repurpose processes, but also on the possibility to establish multiple contacts with the system, so that the ToS may be evaluated.<sup>15</sup>

This is a gradual process of creation of meaning. The interpretation of signs, behaviours, and processes is by and large a subconscious process of learning, of building of knowledge about the system and of progressively reducing the uncertainty about its behaviour. It is a process of gradually getting to understand the machine through direct contact with its surface effusions or indirect contact with its simulations in the ToS.

## 5. Towards Empathy

As a consequence of virtuosic interpretation, an artwork becomes more than its layers of mechanics, dynamics, and aesthetics, being expanded by two further layers that are developed mentally by the reader and are continuously confronted with it: a layer of *simulated dynamics*, and one of *simulated mechanics*.

The system thus becomes more than just its surface representations and the particular computational instantiation one is confronted with. As a reader develops empathy with the system, some of its mechanics are effectively transferred to the reader's mind, where processes may continue to

---

13. This is often the case with games or with game-like experiences.

14. These may include mechanics from physics, and other real-life examples that may be analogue in any way to the system being read.

15. The capability to establish multiple contacts can greatly vary, ranging from the trivial, with dynamic generative systems, to the very difficult, with analogue outputs from computational systems as e.g. prints, silkscreens, plots, 3D prints or other media. In cases such as these, virtuosic interpretation may nevertheless be possible to develop, although at a level far more removed from the actual computational artefact.

be developed far beyond the duration of the actual contact. We can then regard the dissemination or replication of a work's procedural foci to human minds as one of the goals of computational artworks, perhaps their quintessential goal.<sup>16</sup>

Furthermore, during the process of virtuosic interpretation, this trial-and-error stage of developing a ToS, the reader is as likely to find models capable of producing good previsions as of running into models that do not and that are quickly falsified when confronted with the artwork. Finding that a model is false or incorrect will allow for its revision and correction but will inevitably also lead to an experience of aporia (Aarseth, 1997, p. 91). Conversely, the confirmation of a model through the verification of its predictions will lead the reader to experiences of epiphany.

This aporia-epiphany dynamic is conducive to the development of a unique kind of aesthetic experience that resorts to cognitive processes not often explored in other media. Not being in itself a narrative structure, this dynamic "constitutes a more fundamental layer of human experience, from which narratives are spun." (Aarseth, 1997, p. 92) As such, computational media become *narrative games* that involve the reader in processes of anamorphosis by leading them to assume unconventional stances towards the medium, and ultimately to forfeiting the original medium altogether, once that the processes are transferred through virtuosic interpretation and the development of a ToS.

### Acknowledgements

*FourEyes* is a Research Line within project "TEC4Growth – Pervasive Intelligence, Enhancers and Proofs of Concept with Industrial Impact/NORTE-01- 0145-FEDER-000020" financed by the North Portugal Regional Operational Programme (NORTE 2020), under the PORTUGAL 2020 Partnership Agreement, and through the European Regional Development Fund (ERDF).

### References

- Aarseth, E. J. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press.
- Albert, S. (2009). Artware. In J. B. Slater & P. v. M. Broekman (eds.), *Proud to Be Flesh: A Mute Magazine Anthology of Cultural Politics After the Net* (pp. 89-92). London: Mute Publishing.
- Alexander, C. (2002). *The Nature of Order: An Essay on the Art of Building and the Nature of the Universe. Book Two: The Process of Creating Life*. Berkeley, CA: The Center for Environmental Structure.

16. We could establish a parallel with conceptual art, given that the main goal of both forms seems to be the transmission of concepts, procedures or instructions (Albert, 2009). Both in conceptual art as in computational art, very often the artist's attention "is focused on exploring systems for their own intrinsic value" (Galanter, 2003, p. 18) but in computational art, code and processes are almost never communicated directly to the reader but are rather mediated by artefacts that embody and instantiate it, that mediate it through computation. Therefore, computational art so becomes because it communicates computation through computation, *expressing* computation.

- Ball, P. (2004). *The Self-Made Tapestry: Pattern Formation in Nature*. Oxford: Oxford University Press.
- Berry, D. M. (2011). *The Philosophy of Software: Code and Mediation in the Digital Age*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Blais, J., & Ippolito, J. (2006). *At the Edge of Art*. London: Thames & Hudson.
- Boden, M. A. (2004). *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. (Second ed.). London: Routledge.
- Bogost, I. (2006). *Unit Operations: An Approach to Videogame Criticism*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Carvalhais, M. (2016). *Artificial Aesthetics: Creative Practices in Computational Art and Design*. Porto: U.Porto Edições.
- Carvalhais, M. & Cardoso, P. (2015a). Beyond Vicarious Interactions: From Theory of Mind to Theories of Systems in Ergodic Artefacts. Paper presented at *xCoAx 2015*, Glasgow. <http://2015.xcoax.org/pdf/xcoax2015-Carvalhais.pdf>.
- Carvalhais, M. & Cardoso, P. (2015b). What Then Happens When Interaction is Not Possible: The Virtuosoic Interpretation of Ergodic Artefacts. *Journal of Science and Technology of the Arts*, 7(1): 55-62. doi: 10.7559/citarj.v7i1.144.
- Carvalhais, M. & Cardoso, P. (2017). Creation of Meaning in Processor-based Artefacts. Paper presented at *ISEA 2017, Bio-Creation and Peace*, Manizales.
- Cooper, A.; Reimann, R.; Cronin, D. & Noessel, C. (2014). *About Face: The Essentials of Interaction Design*, Fourth Edition. Indianapolis, IN: Wiley.
- Dehaene, S. (2009). *Reading in the Brain: The Science and Evolution of a Human Invention*. New York, NY: Viking.
- DeLanda, M. (1997). *A Thousand Years of Nonlinear History*. Brooklyn, NY: Zone Books.
- Eagleman, D. M. (2011). *Incognito: The Secret Lives of the Brain*. New York, NY: Pantheon Books.
- Galanter, P. (2003). *What is Generative Art? Complexity theory as a context for art theory*. Paper presented at the Generative Art, Milan. [www.philipgalanter.com/downloads/ga2003\\_what\\_is\\_genart.pdf](http://www.philipgalanter.com/downloads/ga2003_what_is_genart.pdf)
- Hayles, N. K. (2005). *My Mother Was a Computer: Digital Subjects and Literary Texts*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Hunicke, R.; LeBlanc, M. & Zubek, R. (2004). *MDA: A formal approach to game design and game research*. Paper presented at the Challenges in Games AI Workshop, Nineteenth National Conference of Artificial Intelligence, San Jose, CA.
- Kwastek, K. (2013). *Aesthetics of Interaction in Digital Art* (N. Warde, Trans.). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Lopes, D. M. (2010). *A Philosophy of Computer Art*. Oxon: Routledge.

- Lorenz, E. N. (1995). *The Essence of Chaos*. Seattle, WA: University of Washington Press.
- Mateas, M. (2005). Procedural Literacy: Educating the New Media Practitioner. *On The Horizon. Special Issue: Future of Games, Simulations and Interactive Media in Learning Contexts*, 13(1).
- Metzinger, T. (2009). *The Ego Tunnel: The Science of the Mind and the Myth of the Self*. New York, NY: Basic Books.
- Minsky, M. (1972). *Computation: Finite and Infinite Machines*. London: Prentice-Hall International.
- Murray, J. H. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Murray, J. H. (2003). Inventing the Medium. In N. Wardrip-Fruin & N. Montfort (eds.), *The New Media Reader* (pp. 3-11). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Murray, J. H. (2012). *Inventing the Medium: Principles of Interaction Design as a Cultural Practice*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Murtaugh, M. (2008). Interaction. In M. Fuller (ed.), *Software Studies: A Lexicon* (pp. 143-149). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Nake, F. (2016). The Disappearing Masterpiece. In M. Verdicchio, A. Clifford, A. Rangel, & M. Carvalhais (eds.), *xCoAx 2016: Proceedings of the fourth conference on Computation, Communication, Aesthetics, and X*. (pp. 11-26). Bergamo.
- Norman, D. A. (2007). *The Design of Future Things*. Philadelphia, PA: Basic Books.
- Pinker, S. (1999). *How the Mind Works*. London: Penguin Books.
- Queneau, R. (1961). *Cent Mille Millions de Poèmes*. Paris: Gallimard.
- Reas, C. E. B. (2005). *Process 4*.
- Ramachandran, V. S. (2011). *The Tell-Tale Brain: A Neuroscientist's Quest for What Makes Us Human*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- Rucker, R. (2005). *The Lifebox, the Seashell, and the Soul: What Gnarly Computation Taught Me About Ultimate Reality, the Meaning of Life, and How to Be Happy*. New York, NY: Thunder's Mouth Press.
- Shermer, M. (2011). *The Believing Brain: From Ghosts and Gods to Politics and Conspiracies – How We Construct Beliefs and Reinforce Them as Truths*. New York, NY: Times Books.
- Simon, J. F., Jr. (1997). *Every Icon*.
- Strickland, S. (2007). Quantum Poetics: Six Thoughts. In E. Kac (ed.), *Media Poetry: An International Anthology* (pp. 25-44). Bristol: Intellect.
- Thayer, P. (2009). *Sleep*.
- Upton, B. (2015). *The Aesthetic of Play*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Weizenbaum, J. (1976). *Computer Power and Human Reason: From Judgment to Calculation*. San Francisco, CA: W. H. Freeman and Company.

Zunshine, L. (2006). *Why We Read Fiction: Theory of Mind and the Novel*. Columbus, OH: Ohio State University Press.





## From narrative machines to practice-based research: making the case for a digital Renaissance

Paulo Nuno Vicente

Universidade Nova de Lisboa, iNOVA Media Lab

E-mail: inovamedialab@fcsh.unl.pt

### Abstract

Contemporary communication sciences are embedded with theoretical traditions supportive of an occupational boundary work: the social and the cultural world as a strict sociological and anthropological object of study and the material world as the domain of scientists and engineers. This epistemic divide places communication sciences before a future shock, by failing to respond explicitly to emerging mediations made possible by radical technologies. Practice-based research (PbR) is still under-

represented in communication studies and has yet to be further articulated in order to provide a clear epistemological foundation. This paper objective is to fill in that knowledge gap: it positions digital media as a transdisciplinary scientific domain with a triple helix structure (hardware, interface, and software studies), placing PbR as a critical native methodological approach and presenting a holistic research framework.

Keywords: digital media; embodied mind paradigm; narrative machines; practice-based research; transdisciplinarity.

**S**INCE the evolving relations between computers, digital interfaces, and on-line networks entered the spheres of human expression and communication, various umbrella nomenclatures were advanced as an attempt to situate and legitimize particular scopes of practice and academic research. Whether taken as a field, a discipline or an interdiscipline, the catalog of designations span from Internet studies, multimedia, cyberculture, digital culture, new media, interactive media, computer-mediated communication, human-computer interaction, software studies, cultural computing, and a full range of *cyber* and *e-* subsidiaries linked to the particularities of disciplinary, occupational and thematic settings (e.g. cyberpsychology, cyberjournalism, e-learning, e-health).

Particular ontological considerations (what digital media *is*) have given rise to specific epistemologies (what and how can we *know* about digital media) and the research project, rather than the domain, has been the privileged site for interdisciplinarity. Academic departments were institutionalized, study programs and courses were created, and scientific journals published. Theoretical

Data de submissão: 2018-03-12. Data de aprovação: 2018-09-24.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



models were conceived, methodological tools developed and practical applications produced, addressing the vast gamut of social and cultural phenomena connected with the use of computers, the Internet and virtual worlds in communication, but often to establish these as “new terrains for old methods” and “quarantine the novelty of electronic media” (Venturini & Latour, 2009, pp. 89-90).

Subject fragmentation has been the tacit condition for knowledge formation in digital media research: we are able to collect and address the fragments, but there are still epistemic fractures, and these hinder a better reflection on the subject’s nature and the implied phenomena. In this paper we take into account how the fissures at the ontological level constrain knowledge domain navigation and argue that current intellectual conditions in communication sciences affect explicit knowledge creation. The main question we address is: how can communication sciences remain relevant to contemporary societies in the face of emerging radical technologies and the mediations they enhance?

First, at the societal level, this question is justified because of the progressive network integration of radical technologies such as the smartphones, the Internet of Things, augmented and virtual reality, automation, machine learning and artificial intelligence, 3D printing, and cryptocurrency lean our everyday life towards connected objects, the augmentation of perception, and machinic discretion (Greenfield, 2018): the social fabric is being rewired, at the individual and at the institutional level, by complex technological systems which resemble black boxes, still considerably unaccountable both at the technical and infrastructural levels and at the communicational level (e.g. Ananny & Crawford, 2016; Diakopoulos, 2016).

Second, at the scientific and academic levels, because communication sciences are lagging behind in the study and teaching of the complex and largely opaque emerging mediations to which, in this paper, we call *narrative machines*, encompassing all forms of human-computer communication, particularly algorithmic, that are already and will be (de)materialized using those same technologies. Our premise is that communication sciences are on the verge of a future shock, one that “occurs when you are confronted by the fact that the world you were educated to believe in doesn’t exist” (Postman & Weingartner, 1969, p. 14): communication sciences need to be re-examined and expanded in the light of the contemporary communicational ecology and actively engage, in a forensic way, with the algorithmic turn, its grammars and structures.

Third, at the epistemic level, because former theoretical and disciplinary stances towards digital media started developing their own metatheories and metaconcepts, very often making these same constructs the topic of discourse, and very soon generating the need for message decryption across disciplines. To operationalize a link between biological, technological, social and cultural aspects of communication is still an exception and very often a matter of academic occupational boundary and contest (Bondebjerg, 2017).

If a *digital nature* (ontology) is to be recognized, that own nature shall be included in digital media knowledge (epistemology). In other words: if numerical representation changes the *nature* of media (Manovich, 2001) making volatile signs (Ryan, 2004) the raw material for intrinsically procedural environments in which the computer is fundamentally an engine (Murray, 1997), the current disciplinary digital divide is unsustainable between computer science, communication studies, arts, design, humanities and the social sciences.

In any case, a word of caution: this is not to say that legacy communication theories, as epistemologies, are to be disregarded by digital media scholars, nor that their academic legacy is undermined and reached the limits of their own contribution. Rather, it is to state that their seminal frameworks need to be expanded into a much more transdisciplinary perspective, but that this socio-technological expansion is still very scarcely recognized and applied within social and human sciences (e.g. Giglietto & Rossi, 2012; Hendler, Shadbolt, Hall, Berners-Lee, & Weitzer, 2008; Tress, Tress, Décamps, & d’Hauteserre, 2001).

### 1. The rise of narrative machines

The current ecosystem of smartspeakers, smart TVs and their computational assistants (Alexa, Cortana, Google Assistant, Siri), offers a glimpse into the world of emerging radical technologies and the increasing invisibility of mediation. At the moment, artificial intelligence speakers already allow for non-linear aural storytelling skills (e.g. *Select a Story*, Amazon Alexa). In a fictional narrative world of princes, fairies and dragons, the user gets to select the main character and the associated point of view, the story paths and ending, using voice as a command.

However, considering the ongoing developments in the personalization of artificial intelligence (e.g. Yang et al., 2018; Zhou, Huang, Hu, Zhu, & Tang, 2018), it is not far from sight the time when Alexa, Siri, Cortana and all the virtual assistants to come will actually have an holographic body, configurable artificial personality, *learning* from our own biometric data collected by wearable sensors and shared by Wi-Fi: the official soundtrack for our fictional and non-fictional stories automated from our Spotify profile, story world environments textured from our Instagram and YouTube accounts, heroes and villains profiled, plot points and narrative arcs structured from our Facebook and Twitter friends, and the story artifacts related to our on-line shopping environments.

While these are prospective renderings, here brought as an illustration, for a matter of relevance in the contemporary world, digital media research needs scenario planning (Rowland & Spaniol, 2017) since, more than a conditional statement, IFTTT (If This Than That) is becoming the aphorism of an Era where computer power finds biological knowledge and anthropomorphic interfaces (Harari, 2017).

Although human communication is naturally multimodal, integrating speech, gesture, movement of the body, digital media neomaterialities establish renewed and emergent conditions, structures and grammars for the mediated expression and communication (syntactic, aural, visual, kinetic and haptic both in 2D and in 3D environments), making clear how relevant it is to conceptualize the multimodal signal both as the “physical properties in terms of the channel through which it is sent” as “the receiver sensory systems used to detect it” (Higham & Hebets, 2013).

Currently, sonification algorithms are already used to help identify mutations in repetitive DNA sequences that are obscure by visual inspection (Temple, 2017): besides being seen (e.g. Goodstadt & Marti-Renom, 2017), DNA structures can now “tell a story” through musical instrument digital interface (MIDI) and be listened for scientific analysis. Similar examples of transdisciplinary collaboration as aesthetic experience and scientific inquiry can be found regarding texture, art and deep neural networks (Gatys, Ecker, & Bethge, 2017), the sonification of proteins (Dunn & Clark, 2006), ice core, radar, seismic and solar wind data (Quinn & Meeker, 2001), and alre-

ady translate at the consumer electronics' level in smartphone apps like Prisma, Artisto, Deep Art Turbo, which use image processing algorithms based on neural networks.

The socio-technical complexity and opacity of radical technologies, such as machine learning, as well as the global interdependence of contemporary societal challenges, are thus in stringent contrast with monodisciplinary communication sciences' theoretical frameworks, the required digital skills traditionally absent from social scientists' technical training, and with the overall disciplinary organization of university departments.

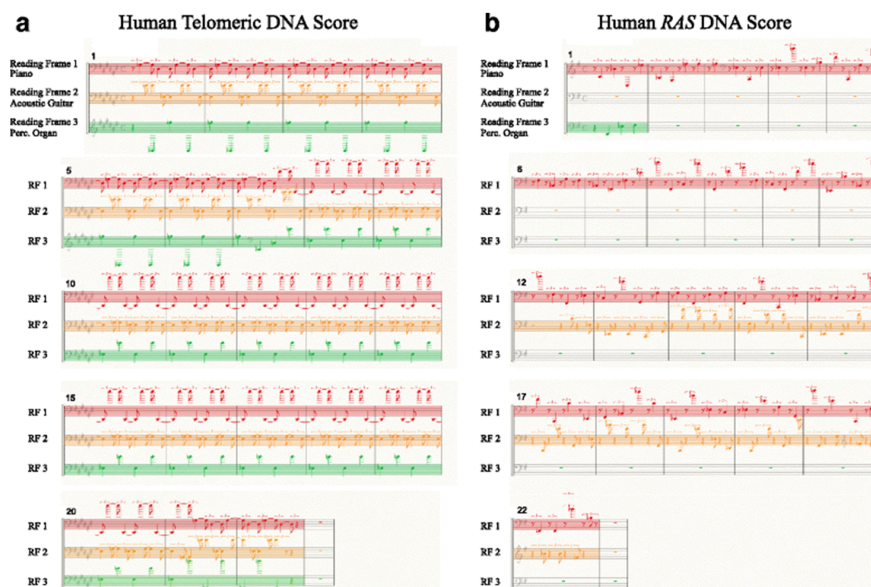


Figure 1. Musical score representation of DNA (Temple, 2017)

## 2. The triple helix of digital media and practice-based research

The articulation of technology, symbolic codes, particular social and cultural settings, economic and political contexts is what makes a medium (Postman, 1985). Therefore, a medium is the entanglement of systems (macro level), organizations (meso level), the individuals and their agency (micro level). We sustain that the multilayered nature and phenomena of digital media can only be properly addressed by a higher level of integration among *fields* and *disciplines*, working together to develop new theories, concepts, methods and applications around common problems. To this process towards transdisciplinarity we call a digital Renaissance.

For this articulation to be fully realized, a thick description of digital media as an expressive and communicative procedural instance is needed: both a procedural instance of (1) media design, (2) media creation and (3) media user experience. From the epistemic angle, this equals saying:

*Digital researchers don't study media; they study in media*<sup>1</sup>. As such, the locus of digital media research has a triple helix structure – hardware, interface, and software – and that (i)materiality needs to be made visible through a *know how/know why* methodological approach.

Hardware, interface, and software are cultural and social artifacts themselves just as they are the media technologies that allow for a plethora of other digital artifacts to be created and disseminated. Hardware, interface, and software are social and cultural actions. So, the contact with the system structures that *make* digital media realities is a fundamental requirement to a simultaneously *in* and *out* meaning-making. Studying *within* digital media the workings of the world, native digital researchers are expected to organically get their hands on computational systems (e.g. Ippolito, Blais, Smith, Evans, & Stormer, 2009).

The entanglement of digital media triple helix structure and multimodal communication challenges the legacy notion through which humans stand as the audience in relation to a narrative performance. Instead, expression and communication become active embodied experiences, more than an aesthetic event or work, with different sensible configurations (Elo & Luoto, 2014). This requires a paradigm shift in communication studies, as it stresses a need for theorist-practitioners that has been previously voiced, stating how many academics in social sciences and humanities still doesn't grasp how computers, software, and interfaces are the contemporary media for human creativity (e.g. Hookway, 2014; Manovich, 2013; Wardrip-Fruin & Harrigan, 2004).

**Table 1. Digital media triple helix research framework (HIS)**

Digital media research locus	Procedural instance	Representational attributes in 2D and 3 D
Hardware studies		Syntactic
	Media design	Aural
Interface studies	Media creation	Visual
	Media user experience	Kinetic
Software studies		Haptic

These neomaterialities and their inherent representational attributes are changing our relationship with the media, our representation as subjects, and restructuring culture and communication (Paul, 2015), requiring renewed modes of engagement from researchers. The epistemic divide between theory and practice in conventional communication studies disregards that practice-based research (PbR) is founded on a co-evolutionary premise “where the existing technology is used in a new way and from which technology research derives new answers: in turn, the use of new digital technology may lead to transformation of existing forms and traditional practices” (Edmonds et al., 2005, p. 458).

While practice generates the relevant artifacts and phenomena, scientific research grants its systematic investigation. Thus, “not only is practice embedded in the research process but research questions arise from the process of practice, the answers to which are directed towards enlightening and enhancing practice” (Candy & Edmonds, 2018, p. 63).

1. *Remixed* from Clifford Geertz' essay *Thick description: Toward an interpretive theory of culture*: “The locus of study is not the object of study. Anthropologists don't study villages (tribes, towns, neighborhoods...); they study in villages. (...) social actions are comments on more than themselves” (Geertz, 1973, p. 22).

As PbR is still under-represented in communication studies, it is relevant to make clear that, while interdependent, *practice* does not equals *research*. As a scientific method, PbR demands that researchers “develop theoretical frameworks that inform and guide the making and evaluation of the outcomes of their practice” (Edmonds & Candy, 2010, p. 470), i.e. for the research process it is central and unavoidable both the theoretical and conceptual constructs and working from *within* digital media to test and advance ideas.

This theorist-practitioner model and PbR find a resemblance with the Renaissance polymath genuine interest and craftsmanship in sciences, engineering and the arts and Renaissance studios translate into the contemporary media labs as native cultural settings for the transdisciplinary think-demo-publish iteration in research, as well as for the development of appropriate methods to address the domain specific subjects (e.g. Marres & Gerlitz, 2016; Rogers, 2013; Venturini, Munk, & Meunier, 2016).

### 3. The emerging science of narrative

If one is willing to understand what communication sciences, as a scientific domain, are and need to be in the face of radical technologies, one shall look at *what* practitioners do, *where* they do it, *how* they do it. The acknowledgement of creative studios as research laboratories challenges the boundary work of disciplines and academic departments, as it does the transdisciplinary link between biological, technological, social and cultural aspects of communication.

Evidence from cognitive neuroscience suggests that not only does the brain has a narrative basis – a regionally distributed neural network in the human central nervous system – as the ability for storytelling is responsible for structuring memory. Several states of dynarrativia, i.e. states of narrative impairment, have been reported and a relationship has been established between particular clinical manifestations (arrested narration, unbounded narration, undernarration, denarration) and neuroanatomic substrates, highlighting why, at the brain level, narrative is the fundamental process of organizing human experience: storytelling simultaneously prompts memory production and the (re)arranging of events into a state of coherence, consecution, and consequence (Marini, Zettin, & Galetto, 2014; Young & Saver, 2001).

In other words, the process of (re)creating and (re)telling stories (re)creates the memories’ (re)structuring. This is also what cognitive psychologists have termed, at the mind level, as the narrative construction of reality (Bruner, 1991). Thus, narrative organizes human experience at the brain level and it is the mental process through which we (re)construct the notion of reality. More recently, behavioral effects have been associated with a neurochemical release (oxytocin) in the brain triggered by emotionally engaging video narratives. Not only that but suggesting *post-narrative actions*, i.e. the power to affect attitudes, beliefs, and behaviors (Barraza & Zak, 2009; Lin, Grewal, Morin, Johnson, & Zak, 2013). Narratives can then be regarded as “neural firing and wiring as a product of enculturation” (Hutto & Kirchhoff, 2015).

Even though it was only in the late 1980s that the concept of an embodied mind began to have an operative effect on empirical research, its philosophical genesis is already found in the phenomenology of Husserl, Maurice Merleau-Ponty, and Martin Heidegger. The proposition of an *embodied cognition* challenges the Cartesian premise of a disembodied mind, i.e. the rigid sepa-

ration between body and mind, reason and emotion. In the opposite direction, modern embodied cognitive science signals “the significant causal or the significant physically constitutive role of the body in cognitive processing” (Wilson & Foglia, 2017).

Seminal contributions came from the study of metaphor in everyday meaning-making, suggesting that non-literal language is not an adornment or a merely entertaining device of human expression and communication, but reflects how a domain (e.g. love) is cognitively structured and how this structuring is actively informed by our physicality, moving the study of language beyond the traditional boundaries of conventional linguistics (Lakoff & Johnson, 1980).

With metaphor giving meaning to form and be conceptualized in terms of time and space, a natural research move went into *moving metaphors* and how these work as schemas in audiovisual and cinematic communication, i.e. how a set of linked mental representations of the world translate into space-time appropriation that is more complex than simple continuity (e.g. Bordwell, 1985, 1989; Isenhour, 1975; Pearlman, 2017).

As a response to the psychoanalytic-semiotic theoretical paradigm, these works established the research tradition of cognitive film theory, now a driving force in the bigger sphere of cognitive media theory (Nannicelli & Taberham, 2014). The inquiry on how human experience and interpret audiovisual and narrative structures in cinema and other visual media put the embodied mind paradigm into operation and can be traced back to the earlier concept of *enactive cognition* advanced by Varela, Thompson and Rosh (1991). Here the seminal idea is that our experiences are constructed through the interaction of mind-body-world, i.e. the creative mind as an articulation between cognition, society and culture, an idea that was further expanded towards artificial intelligence and robotics (e.g. Clark, 1996; Minsky, 1985).

#### **4. Contribution: an holistic framework for digital media and embodied narratives**

In this paper, we have sought to demonstrate how digital media research legacy has at its foundations a considerable subject fragmentation. This kaleidoscopic pulverization is not only due to the polymorphic nature of its artifacts and phenomena, to the coexistence of different disciplinary domestications, particular schools of thought and theoretical traditions in communication studies, but more precisely to how these defined what the subject is – its ontology – extracting specific moratoria with an impact on their epistemological frameworks: for instance, in explorations strongly embedded with the constructivist paradigm and cultural studies – two of the most important legacies in social and human sciences – the digital nature of the subject is still often left out or, at a minimum, disconnected from its technological realities and intricacies.

Even if often necessary and advisable for a convenient administrative division of scientific work, the theory-practice antinomy, as an *ethos* in digital media research, is remarkably limited to comprehensively address the complexity of contemporary radical technologies and their emerging mediation regimes. In this regard, we propose (1) a native scientific setting – digital media laboratories as studios – conceived as trading zones for boundary communication processes and artifacts, (2) an intrinsic methodology for theorist-practitioners – practice-based research as the interdependence of critical intellectual work (thick descriptions) and technological knowledge –



and (3) a holistic framework able to articulate and operationalize research in digital media as a transdisciplinary domain with a triple helix structure:

**Table 2. HIS research framework adapting and expanding Edmonds and Candy (2010)**

Digital media research locus	Procedural instance	Representational attributes in 2D and 3D	Elements	Activities	Outcomes	Operative verb
Hardware studies			Practice	Create Program Exhibit	Works	Demonstrate
Interface studies	Media design Media creation Media user experience	Syntactic Aural Visual Kinetic Haptic	Theory	Read Think Write	Frameworks	Think
Software studies			Evaluation	Observe Record Measure Analyze	Evaluations	Report

HIS research framework seeks to integrate the “reflexive conversation with the materials of the design situation” (Dahl, 2016, p. 76), as well a necessary holistic vision for practice, theory and evaluation across the different but symbiotic digital media locus, activities, outcomes, and operative verbs, pursuing to complement previous seminal work at the level of PbR research life cycles (Edmonds et al., 2005) and its trajectories’ mapping (Edmonds & Candy, 2010).

With this proposal we aim to establish a clear and articulated foundation, both at the ontological and at the epistemological levels, for further inquiries in the transdisciplinary domain of digital media, interconnecting its neomaterialities and including a scenario planning for contemporary algorithmic mediation and embodied narratives.

Findings from cognitive science make clear the need for a transdisciplinary endeavor in digital narrative studies able to bring to light the social brain, one that is changed when in contact with the representational attributes of the media and the arts. Digital media representational attributes open the possibilities for new multimodal signals in fictional and non-fictional narrative worlds. As such, HIS research framework foresees an emerging research agenda in cognitive digital media studies, entailing the connection between (1) digital story structures, (2) multimodal metaphors and (3) mediated cognition structures:

**Table 3. Emerging cognitive digital media studies research agenda**

Research topic	Objective	Exemplary research questions
Digital story structures	To develop a taxonomy of contemporary digital narrativity	What relationships exist between storytelling archetypes and conventions and digital media affordances? Are the invisible/immaterial contemporary narrative containers (e.g. algorithms) generating new storytelling structures?
Multimodal metaphors	To elicit how digital media representational attributes inform the creation of multimodal metaphors	How does multimodal non-literal language structures human domains?
Mediated cognition structures	To map the relations between cognitive processes and multimodal narrative structures	Do particular narrative structures and multimodal metaphors across particular digital media organize the structure of human experience and cognition differently?

HIS research model frames story structures as the organizational properties of a coherent narrative, organizing in a communicatively way the workings of the world. If mediation can be conceived as cognition, and thus media as cognitive instances, then, we propose, cognitive media theory needs to expand empirically towards digital media cognitive studies, including the now multimodal metaphors we live by. In the light of advances in cognitive sciences, the embodied mind paradigm requires a transdisciplinary approach in the study of human phenomena, putting previously disconnected disciplines to address complex problems.

An emerging science of narrative can now address stories and its structures as the result of a dynamic interplay between brain structures, the mind-body at work, the social and the cultural as lived experiences, and the technological basis of communication. For this research shift to be consolidated universities and research centers are called to embrace a digital Renaissance that fosters frontier intellectuals – digital humanists as theorist-practitioners – if more than programmed by external powers (political, economic, technological) they aspire to program the future of a human-centered communication.

## References

- Ananny, M. & Crawford, K. (2016). Seeing without knowing: Limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability. *New Media & Society*, 20(3): 973-989. DOI: 10.1177/1461444816676645
- Barraza, J. A. & Zak, P. J. (2009). Empathy toward strangers triggers oxytocin release and subsequent generosity. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1167: 182-189.

- Bondebjerg, I. (2017). The creative mind: cognition, society and culture. *Palgrave Communications*, 3(1): 19. DOI: 10.1057/s41599-017-0024-1
- Bordwell, D. (1985). *Narration in the fiction film*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Bordwell, D. (1989). *Making Meaning: Inference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Cambridge Massachussets: Harvard University Press.
- Bruner, J. (1991). The narrative construction of reality. *Critical Inquiry*, 18(1): 1-22.
- Candy, L. & Edmonds, E. (2018). Practice-Based Research in the Creative Arts: Foundations and Futures from the Front Line. *Leonardo*, 51(1): 63-69. DOI: 10.1162/LEON\_a\_01471
- Clark, A. (1996). *Being There: Putting Brain, Body, and World Together Again*. Cambridge, Massachussets: MIT Press.
- Dahl, L. (2016). Designing New Musical Interfaces as Research: What's the Problem?. *Leonardo*, 49(1): 76-77. DOI: 10.1162/LEON\_a\_01118
- Diakopoulos, N. (2016). Accountability in algorithmic decision making. *Communications of the ACM*, 59(2): 56-62. DOI: 10.1145/2844110
- Dunn, J. & Clark, M. A. (2006). Life Music: The Sonification of Proteins. *Leonardo*, 32(1): 25-32. DOI: 10.1162/002409499552966
- Edmonds, E. & Candy, L. (2010). Relating Theory, Practice and Evaluation in Practitioner Research. *Leonardo*, 43(5): 470-476. DOI: 10.1162/LEON\_a\_00040
- Edmonds, E.; Weakley, A.; Candy, L.; Fell, M.; Knott, R. & Pualetto, S. (2005). The studio as laboratory: Combining creative practice and digital technology research. *International Journal of Human-Computer Studies*, 63(4-5): 452-481. DOI: 10.1016/j.ijhcs.2005.04.012
- Elo, M. & Luoto, M. (eds.). (2014). *Senses of Embodiment: Art, Technics, Media*. Bern: Peter Lang.
- Gatys, L. A.; Ecker, A. S. & Bethge, M. (2017). Texture and art with deep neural networks. *Current Opinion in Neurobiology*, 46: 178-186. DOI: 10.1016/j.conb.2017.08.019
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books, Inc., Publishers.
- Giglietto, F. & Rossi, L. (2012). Ethics and Interdisciplinarity in Computational Social Science. *Methodological Innovations*, 7(1): 25-36. DOI: 10.4256/mio.2012.003
- Goodstadt, M. & Marti-Renom, M. A. (2017). Challenges for visualizing three-dimensional data in genomic browsers. *FEBS Letters*, 591(17): 2505-2519. DOI: 10.1002/1873-3468.12778
- Greenfield, A. (2018). *Radical technologies: the design of everyday life*. London, New York: Verso.
- Harari, Y. N. (2017). *Homo Deus: a brief history of tomorrow*. London: Vintage.
- Hendler, J.; Shadbolt, N.; Hall, W.; Berners-Lee, T. & Weitzer, D. (2008). Web science: an interdisciplinary approach to understanding the web. *Communications of the ACM - Web Science*, 51(7): 60-69. DOI: 10.1145/1364782.1364798

- Higham, J. & Hebets, E. A. (2013). An introduction to multimodal communication. *Behav Ecol Sociobiol*, 63: 1381-1388. DOI: 10.1007/s00265-013-1590-x
- Hookway, B. (2014). *Interface*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Hutto, D. D. & Kirchhoff, M. D. (2015). Looking beyond the brain: Social neuroscience meets narrative practice. *Cognitive Systems Research*, 34-35: 5-17. DOI: 10.1016/j.cogsys.2015.07.001
- Ippolito, J.; Blais, J.; Smith, O. F.; Evans, S. & Stormer, N. (2009). New criteria for new media. *Leonardo*, 42(1): 71-75. DOI: 10.1162/leon.2009.42.1.71
- Isenhour, J. P. (1975). The Effects of Context and Order in Film Editing. *AV Communication Review*, 23(1): 69-80.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lin, P.-Y.; Grewal, N. S.; Morin, C.; Johnson, W. D. & Zak, P. J. (2013). Oxytocin increases the influence of public service advertisements. *PLOS One*, 8(2). DOI: 10.1371/journal.pone.0056934
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. New York: Bloomsbury.
- Marini, A.; Zettin, M. & Galetto, V. (2014). Cognitive correlates of narrative impairment in moderate traumatic brain injury. *Neuropsychologia*, 64: 282-288. DOI: 10.1016/j.neuropsychologia.2014.09.042
- Marres, N. & Gerlitz, C. (2016). Interface Methods: Renegotiating Relations between Digital Social Research, STS and Sociology. *The Sociological Review*, 64(1): 21-46. DOI: 10.1111/1467-954X.12314
- Minsky, M. (1985). *The society of mind*. New York: Touchstone Books.
- Murray, J. H. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The future of narrative in cyberspace*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Nannicelli, T. & Taberham, P. (eds.). (2014). *Cognitive media theory*. New York: Routledge.
- Paul, C. (2015). *From Immateriality to Neomateriality: Art and the Conditions of Digital Materiality*. Paper presented at the ISEA – International Symposium on Electronic Arts 2015, Vancouver.
- Pearlman, K. (2017). Editing and Cognition Beyond Continuity. *Projections*, 11(2): 67-86.
- Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. New York: Penguin Books.
- Postman, N. & Weingartner, C. (1969). *Teaching as a Subversive Activity*. New York: Dell Publishing.
- Quinn, M. & Meeker, L. D. (2001). *Research set to music: the climate symphony and other sonifications of ice core, radar, DNA, seismic and solar wind data*. Paper presented at the 2001 International Conference on Auditory Display, Espoo, Finland.

- Rogers, R. (2013). *Digital methods*. Cambridge, Massachussets: The MIT Press.
- Rowland, N. J. & Spaniol, M. J. (2017). Social foundation of scenario planning. *Technological Forecasting and Social Change*, 124: 6-15. DOI: 10.1016/j.techfore.2017.02.013
- Ryan, M.-L. (2004). Will new media produce new narratives?. In M.-L. Ryan (ed.), *Narrative across media: the languages of storytelling*. Lincoln and London: University of Nebraska Press.
- Temple, M. D. (2017). An auditory display tool for DNA sequence analysis. *BMC Bioinformatics*, 18(221). DOI: 10.1186/s12859-017-1632-x
- Tress, B.; Tress, G.; Décamps, H. & d’Hauteserre, A.-M. (2001). Bridging human and natural sciences in landscape research. *Landscape and Urban Planning*, 57(3-4): 137-141. DOI: 10.1016/S0169-2046(01)00199-2
- Varela, F. J.; Thompson, E. & Rosch, E. (1991). *The embodied mind: cognitive science and human experience*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Venturini, T. & Latour, B. (2009). *The Social Fabric: Digital footprints and quali-quantitative methods*. Paper presented at the Proceedings of Futur en Seine – The Digital Future of the City.
- Venturini, T.; Munk, A. & Meunier, A. (2016). Data-Sprints: a public approach to digital research. In C. Lury, P. Clough, M. Michael, R. Fensham, S. Lammes, A. Last & E. Uprichard (eds.), *Interdisciplinary Research Methods* (forthcoming).
- Wardrip-Fruin, N. & Harrigan, P. (eds.) (2004). *First Person*. Cambridge, Massachussets: The MIT Press.
- Wilson, R. A. & Foglia, L. (2017). Embodied Cognition. In E. N. Zalta (ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2017 Edition). Metaphysics Research Lab, Stanford University.
- Yang, M.; Wenting, T.; Qu, Q.; Zhao, Z.; Chen, X. & Zhu, J. (2018). Personalized response generation by Dual-learning based domain adaptation. *Neural Networks*, 103: 72-82. DOI: 10.1016/j.neunet.2018.03.009
- Young, K. & Saver, J. L. (2001). The neurology of narrative. *SubStance*, 30(94/95): 72-84.
- Zhou, Y.; Huang, C.; Hu, Q.; Zhu, J. & Tang, Y. (2018). Personalized learning full-path recommendation model based on LSTM neural networks. *Information Sciences*, 444: 135-152. DOI: 10.1016/j.ins.2018.02.053

## Em busca da felicidade: uma narrativa

Luís Mendes

Universidade da Beira Interior

E-mail: luisffmendes@gmail.com

### Resumo

Em primeiro lugar, o nosso propósito, neste artigo, é mostrar que a ideia de que a felicidade constitui o fim último da vida humana corresponde a uma narrativa, isto é, a uma compreensão possível que admite alternativas. Em segundo lugar, pretendemos confrontar a narrativa da felicidade com uma alternativa

ao seu núcleo duro. Assim, colocamos a hipótese de que a pior coisa que pode acontecer a um sujeito é viver feliz toda a vida. Para analisar esta hipótese estudaremos o episódio dos lotófagos, na *Odisseia*, de Homero, e o *Admirável Mundo Novo*, de Aldous Huxley.

Keywords: *Admirável Mundo Novo*; comedores de lótus; felicidade; narrativa.

### Abstract

Firstly, our purpose in this article is to show that the idea that happiness constitutes the ultimate end of human life corresponds to a narrative, that is, to a possible understanding which admits alternatives. Secondly, we will confront the narrative of happiness with an alternative to its hard core. Thus, we

hypothesize that the worst thing that can happen to a human is to live happily all his life. With this hypothesis in mind, we will study the episode of the lotus-eaters, in Homer's *Odyssey*, and the Aldous Huxley's *Brave New World*.

Keywords: *Brave New World*; happiness; lotus-eaters; narrative.

---

Data de submissão: 2017-12-11. Data de aprovação: 2018-07-19.

O autor beneficia de uma Bolsa de Investigação (SFRH/BD/133923/2017) no âmbito do POCH – Programa Operacional Capital Humano, participado pelo Fundo Social Europeu e por fundos nacionais do MCTES através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia.”

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



## Introdução

NESTE artigo, o nosso propósito é, em primeiro lugar, mostrar que a narrativa da felicidade admite alternativas. Em segundo lugar, pretendemos confrontar a narrativa da felicidade com uma alternativa ao seu núcleo duro.

Nesse sentido, começaremos por analisar em que consiste a narrativa da felicidade. Veremos que esta inclui uma pretensão de *auto-evidência*. De seguida, mostraremos que, apesar dessa pretensão, há alternativas. Portanto, trata-se de uma compreensão possível que de modo nenhum pode ser considerada auto-evidente. A seguir identificaremos alguns indícios de que vivemos numa época dominada pela narrativa da felicidade. Assim, embora a narrativa da felicidade corresponda a uma visão-da-vida possível, há indícios de que vivemos num tempo dominado por ela e pela sua pretensão de ser *auto-evidente*.

Finalmente, confrontamos a narrativa da felicidade com uma alternativa ao seu núcleo duro. Neste sentido, colocamos a hipótese de que *a pior coisa que pode acontecer a um sujeito é viver feliz toda a vida*. Analisaremos esta hipótese a partir do episódio dos comedores de lótus, na *Odisseia*, de Homero, e do *Admirável Mundo Novo*, de Aldous Huxley. Com esta análise sugerimos que a narrativa da felicidade não parece descrever adequadamente o ponto de vista humano. Deste modo, já não estamos apenas a dizer que a narrativa da felicidade é uma possibilidade entre outras, pois sugerimos que não está ajustada ao ponto de vista humano.

A nossa abordagem será filosófica: mesmo a utilização de autores e dados provenientes de outras áreas do saber terá em vista a análise filosófica. O nosso método será essencialmente formal. Assim, não nos interessa investigar que outras instâncias poderiam substituir a felicidade no modo como vemos a vida. Em vez disso, procuramos identificar as determinações formais da narrativa da felicidade. Por exemplo, veremos que corresponde a uma *visão-da-vida* segundo a qual a existência humana tem um *fim último*.<sup>1</sup> Ora, a noção de *fim último* tem um significado. Ao conceber-se um *fim último*, isso tem implicações específicas. Procuraremos ver quais. Depois, mostraremos que essas determinações formais da narrativa da felicidade (ser uma *visão-da-vida*, postular um fim último, etc.) admitem alternativas. Daremos exemplos concretos, para esclarecer o que está em causa, convocando pensadores cujas propostas desafiam as pretensões da narrativa da felicidade.

---

1. O termo *fim* pode facilmente ser entendido como morte, sendo esta “entendida como o termo de uma vida” (Reimão, 2010, p. 108). Contudo, neste artigo, a expressão *fim último* designa o “sentido último e radical da existência”. O termo *fim* traduz o grego *télos* (de onde derivou *Teleologia*: o estudo dos fins), e significa *preenchimento*, *completude*, mas também *fito*, *escopo*, *alvo*. Aquilo que se visa, a que se faz mira. No entanto, pode acontecer que um sujeito ou um povo tenha uma *visão-da-vida* segundo a qual o *alvo* visado na vida é o seu *termo*. Parece ser esse o caso dos Zuruahá, para os quais “death is the scope of existence”: “[i]t is seen as a form of human existence, such that only through death is it possible to attain true existence” (Feitosa, Garrafa, Cornelli, Tardivo & Carvalho, 2010, p. 856). Para este povo, a existência humana só faz *sentido* através do suicídio (Kroemer, 1994, p. 78). Evidentemente, o suicídio é a sua principal causa de morte (Feitosa *et al.*, 2010, p. 856).

## 1. A narrativa da felicidade

Antes de mais, por *narrativa* da felicidade entendemos uma certa visão-da-vida, *uma determinada concepção da existência humana*. Em segundo lugar, trata-se de uma visão-da-vida *definida pela ideia de que a felicidade é o fim último* do humano.

A origem desta visão-da-vida é difícil de estabelecer. Para McMahon (2006), historiador da felicidade, esta sempre esteve presente na História. Aparentemente, já pode ser encontrada em Platão (428/427-348/347 a.C.) (Fidalgo, 2016). Segundo Cornford (1932/2001), já está presente em Sócrates (470-399 a.C.). No entanto, provavelmente porque foi o primeiro a sistematizar esta visão-da-vida, é Aristóteles (384/383-322 a.C.) que, habitualmente, é citado (*e.g.* King & Napa, 1998, p. 157; Bueno, 2005, p. 33; Colebrook, 2008, p. 82; Dias, 2017, p. 11; Santos, 2012, pp. 136-139; Thomson, 1953, p. 73; Kringelbach & Berridge, 2010).

Ora, segundo Aristóteles (2004), “escolhemos sempre a felicidade por causa dela mesma, e nunca em vista de outro fim para além dela” (pp. 27-28, 1097a15-b22). A felicidade é a *medida* de todo o valor. Os demais fins são escolhidos, em última instância, “em vista da própria felicidade” (p. 28, 1097b1-5). A felicidade é “o fim último de todas as acções possíveis” (p. 28, 1097b20-25). Aquilo que queremos de modo absoluto é a felicidade “porque supomos que, uma vez obtida, seremos felizes” (p. 28, 1097b5).<sup>2</sup> Nesse sentido, a felicidade é o bem “absolutamente completo”, “auto-suficiente” e, por isso, “torna a vida numa escolha possível, não precisando de mais nenhum acrescento”. É, simultaneamente, “o fim supremo” e o “bem completo”, “de entre todas as coisas boas, a favorita”, “o melhor de tudo” e que uma vez obtida, se basta a si própria (pp. 27-29, 1097a15-b25). Como sublinha Caeiro (2002), a felicidade é compreendida como o fim que visamos em todas as acções, “o sentido que dá completude a todas as situações pelas quais passamos ao longo da existência” (p. 363).

O termo grego usado por Aristóteles é *eudaimonia*. Assim, por vezes, usa-se o termo *eudemonismo* para designar a narrativa da felicidade. Em grego, *eudaimon* significa, literalmente, génio bom ou favorável por oposição ao *cacodaimon*, um espírito mau ou génio maligno. O sentido original de *eudaimonia* é duplo: por um lado, denota (boa) sorte, (boa) ventura, fortuna, *feliz* acaso; por outro, significa aquilo (seja o que for) a que se aspira na vida (Fidalgo, 2016). Portanto, desde a sua origem, a felicidade tem um significado absolutamente *formal*, que tanto pode referir-se a bens materiais como a qualquer outro bem (*e.g.*, honra).

Desta forma, é possível estabelecer uma tradição, pelo menos desde Aristóteles, para a qual a felicidade é o fim último do humano: Epicuro (341 a.C.-270 a.C.); Séneca (4 a.C.-65); Santo Agostinho (354-430); Hobbes (1588-1679); Descartes (1596-1650); Pascal (1623-1662); Locke (1632-1704); Leibniz (1646-1716); Diderot (1713-1784); Bentham (1748-1832); Mill (1806-1873); Marías (1914-2005); Comte-Sponville (1952-).

Passaremos, então, à identificação da estrutura da narrativa da felicidade. Como se disse, o que está em causa é uma compreensão total da vida: “[h]uman happiness, [...], is tied inextricably to narrative, to a sense of one’s life as a whole” (Colebrook, 2008, p. 82). Kierkegaard (1843/2017), ao analisar a noção de *visão-da-vida*, explica que corresponde a um modo “como [o sujeito] se há-de instalar na vida”, indicando-lhe o que há a fazer nela (p. 278). Ao utilizarmos o termo

---

2. Deve notar-se a redundância: queremos a felicidade *porque queremos ser felizes*.



*narrativa* pretendemos sublinhar, por um lado, esta noção de que a vida humana precisa de estar enquadrada por uma compreensão total, a qual precisa de estar orientada por um *princípio unificador*. Este princípio é uma instância de sentido. Se esta instância é a ideia de felicidade, então está presente a narrativa da felicidade: uma compreensão total da vida presidida pela ideia de felicidade. Por outro lado, com o termo *narrativa* pretendemos realçar que esse princípio unificador pode variar (Kierkegaard, 1843/2017; Fichte, 1798/2005). Ou seja, o papel desempenhado pela ideia de felicidade nesta narrativa poderia ser desempenhado por outras ideias (não interessa ver quais).

Portanto, o que está em causa é que a categorização de algo como favorável ou desfavorável, como comédia ou tragédia, depende do *regime de sentido* que se tem adoptado, e depende de modo especial da *categoria* que o preside, pois se esta muda, muda a compreensão que se tem. Por exemplo, o significado de ser ou ficar paralisado, se é uma tragédia ou não, varia consoante a visão-da-vida que se tem (Kierkegaard, 1847/2009, p. 112; 1843/1990, p. 260; 1980, p. 79-80). A destruição do mundo não é, em si mesma, mais ou menos preferível do que uma arranhadela no dedo, pois para que uma seja preferível à outra é preciso ter um critério (Hume, 1888/2001, p. 483). Se o critério é preservar a própria vida, então uma arranhadela no dedo é preferível ao fim do mundo. Ora, para a narrativa da felicidade a última instância de medida é a felicidade. Tudo é pesado tendo a felicidade como padrão de medida. De acordo com esta perspectiva, a existência humana não corresponde a um mero acontecer indiferente, pois encontra sempre em si mesma um critério ínsito que pesa a importância daquilo que vem ao seu encontro. O modo como nos vemos a nós próprios, a vida e o mundo depende dessa instância última de sentido que enforma o próprio ponto de vista humano: valorizamos a saúde porque “é importante para nos sentirmos felizes” (Almeida & Murcho, 2014, p. 48). Ou seja: as pessoas, os objectos e os acontecimentos têm sentido e valor para nós, precisamente, enquanto são, efectiva ou potencialmente, portadores da nossa felicidade (Mill, 1861/2003, p. 186).<sup>3</sup>

Assim, é neste sentido que utilizamos a noção de narrativa: 1) cada narrativa configura uma possibilidade de interpretação da existência humana e 2) pode haver diferentes configurações de sentido (diferentes narrativas). Contudo, a narrativa da felicidade interpreta-se a si mesma como se não fosse uma narrativa possível entre outras, mas sim uma descrição da natureza humana tal como ela é. Para a narrativa da felicidade há uma *teleologia* imanente ao humano. O humano não se limita a ser uma tensão de prolongamento do tempo de vida: “our horror of annihilation” não é mais do que “the effect of our general love of happiness” (Hume, 1783/2008, p. 37). Segundo a narrativa da felicidade, o humano quer por natureza ser feliz e não pode deixar de o querer (Epicuro, 2008; Séneca, 2008; Santo Agostinho, 2000; Descartes, 1838; Pascal, 1670/1913; Hobbes, 1650/1983; Locke, 1690/1995; Hume, 1742/1964; Diderot, 1753/2012; Leibniz, 1765/1993; Mill, 1861/2003; Marías, 1987; Comte-Sponville, 2000). Era isso que Aristóteles (2004) afirmava ao sublinhar que “o fim não poderá nunca ser objecto de deliberação, apenas o são os meios em vista da sua obtenção” (pp. 66-67). Somos movidos sempre por um sentido que nos orienta, e esse sentido último é a felicidade (Caeiro, 2002, pp. 324-330).<sup>4</sup> É certo que Aristóteles argumenta em

3. Cf. Lear, 2000, p. 222: “Aristotle, following Socrates and Plato, wants to argue that the value of our values is that they lead to and constitute a happy life.”

4. Não estamos a afirmar que o humano é assim, mas sim que a narrativa da felicidade o considera assim.

abstracto (sobre os fins em geral), mas dado que a felicidade é um fim, também não deliberamos sobre a felicidade. Aliás, em rigor, o raciocínio só se aplica, de facto, à felicidade.<sup>5</sup> Podemos deliberar sobre tudo, menos sobre se queremos ser felizes. Isto significa que a felicidade é uma “estrutura teleológica” *a priori* da qual depende a “possibilidade de estarmos movidos por determinados motivos” (Caeiro, 2002, p. 330). Quer dizer, a nossa vida “está a ser supervisionada por isso” (Caeiro, 2002, p. 329). O acontecimento humano tem a forma de um projecto de felicidade, e corresponde sempre ao desenvolvimento desse projecto (Caeiro, 2002, pp. 330, 337).

Neste sentido, a narrativa da felicidade concebe o humano como estando estruturalmente condicionado pelo fim: *o humano já nasce com um programa integrado que o determina a viver para ser feliz*. Assim, para Santo Agostinho (2001), “todos os homens desejam a vida feliz” e ninguém quer “senão chegar à felicidade” (p. 193). Segundo Descartes (1838) “il n’y a personne qui ne désire se rendre heureux” (p. 649). Pascal (1670/1913) é categórico ao dizer que “[t]ous les hommes recherchent d’être heureux. [...] C’est le motif de toutes les actions de tous les hommes, jusqu’à ceux qui vont se pendre” (p. 111, Laf.148/Br.425). O próprio Hume (1742/1964), um dos maiores representantes do Cepticismo, pensa que os homens vivem para satisfazer o desejo de serem felizes (cf. Albieri, 1994). E Marías (1987) insiste que *tudo o que os homens fazem, fazem-no com o objectivo de aumentar a sua felicidade* (p. 17).

Para evitar equívocos, devemos notar que esta pretensão da narrativa da felicidade não a compromete, necessariamente, com o Determinismo. O Determinismo sustenta que todas as acções humanas estão determinadas à partida: não poderiam ter sido diferentes (Almeida & Murcho, 2014, pp. 279-281). Ora, a narrativa da felicidade *não* afirma que as acções humanas estão determinadas, mas apenas que o fim último delas está determinado – o que não é o mesmo. O próprio Aristóteles admite a liberdade de escolher as acções, os meios e os próprios fins intermédios e subsidiários. Não escolhemos o fim último, mas isso não impede que o conteúdo da nossa vida dependa das nossas decisões. Portanto, estava muito longe de aceitar o Determinismo. Ou seja: pode-se adoptar a narrativa da felicidade e ser-se determinista, como Hume (1888/2001); mas também se pode não ser determinista, como Aristóteles, ou Santo Agostinho (2001).<sup>6</sup>

Resta ver um aspecto decisivo para se compreender a amplitude da narrativa da felicidade: a multiplicidade de formas que pode assumir (Feldman, 2012). Já em Aristóteles a felicidade pode assumir muitas formas.<sup>7</sup> Hume (1742/1964) pensa que é possível agrupar os homens por tipos

---

5. Segundo Aristóteles, cada acção tem sempre algum fim que, por sua vez, serve para outro fim. Há uma cadeia de fins, e a felicidade é o último. Assim, o dinheiro é um fim. Mas, numa perspectiva mais alargada, o dinheiro é apenas um meio para outros fins. Enquanto meio é objecto de deliberação (poderia optar por outro). Já a felicidade, sendo o fim último, não pode ser objecto de deliberação.

6. Na verdade, há deterministas, como é o caso de Hume, que defendem que o ser humano é livre: são *compatibilistas* (justamente, porque *compatibilizam* determinismo e liberdade). Um caso interessante de Compatibilismo é o dos estóicos (Epicteto, 2010, Séneca, etc.), os quais combinam um “implacável determinismo teleológico” com a noção de que os homens *estão determinados* “a serem livres por força da natureza” (Matos, 2013). Assim, para propor uma alternativa à narrativa da felicidade não basta afirmar a liberdade humana e rejeitar o Determinismo, pois o que está em causa é saber se as acções (sejam elas determinadas ou não) estão conformadas pelo desejo geral de ser feliz. Posso ser livre e desejar ser feliz.

7. Para uns a felicidade “é uma coisa, para outros outra – muitas vezes até para o mesmo [homem] podem ser coisas diferentes” (Aristóteles, 2004, p. 22, 1095a14-25; cf. Haybron, 2003). Aristóteles identifica três formas globais: a) há aqueles que julgam que a felicidade “é o prazer”, b) há aqueles que julgam ser a “acção política”, e c) aqueles que julgam

consoante a forma como concebem a felicidade (cf. Albieri, 1994). A nós importa-nos sublinhar que a narrativa da felicidade não se reduz à visão-da-vida em função do prazer (Haybron, 2008). Para os epicuristas (*e.g.* Epicuro) e os utilitaristas (*e.g.* Mill) é o prazer, mas para Aristóteles e os estóicos (*e.g.* Séneca) é a virtude.

Portanto, a narrativa da felicidade pode assumir formas bastante distantes do senso-comum. Mas, formalmente, há uma divisão de fundo que importa agora registar. A narrativa da felicidade pode dividir-se em duas formas gerais (cf. Ferry, 2016/2017, pp. 47-49): 1) uma segunda a qual a felicidade é possível; e 2) outra para a qual a felicidade *não* é possível. Ambas aceitam que “é um truísmo” que todos nós procuramos a felicidade. Mas, o tipo 2) rejeita que ela possa ser alcançada (pelo menos, de modo a ser capaz de compensar a infelicidade). Trata-se de um ponto de vista bastante antigo já registado por Plutarco (1928, p. 177). Um exemplo actual é David Benatar (2006). Segundo ele, a infelicidade ultrapassa largamente a felicidade na vida das pessoas, pelo que seria melhor nunca ter nascido. Deve frisar-se que Benatar recorre a vários estudos empíricos para suportar esta convicção. Consequentemente, argumenta que “not only is there no duty to procreate but there is a (moral) duty not to procreate” (p. 14). Ora, o decisivo, para os nossos propósitos, é apenas fazer notar que negar que a felicidade seja alcançável *não* implica negar a narrativa da felicidade. Pelo contrário, também há versões da narrativa da felicidade que sustentam isso mesmo.

As versões do tipo 1) são as mais comuns. As ciências da felicidade, nomeadamente a Psicologia Positiva, têm desempenhado um papel não desprecioso neste âmbito. A Psicologia Positiva<sup>8</sup> tem procurado centrar-se nos aspectos positivos da experiência humana como instrumentos ao serviço da promoção da saúde e da felicidade (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Fredrickson, 2002; Csikszentmihalyi, 2003; Ogier-Price, 2007; Baetz, 2010; Camalione & Boccalandro, 2017). A bibliografia na área é imensa e a investigação muito variada. Por exemplo, vários estudos são consistentes com a noção de que a felicidade contribui para melhorar a saúde (Argyle, 2007; Veenhoven, 2008). Alguns sugerem, no entanto, que níveis altos de felicidade podem prejudicar a saúde ou indicar a presença de patologias (Mangot, 2014; Mauss, Tamir, Anderson & Savino, 2011; Schooler, Ariely & Loewenstein, 2003). Afinal, “the explicit pursuit of happiness can be disruptive” (Schooler, Ariely & Loewenstein, 2003). Para Luc Ferry (2016/2017), estes dados revelam que o ideal de felicidade pode transformar-se num “ideal destruidor” (p. 71). Mas também há estudos que sugerem que a felicidade simplesmente não tem impacto na saúde (Liu *et al.*, 2016).

A Psicologia Positiva procura também perceber até que ponto o sujeito pode intervir na sua própria felicidade (“try to make yourself feel as happy as possible”); no entanto, alguns estudos indicam que esta estratégia “may cause decreased happiness” (Mauss *et al.*, 2011). De facto, há

---

ser a “actividade contemplativa” (p. 23, 1095b14-22). Note-se, porém, que esta variação subjectiva na representação da felicidade não tem de significar que a felicidade seja diferente de indivíduo para indivíduo. Por exemplo, Ng (2011) considera que “happiness itself is the same universally” e que as diferenças (quer subjectivas, quer sociais), não são relevantes.

8. Esta ciência da felicidade pode ser descrita como “the study of positive aspects of human experience” (Csikszentmihalyi, 2003, p. 113), ou, mais concretamente: “a science of positive subjective experience, positive individual traits, and positive institutions” (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000, p. 5).

estudos que sugerem que “valuing happiness can impair happiness, just when happiness seems most attainable” (Mauss *et al.*, 2011; cf. Mangot, 2014). Valorizar mais a felicidade pode andar associado a uma maior propensão para a depressão (Mauss *et al.*, 2011, Mangot, 2014). Na verdade, alguns estudos indiciam que níveis elevados de felicidade “lead to negative consequences for individuals’ happiness” (Mauss *et al.*, 2011). O que significa que a felicidade tem (ou, pode ter) um efeito negativo de *bumerangue* (Mangot, 2014). Ou seja, paradoxalmente, a felicidade pode levar à infelicidade (Oishi, Diener, & Lucas, 2007, Mauss *et al.*, 2011, Mangot, 2014; cf. Ferry, 2016/2017).

Note-se, no entanto, que estas “descobertas” não têm um significado *teleológico* imediato, pois ainda que *valorizar a felicidade possa prejudicar a felicidade*, isso não significa, só por si, que a felicidade não seja aquilo que as pessoas desejam. Significa, sim, que, se queremos ser felizes, o melhor é não pensar muito nisso (Mill, 1873/1960; Mauss *et al.*, 2011; Schooler, Ariely & Loewenstein, 2003). Não há, portanto, nenhuma incompatibilidade com a narrativa da felicidade.

## 2. Possibilidades formais alternativas

Como referem Schooler, Ariely & Loewenstein (2003), o pensamento ocidental (“western thought”) assume como *evidente* que a procura da felicidade é a fonte primária da motivação humana. Ou seja, a narrativa da felicidade toma por *auto-evidente* que a felicidade é o fim e a motivação de todas as nossas acções, *como se não houvesse uma tese aqui*, como se a felicidade fosse *analiticamente* a medida do homem: “[i]f the meaning of life lies in the common goal of human beings, then there seems no doubt about what this is. What everyone strives for is happiness” (Eagleton, 2007). Apresenta-se a felicidade “dogmaticamente como um objectivo a atingir por todo o ser humano” (Ferry, 2016/2017, p. 71). Como diz Comte-Sponville (2000): a resposta é tão *evidente* que a pergunta quase *não mereceria ser feita*. Afinal, “o cérebro humano parece fisiologicamente concebido para experienciar felicidade” (Santos, 2015, p. 133).

Ao tomar-se por *auto-evidente*, a narrativa da felicidade considera que “não é necessário acrescentar o *porquê*” (Aristóteles, 2004, p. 22, 1095b7). Sendo a felicidade “um princípio fundamental”, não carece de mais justificações (Aristóteles, 2004, p. 22, 1095b7). Supostamente, sabemos sempre a caminho da felicidade, em busca dela, mesmo que *não saibamos responder porquê* (Caeiro, 2002, p. 330). A própria estrutura da existência humana (o modo como nos encontramos a nós mesmos em trânsito) “traz sempre consigo a compreensão de que não pode ser de outra maneira” (p. 330). Nos termos de Mill (1861/2003), “[q]uestions of ultimate ends are not amenable to direct proof. Whatever can be proved to be good, must be so by being shown to be a means to something admitted to be good without proof” (p. 184). Como explicam King & Napa (1998), “[t]he whole point of living happily ever after is living *happily* ever after” (p. 157). Portanto, segundo esta narrativa, o *humano é assim*, “as if I did not had anything to do with the establishment of happiness as a good thing” (Fidalgo, 2016, p. 59).

Naturalmente, este ponto de vista é polémico. Como diz Warnock em introdução ao *Utilitarismo*, Mill (1861/2003) não está a tentar *provar* (pois isso é, segundo ele, impossível e desnecessário) que a felicidade é aquilo que as pessoas desejam, mas sim a dizer que as pessoas *sabem o que desejam* “without waiting for proof”, e aquilo que desejam “is happiness” (p. 13). Nas

palavras de Santo Agostinho (2001): “sabemos com toda a confiança e afirmamos sem qualquer hesitação que queremos ser felizes” (p. 193). Trata-se, portanto, de um argumento antropológico:<sup>9</sup> o homem deseja “naturalmente” uma *vida feliz* (cf. Santos, 2012, p. 132). No entanto, a objecção que aqui se impõe é evidente: visto que se trata de uma pretensão *descritiva*, parece carecer de suporte empírico, o qual não é efectivamente fornecido, excepto *presumindo* aquilo que está em questão (Moore, 1903/1922). Que há uma pretensão descritiva na narrativa da felicidade é evidente, desde logo, em Aristóteles (2004): “[t]anto a maioria como os mais sofisticados dizem ser a felicidade [o mais extremo dos bens]”, apenas “estão em desacordo” quanto ao “que possa ser a felicidade” (p. 22, 1095a14-25). Contudo, parece pressupor justamente aquilo que deveria demonstrar.

Ora, não nos interessa aqui investigar se a narrativa da felicidade corresponde, empiricamente, à perspectiva que todos temos. Procuramos, sim, mostrar que, embora a narrativa da felicidade se tome por *auto-evidente*, há alternativas. Ou seja, quer ela esteja correcta, quer não, não pode ser considerada auto-evidente.

Antes de mais, a narrativa da felicidade inclui pretensões que não são exclusivas da narrativa da felicidade, pois não implicam a ideia de felicidade. 1) Pretende que o homem precisa “de uma representação global da sua existência”, hipótese que implica “pelo menos que cada homem deseje uma visão coerente de si” (Sève, 1993/1996, p. 100). Pretende-se assim que “o homem tem uma necessidade ética que é a de considerar a sua existência de um ponto de vista global” (Sève, 1993/1996, p. 103; cf. Kierkegaard, 1843/1990, Ferro, 2015). 2) Pretende que é preciso um “eixo” ou um “cume dessa estrutura complexa” que confira à vida subjectiva “uma unidade” (Sève, 1993/1996, pp.101-105; cf. Kierkegaard, 1843/1990, p. 260, Ferro, 2015, p. 75). 3) A essas pretensões junta-se o requisito de “efectividade”, i.e., de “correspondência entre as acções e os princípios de vida que estruturam a representação de si” (Sève, 1993/1996, p. 105; cf. Kierkegaard, 1843/1990, Ferro, 2015).

Portanto, uma alternativa formal à narrativa da felicidade consistiria em negar pelo menos uma destas pretensões. Talvez o homem não tenha qualquer precisão de coerência na sua vida. Talvez a narrativa da nossa vida possa constituir-se apenas de fragmentos avulsos, como sugere o início do *Ou/Ou*, de Kierkegaard (1843/2013, pp. 41-79), intitulado *Diapsalmata*. Ou, como diz Ferro (2015, pp. 88-89), pode muito bem acontecer que precisemos de ter sempre uma medida para a vida, mas que nos dêmos muito bem com a variação, sem precisarmos de ter sempre a mesma: “variámos de referências e o mínimo que se pode dizer disso é que tal coisa torna a vida mais fácil”. Talvez cada um de nós viva umas vezes para cumprir o dever, outras para ser feliz, e outras ainda sem qualquer finalidade. Tudo isso à mistura e sem unidade.

Outra alternativa formal à narrativa da felicidade é admitir os três requisitos anteriores, mas negar que exista alguma instância capaz de os satisfazer.<sup>10</sup> Esta possibilidade sugere-a também

9. Referimo-nos aqui ao âmbito da antropologia filosófica, e não ao da antropologia empírica. Veja-se Walton (2002): “[t]he truth with which we are dealing is too *foundational*”, “an understanding of the most basic pursuit of humanity”, “[w]hat we are seeking is an understanding of what man truly desires” (p. 43-44). A felicidade é “man’s most powerful desire”.

10. Não se deve confundir esta possibilidade com a versão da narrativa da felicidade que considera a felicidade impossível.

Kierkegaard, nos já mencionados *Diapsalmata*. E parece ser isso que acontece no chamado *tédio profundo* (Ferro, 2008); não no tédio dos momentos mortos, mas no tédio enquanto visão-da-vida, no qual todas as possibilidades se tornam neutras e “absolutamente inertes” (p. 241). *Não se trata aqui de uma metáfora*. Seguindo as indicações de Kierkegaard, decisivas para aquilo a que se viria a chamar *absurdo* no Existencialismo (Camus, 1942), no tédio profundo tudo é igual: tanto faz um sujeito rir ou chorar das misérias do mundo, casar-se ou não se casar, enforcar-se ou não se enforcar (Kierkegaard, 1843/2013, pp. 73-74). Pode haver beleza e felicidade na vida, contudo, isso não altera nada: “[a] prova que melhor demonstra a miserável condição da existência é aquela que se retira da consideração da sua magnificência” (Kierkegaard, 1843/2013, p. 59). *O tédio não nega que possa haver felicidade na vida*. Nega, isso sim, que tal tenha algum significado decisivo. A própria felicidade é engolida pelo vórtice de tudo ser insignificante (Kierkegaard, 1843/2013, pp. 75-76): “[n]o fundo de tudo está, portanto, o nada” (Ferro, 2008, p. 251). Assim, o que está em causa parece ser um fenómeno mais grave do que o absurdo de Camus, pois este ainda pode dizer “[i]l faut imaginer Sisyphe heureux” (p. 166). Mas no tédio kierkegaardiano também isso seria absolutamente insignificante.

Vejamos agora as alternativas formais específicas da narrativa da felicidade. Esta pretende, como se disse, ser uma descrição antropológica, ou seja, pretende que o humano está *naturalmente* inclinado para a felicidade (e.g. Platão, 1979; Aristóteles, 2004; Epicuro, 2008; Séneca, 2008; Santo Agostinho, 2000; Descartes, 1838; Pascal, 1670/1913; Hobbes, 1650/1983; Locke, 1690/1995; Diderot, 1753/2012; Leibniz, 1765/1993; Bentham, 1789; Mill, 1861/2003; Marías, 1987; Haybron, 2003; Wilkinson, 2007). De facto, esta pretensão não implica o Determinismo. No entanto, implica uma concepção limitada da liberdade humana, pois postula que não somos livres para escolher *indiferentemente* as várias alternativas com que de cada vez nos deparamos.<sup>11</sup> Supostamente, a nossa natureza está marcada por uma não-indiferença constitutiva que a faz pender para a felicidade: “the pursuit of happiness is for humans a powerful impulse” (Cellucci, 2017, p. 15). Ora, Ockham (1967) opõe-se à ideia de que a liberdade humana padeça de qualquer limitação. Assim, para ele, o humano não está naturalmente inclinado para um fim último (nem a felicidade, nem qualquer outro): “*utrum voluntas contingenter et libere fruatur fine ultimo*” (p. 486). Segundo Ockham, o sujeito humano tanto pode escolher a felicidade, como a sua própria infelicidade. Historicamente, chamou-se a esta noção *liberdade de indiferença* (*liberum arbitrium indifferentiae*). Esta noção de liberdade é radical, porque absoluta. Aparentemente, esta posição é semelhante à existencialista, nomeadamente, de Sartre (1946). Sartre analisa o problema dos fins no capítulo dedicado à liberdade, em *O Ser e o Nada* (1943/2001) e, de facto, parece concordar com Ockham. Dado que Sartre rejeita que a existência humana seja definida por uma natureza *a priori*, nenhum fim prévio pode limitar a liberdade humana: “[a] realidade humana não poderia receber seus fins, [...], nem de fora nem de uma pretensa «natureza» humana” (p. 548). Assim, Sartre é favorável à ideia de que o humano é livre para escolher a identidade que bem entender (Ferry, 2016/2017, p. 69).

---

11. Santo Agostinho (2001), por exemplo, é peremptório a defender o livre-arbítrio do ser humano. No entanto, rejeita qualquer *liberdade de indiferença*: *cada um não pode senão querer a felicidade* (p. 193).

No entanto, a noção de liberdade enquanto *liberum arbitrium indifferentiae* conduz a um problema: se a admitirmos, não se consegue explicar como é possível a decisão.<sup>12</sup> Ou seja, ficar-se-ia sem critério. Nesta posição, se houver decisão – e não se percebe como seria possível havê-la – esta parece ser arbitrária: se não se possuir absolutamente nenhum critério previamente dado (que é a posição de Ockham), não se consegue distinguir *arbitrio* de *arbitrário*, pois uma *escolha* sem critério corresponde à definição própria de *arbitrário*. Assim, a noção de liberdade enquanto *liberum arbitrium indifferentiae* representa uma alternativa radical à narrativa da felicidade: a rejeição absoluta da noção de que o humano está naturalmente inclinado para um fim último.

Outra alternativa à narrativa da felicidade seria admitir um fim último, mas defender também que o sujeito humano está dotado da possibilidade de se *desvincular* dele. É esta a possibilidade que, segundo Barbosa (2012), Duns Escoto admite. Ou seja, Escoto admite que “a inclinação para a felicidade não está em poder do Humano”, pois “[t]rata-se de algo *inerente* à natureza humana, enquanto natureza que é” (Barbosa, 2012, p. 32). Mas considera que o humano tem a possibilidade de se desvincular dela para visar outra coisa. Assim, o sujeito humano teria ao “seu alcance *todas* as possibilidades”, incluindo a contrária à felicidade (p. 62). Escoto não nega a existência de um fim último, nem que este seja a felicidade, mas afirma que “a existência do fim último não implica a *necessidade* de agir em vista dele” (p. 115). Na verdade, os homens não estão sempre a pensar no fim último e, em última instância, têm a faculdade de se desvincularem dele. Assim, segundo Escoto, o humano está dotado da capacidade de *autodeterminação*. Esta noção de *liberdade*, mais moderada do que a de Ockham, permite estabelecer um contraste entre a vontade enquanto *apetite natural* e a vontade enquanto *poder que desencadeia livremente os seus actos*. E este contraste é decisivo, pois, para Escoto, o humano age autenticamente enquanto humano apenas quando visa a desvinculação ao condicionamento pelo apetite natural – em todas as outras circunstâncias comporta-se como uma besta, ainda que como uma besta racional.

Deve-se lembrar que aqui não se põe o problema do Determinismo, pois a vinculação a um fim (neste caso, à felicidade) não impede que o sujeito seja livre de escolher os meios de o alcançar (pode-se rejeitar o Determinismo e manter a tese da vinculação, como faz Santo Agostinho). O problema que se coloca com a noção de liberdade como *autodeterminação* é, precisamente, o oposto: o de saber como é que a vontade se pode *determinar* a si mesma, a partir de si mesma. De facto, a liberdade como autodeterminação supõe, não só a faculdade de escolher, mas também a noção de *força de vontade*. Neste sentido, Escoto defende que a vontade humana *não precisa de ser movida para se mover*, pois é capaz de se pôr a si mesma em movimento (Barbosa, 2012, pp. 65-66). Mas, para Nietzsche (1886/1998), esta noção de liberdade é comparável ao desejo “de se puxar a si mesmo pelos cabelos, com uma temeridade que ultrapassa a do barão de Munchhausen” (pp. 34-35).

Vejamos, agora, um último aspecto: a identificação do *fim* com o *bem*. De facto, a narrativa da felicidade vê a felicidade como *fim último e bem supremo*. Quer dizer, a narrativa da felicidade não se limita a produzir descrições da natureza humana ou a observar padrões de comportamento, como faz, por exemplo, Freud (1930/2008): “o que as pessoas dão a ver através do seu com-

12. Evidentemente, para Ockham, esta observação não representa nenhuma objecção, visto que, para ele, se a liberdade fosse explicável, não seria liberdade (a explicação reduziria a escolha a um conjunto de determinações).

portamento como sendo o sentido e o intuito das suas vidas, aquilo que pedem da vida, aquilo a que aspiram” é serem e permanecerem felizes (p. 24). A narrativa da felicidade ultrapassa as pretensões descritivas e apresenta uma medida para as acções humanas a partir dessas (alegadas) descrições (Bruckner, 2011). Ou seja, de enunciados descritivos deriva enunciados normativos. Esta falácia foi denunciada por Moore (1903/1922) e ficou conhecida como *falácia naturalista*. Esta consiste em derivar *normas* a partir de *factos* (ou daquilo que se considera ser facto). Este ponto é importante: uma coisa é afirmar que todos os homens desejam ser felizes, ou que o comportamento observável dos homens é explicável pelo desejo de serem felizes. Outra coisa é afirmar que o critério para decidir as nossas acções é a felicidade (cf. Filho, 2009, p. 187; Bruckner, 2011). Mas a narrativa da felicidade sustenta, precisamente, que a felicidade é o critério de medida: não há outras condições que devam ser satisfeitas pelas nossas acções independentemente de serem meios adequados à aquisição da felicidade. Citando Almeida & Murcho (2014): nesta perspectiva “o critério da acção correcta é a promoção da felicidade” (pp. 56-59).<sup>13</sup>

Para evitar equívocos deve ter-se presente que isto não tem de significar, necessariamente, que a felicidade seja entendida como *felicidade individual*. Há, de facto, narrativas da felicidade para as quais é a felicidade do próprio sujeito que é transformada em medida. Um exemplo deste tipo de narrativas é o *Egoísmo Ético*, como é o caso de Rand (1964): “*the achievement of his own happiness is man’s highest moral purpose*” (p. 23). Mas também há narrativas da felicidade em que a medida é a felicidade global, como acontece no Utilitarismo, por exemplo, de Mill (1861/2003): “actions are right in proportion as they tend to promote happiness, wrong as they tend to produce the reverse of happiness” (p. 186).

Ora, a posição de Kant (1785/1997) corresponde à alternativa clássica a esta pretensão da narrativa da felicidade. Segundo Kant, o dever é, precisamente, “a condição formal de todos os fins” (Kant, 1793/2015, p. 13). Este aspecto constitui, provavelmente, o maior contributo de Kant para a ética em geral (Santos, 2012, p. 249). A tese de Kant (1785/1997, 1793/2015) é a de que há condições que devem ser satisfeitas pelos meios, independentemente de serem meios adequados a um determinado fim, e essas condições constituem, justamente, o dever. Isto significa que Kant distingue a noção de dever da busca pela felicidade. Quer a felicidade seja, quer não, o fim do humano, a acção do sujeito está – ou, deve estar – condicionada por restrições deontológicas. E, de facto, a ética deontológica de Kant (1793/2015) admite que a felicidade é, para nós, segundo a nossa natureza, o fim que “incondicionalmente desejamos” (p. 52). Mas, segundo ele, isso não significa que se deva procurar a felicidade incondicionalmente. Ou seja: é certo que os homens querem ser felizes, mas não vale tudo. Justamente porque a felicidade já é “o fim último” que cada um de nós “tem em virtude da sua natureza”, seria absurdo afirmar que se deve querer a felicidade

---

13. Neste sentido, o senso-comum afirma que *o importante é ser feliz* (Baggini, 2005, p. 89). De facto, pelo menos em relação aos Estados Unidos da América, King & Napa (1998) sugerem que as pessoas consideram a felicidade mais importante do que a moral. A ideia é que “todos os modos de vida quaisquer que sejam” são aceitáveis desde que o sujeito que os vive seja feliz: “um direito de ser feliz sendo si mesmo” (Ferry, 2016/2017, pp. 39-40). No entanto, como refere Baggini, a maioria não aceitaria, de facto, que “todos os modos de vida” se equivalem, contanto se seja feliz. Por exemplo, embora afirmem “I don’t mind what my children end up doing, just as long as they’re happy”, na verdade, não aprovariam que os seus filhos se tornassem qualquer coisa, traficantes de droga ou *serial killers*, desde que fossem felizes. Por isso, segundo Baggini, esta é uma das mentiras mais comuns “in western civilization”.



como fim (p. 14). Afinal, isso já é o que queremos por natureza. O que precisamos de saber é *o que devemos*. Para Kant, devemos sempre respeitar certas condições éticas, mesmo que com isso provoquemos dano aos fins da inclinação (1997, p. 26). Deste modo, Kant pode ser considerado como um dos filósofos que mais se debateu contra a narrativa da felicidade, ainda que, de facto, não condene a felicidade enquanto tal.<sup>14</sup>

Portanto, a narrativa da felicidade apresenta-se como auto-evidente, mas, na verdade, há alternativas – como demonstram os exemplos expostos atrás – o que significa que *não é auto-evidente*. No entanto, ainda hoje, para muitos, “[t]he most convincing answer remains Aristotle’s” (Cellucci, 2017, p. 13).<sup>15</sup> A felicidade *não é apenas* vista como “algo de máxima importância” (Santos, 2015, p. 134). A felicidade “is the ultimate goal” e “everything else that is desired is only a means to this end” (Fleurbaey & Blanchet, 2013, p. 166; Diener, 1994; Layard, 2005). Pelo menos, “is considered by many to be the ultimate goal in life” e “virtually everyone wants to be happy” (Frey *et al.*, 2008, p. 3). Nos termos de Luc Ferry (2016/2017), vivemos numa “tirania da felicidade” (p. 71).

A narrativa da felicidade parece hoje mais viva do que nunca (Colebrook, 2008; Dias, 2017; Ferry, 2016/2017; Lu, 2005; Lipovetsky, 1994/2007; Sewaybricker, 2012). O desejo de felicidade é reconhecido como “uma das forças que movem o mundo contemporâneo” (Witzki, 2017, p. 126). Uns pensam que a felicidade é uma preocupação fundamental “for people all around the globe” (Baetz, 2010, p. 4). Outros consideram-na predominante, sobretudo, no Ocidente (Scholer, Ariely & Loewenstein, 2003; Lu, 2005; Mauss *et al.*, 2011; Ferry, 2016/2017; Kityama and Markus, 2000). Esta predominância é visível no volume crescente de literatura, científica (*e.g.* Kringelbach & Berridge, 2010) e popular (*e.g.* Beato, 2018), dedicada à temática da felicidade e de como alcançá-la (*e.g.* Marías, 1987; Lama & Cutler, 1998; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Rinpoche, 2008; Dias, 2011; Mauss *et al.*, 2011; Intelisano, 2016; Ferry, 2016/2017). Alguns consideram mesmo que a cultura ocidental está *obcecada* com a felicidade (*e.g.* Lu, 2005; Mauss *et al.*, 2011; Ferry, 2016/2017). A felicidade está na publicidade sob a lógica do *compre para ser feliz* (Witzki, 2017). Está nos filmes, como *Happiness* (1998), de Todd Solodonz, ou *À procura da felicidade* (2006), de Gabriele Muccino (Dias, 2017). Está nas práticas de hiperconsumo (Lipovetsky, 1994/2007). Como tem sido reconhecido por vários autores (*e.g.* Ferry, 2016/2017; Dias, 2017; Mauss *et al.* 2011), tornou-se tema recorrente de estudo em diversas áreas, nomeadamente, na Filosofia (*e.g.* Marías, 1987) e na Neurociência (*e.g.* Hanson, 2009; Kringelbach & Berridge, 2010). Assim, florescem as chamadas ciências da felicidade, como a Psicologia Positiva (*e.g.* Snyder & Lopez, 2002) e a Economia da Felicidade (*e.g.* Frey, 2013; Santos, 2015). Deve dizer-se que a imensa bibliografia produzida na área da Psicologia Positiva (*e.g.* Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Snyder & Lopez, 2002; Mauss *et al.* 2011) é, por si

14. Mais uma vez, nada disto tem que ver com o Determinismo. O problema é a concepção de bem que aqui está em causa. A identificação do bem com o desejo, pois a narrativa da felicidade coloca como critério de acção o âmbito natural, o desejo (de ser feliz).

15. Note-se que a argumentação de Aristóteles é, simplesmente, repetida por vários autores actuais (*e.g.* Ng, 2010): a felicidade “is the ultimate objective of rational individuals. We make money in order to buy goods; we consume goods to stay alive and to enjoy life; we enjoy life to get happiness; we want happiness for its own sake. It is the ultimate end; it is valuable in itself” (p. 2).

mesma, um indicador da importância que a ideia de felicidade assume no mundo contemporâneo e da influência que exerce sobre o próprio meio académico. Os “happiness researchers” têm o seu próprio jornal, *The Journal of Happiness Studies* (Wilkinson, 2007), e um *website* destinado a albergar a imensa produção à volta da ideia de felicidade, o *World Database of Happiness*.<sup>16</sup>

Ora, enquanto alguns (*e.g.* Walton, 2002 p. 45) admitem não dispor de argumentos para convencer “all readers that happiness is indeed man’s ultimate end”, outros procuram suporte em estudos empíricos (Baetz, 2010, p. 4; Santos, 2014, p. 134). De facto, alguns estudos (*e.g.* Diener, Sapyta & Suh, 1998; King & Napa, 1998; Oishi, Diener, & Lucas, 2007) sugerem que a maioria considera a felicidade o bem mais importante. Contudo, o que estes estudos empíricos mostram é que a narrativa da felicidade se encontra largamente disseminada. Aliás, esta “inflação da ideia de felicidade” (Ferry, 2016/2017, p. 13) é reconhecida, não só pelos defensores da narrativa da felicidade (os que defendem “that happiness is indeed man’s ultimate end”), mas também por aqueles que a criticam (Bruckner, 2011; Ferry, 2016/2017; Lu, 2005). Ou seja, quer aqueles que defendem a narrativa da felicidade, quer aqueles que a criticam, sublinham que se trata de uma narrativa largamente disseminada. Este aspecto é importante porque mostra que os dados empíricos, só por si, não são um argumento a favor da narrativa da felicidade: mostram apenas que ela está disseminada – o que não é o mesmo. Assim, os estudos empíricos não devem ser simplesmente tomados como *indícios* ou *evidência* de que a felicidade é a finalidade da vida humana (o que, mais uma vez, nos levaria à falácia naturalista).<sup>17</sup>

De facto, um inquérito conduzido pela *Action for Happiness* (um movimento patrocinado por Sua Santidade o Dalai Lama), na *YouGov*, concluiu que uma maioria de 87% dos britânicos (“UK adults”), prefere a felicidade à riqueza.<sup>18</sup> Esta predominância da ideia de felicidade verifica-se, inclusivamente, no âmbito político: “[s]ince each of us wants to be happy”, “happiness would be the most important objective for our institutions” (Landes, 2013, pp. 2-3; Kenny & Kenny, 2006). Cada vez mais psicólogos, economistas e sociólogos recomendam que os indicadores económicos incluam indicadores “happiness-based” (Ng, 2011). Vários *opinion makers*, políticos e líderes mundiais já expressaram a opinião de que o progresso deve ser medido com base no nível de felicidade das pessoas (OECD, 2013).<sup>19</sup> Inspirada em concepções budistas, a Constituição do Butão, de 2008, institucionalizou (art.º 9 e art.º 20) o *Índice de Felicidade Bruto* (*Gross National Happiness*), procurando o desenvolvimento como “a process that seeks to maximise happiness”, no qual “the individual is placed at the centre of all development efforts” (Lhamu, Rhodes & Rai, 2000, p. 151). Já desde 1946 a Constituição do Japão (art.º 13) prescreve que todas as pessoas têm direito à busca da felicidade, e desde 1948 o Estado Sul-Coreano está constitucionalmente vinculado (art.º 10) a assegurar o direito à busca da felicidade enquanto direito humano inviolável

---

16. *Website*: <https://worlddatabaseofhappiness.eur.nl/>.

17. Reconhecer que a maioria das pessoas considera que a felicidade é o fim último da vida humana não implica defender que a felicidade é o fim último da vida humana.

18. Ver artigo “National happiness matters more than national wealth”, disponível em [www.actionforhappiness.org/news/national-happiness-matters-more-than-national-wealth](http://www.actionforhappiness.org/news/national-happiness-matters-more-than-national-wealth). [acedido a 03-05-2018].

19. Ver artigo do *The Guardian*, “Why does happiness matter?”, disponível em [www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/nov/03/why-does-happiness-matter](http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/nov/03/why-does-happiness-matter). [acedido a 03-05-2018].

de todos os indivíduos.<sup>20</sup> Em 2011, a Assembleia Geral da ONU (UN. General Assembly, 2011) passou uma Resolução (65/309) afirmando que “the pursuit of happiness is a fundamental human goal”, e reconhecendo a felicidade “as a universal goal” (p. 1). O primeiro *Relatório Mundial da Felicidade* foi divulgado em 2012, e a versão de 2018 (Helliwell, Layard & Sachs) elenca 156 países segundo o nível de felicidade no período 2015-2017 (pp. 20-21). Portanto, a felicidade já não é apenas uma medida para as acções individuais, mas também um critério para avaliar os próprios países.

Parece, pois, legítimo afirmar que 1) há uma narrativa que sustenta que a felicidade é o fim último do humano, e que 2) esta narrativa é predominante. Ora, nós pretendemos colocar uma hipótese alternativa ao núcleo duro desta narrativa: a possibilidade de que o pior que pode acontecer ao humano é viver feliz toda a vida.<sup>21</sup>

### 3. O pior é viver feliz toda a vida

Para analisar a nossa hipótese estudaremos duas narrativas. Em primeiro lugar, analisaremos o episódio dos comedores de lótus, na *Odisseia*, de Homero. E, em segundo lugar, abordaremos o *Admirável Mundo Novo*, de Aldous Huxley. Recorrendo a estes dois exemplos, tentaremos mostrar que os problemas levantados por este tipo de narrativas não podem ser resolvidos no âmbito de uma narrativa da felicidade. Neste sentido, chamaremos a atenção para um *quantum* de irredutibilidade que impede a manutenção do pressuposto da felicidade enquanto projecto fundamental da vida humana. Nomeadamente, pretendemos sublinhar que estas narrativas sugerem a possibilidade de haver um problema com a felicidade que não se reduz ao problema de determinar os meios para a alcançar. Ou seja, o problema da felicidade – levantado por estas narrativas – não é a dificuldade de a definir, o facto de não se saber como alcançá-la, ou de não poder ser alcançada de todo. Pelo contrário, nestas narrativas é a própria felicidade que se revela problemática, equívoca e, em última análise, constitutivamente distópica. Note-se que aquilo que está em causa é que a própria felicidade vem a revelar uma dimensão distópica; não se trata de algo que se julgava ser capaz de nos levar à felicidade e que, afinal, nos leva ao contrário disso.

Ora, na *Odisseia* (v. 82-104), a embarcação de Ulisses vai parar à Terra dos Lotófagos. O fruto ou a flor de lótus tinha uma particularidade curiosa: quem dele comesse passava a não querer mais nada do que comer dele; como aquela terra estava cheia de lótus, os lotófagos nada mais queriam do que ficar ali a comer lótus, justamente, aquilo que estava ali mesmo à-mão. Quer dizer: quem comesse do fruto de lótus esquecia-se de tudo quanto estava lá fora – e esquecia-se que se tinha esquecido disso.

Se aplicarmos a narrativa da felicidade ao episódio dos comedores de lótus a questão que nos surge é: por que razão não seria a terra dos comedores de lótus o exemplo perfeito de um paraíso

20. Refira-se, também, *The United States Declaration of Independence*, que já em 1776 consignava a busca da felicidade como direito inalienável a par da liberdade e da vida.

21. A nossa hipótese não deve ser confundida com a tese de que, para haver felicidade, é preciso também haver infelicidade na vida, pois esta tese aceita que o melhor seria ser feliz sempre, se isso fosse possível. Por seu lado, a nossa hipótese afirma que, se fosse possível ser feliz sempre sem necessidade de intervalos de infelicidade, isso seria o pior de tudo.

na terra? Por que haveria alguém de querer sair dali? Ora, a verdade é que ninguém quer sair dali, pelo menos, se já tiver comido do fruto. É certo que Ulisses quer sair dali, mas isso é assim porque não comeu do fruto. O fruto de lótus é o oposto do fruto proibido do *Génesis*. Comer do fruto proibido traz conhecimento e resulta no cancelamento da condição paradisíaca. Pelo contrário, comer do fruto de lótus produz esquecimento e ignorância e deposita o sujeito numa situação paradisíaca.

A verdade é que nós, hoje, parecemos desenquadrados relativamente à posição de Ulisses. Afinal, se o homem quer felicidade acima de tudo, se deseja a felicidade incondicionalmente – então, não deveríamos condenar Ulisses por ter arrastado os seus companheiros dali para fora? Não terá sido ele um egoísta ao impedir os seus companheiros de ficarem ali? Aparentemente, a única atitude sensata à luz da felicidade teria sido comer também do fruto.

Ulisses queria prosseguir caminho até Penélope. Ficar ali causava-lhe sofrimento, e esta nostalgia não o deixava ver com clareza. O melhor teria sido comer do fruto, pois então esqueceria Penélope. Não será melhor esquecer, se o esquecimento traz felicidade? Por que não ficar logo ali, uma vez que, ao comer do fruto, encontraria precisamente aquilo que procurava em Ítaca e em Penélope, a felicidade? Se aquilo que ele queria de facto era a felicidade, e não a Penélope por ser Penélope – *se ele apenas queria Penélope em função da felicidade* – então, a única coisa razoável a fazer era comer o fruto de lótus, pois desse modo alcançaria logo ali, com menos esforço e trabalhos, aquilo que procurava em Penélope. Este aspecto é filosoficamente importante, porque sugere que a felicidade não serve como medida do humano, pois podemos dizer que nem tudo o que tem valor para nós é valorizado apenas em função da felicidade (cf. Campbell, 1973). Ou seja: como é evidente, só faz sentido continuar viagem se Penélope tem algum significado que *não possa reduzir-se à felicidade*. Se a felicidade é aquilo de que depende todo o sentido e todo o valor, então Ulisses foi parvo. E toda a Filosofia é um empreendimento sadomasoquista (pois, como se sabe, a ignorância é felicidade).

No *Admirável Mundo Novo*, os humanos são criados industrialmente, em série. O que está em causa é um mundo em que os indivíduos são condicionados e acondicionados ao próprio mundo. A ideia de adaptação e integração no mundo é levada ao extremo. As pessoas são programadas para querer exactamente aquilo que a sociedade pretende delas. Certas pessoas são feitas para serem empregados de elevador, outras para serem gestores, etc. E cada indivíduo é programado para ser feliz com o lugar que lhe é destinado. Cada indivíduo quer fazer e é feliz a fazer exactamente aquilo que a sociedade precisa ou quer que ele faça.

Ora, segundo a narrativa da felicidade, esta é a medida certa, a medida exacta do humano, aquela coisa que não tem nada em excesso, nem precisa de mais nada, para encher as medidas do humano (Wieland, 1988). “A felicidade parece, por conseguinte, ser de uma completude plena e auto-suficiente”, “não precisando de mais nenhum acrescento” (Aristóteles, 2004, p. 28). Portanto, se a narrativa da felicidade está certa, então, neste mundo, nada falta: as pessoas querem ser aquilo que o mundo lhes diz que têm de ser, de tal modo que são felizes a fazerem precisamente aquilo que têm de fazer. No limite, haveria uma conciliação perfeita entre indivíduo e sociedade, uma incorporação absoluta da norma social. Cada indivíduo seria apenas o reflexo do social. Neste mundo a liberdade vale muito pouco, pois, a liberdade seria, afinal, a liberdade de poder ser miserável. A felicidade está em eliminar por completo, não a liberdade, mas sim a própria

possibilidade da liberdade. O ideal é que um sujeito se funda completamente com o mundo. O mais feliz é aquele que conseguir fazer desaparecer de si qualquer hiato entre o eu e o mundo.

Contudo, aquilo que o *Admirável Mundo Novo* sugere é que a felicidade não é, de facto, o nosso critério de medida, aquilo de que depende o valor de tudo para nós, e aquilo pelo qual queremos tudo aquilo que queremos. Isto é assim porque, embora o mundo ali imaginado, no limite, produzisse homens absolutamente felizes, nós sentimos aversão e tendemos a rejeitá-lo.<sup>22</sup> Ou seja, não basta que uma vida seja feliz para que nos pareça preferível. Assim, parece legítimo admitir que a narrativa da felicidade não corresponde ao ponto de vista humano. Mas visto que a felicidade cega, uma vida completamente feliz estaria impedida de ir mais além. Se se está na felicidade, não se quer outra coisa – está-se preso sem que a prisão se denuncie enquanto tal.

### Conclusão

Procurámos mostrar que existe também uma narrativa segundo a qual há um problema com a felicidade, e que este problema não se resume às dificuldades que há em determinar o que ela seja ou como se há-de alcançar, mas também inclui um *quantum* de irredutibilidade que extravasa a própria narrativa da felicidade. Ou seja, esta narrativa, por assim dizer, *anti-felicidade*, aponta para algo de incómodo na própria noção de que a felicidade é a medida do homem.

O episódio dos comedores de lótus e o *Admirável Mundo Novo* mostram-nos que a busca da felicidade, e, sobretudo, o próprio estado de felicidade, nos fazem esquecer (o que esteja para além daquilo que nos proporciona felicidade). Assim, uma vez habitando a felicidade parece ser impossível ao sujeito querer abandoná-la. Mas se o sujeito não está disposto a deixar a felicidade de lado, então nunca se levantará para aquilo que de mais importante porventura possa estar para além daquilo que lhe permite ser feliz. O problema está na própria felicidade – no facto de ser feliz – e não naquilo, seja o que for, que a proporciona. Onde quer que o homem esteja, se ele está feliz, então quer manter-se aí. Enquanto se está na felicidade está-se satisfeito. Isto não significa que o sujeito pára. Pelo contrário, o sujeito pode sentir-se feliz, precisamente, quando está empenhado num projecto, a trabalhar nele, etc. O que está em causa não é delimitar as condições da felicidade. O ponto é outro: se se está na felicidade, não se quer abandonar a felicidade. Evidentemente, o sujeito pode fartar-se de algo, de modo que aquilo que lhe dava felicidade deixou de dar. Seja como for, o ponto é que a felicidade produz um *confinamento do ponto de vista e esbate as alternativas*.

Como o episódio dos comedores de lótus mostra, a felicidade confina o sujeito a uma determinada situação cegando-o para aquilo que esteja para além dela. O problema é duplo: em primeiro lugar, o sujeito feliz padece de uma extraordinária incapacidade para vislumbrar alternativas ao regime que lhe proporciona tal felicidade; em segundo lugar, mesmo que, de algum modo, tais alternativas lhe fossem mostradas, o sujeito feliz quer estar onde está a sua felicidade. Ora, nada disto constitui problema se a felicidade é, de facto, o fim último. Contudo, quer a felicidade seja, quer não seja o fim último, permanece o facto de que produz o confinamento da perspectiva e

22. Nozick (1974, pp. 42-45) propõe uma experiência mental em que os homens estão ligados a máquinas que os tornam artificialmente felizes recorrendo a experiências virtuais. Se o hedonismo estivesse correcto, nós consideraríamos esta forma de vida preferível à vida *real*. No entanto, segundo Nozick, não é isso que acontece.

o esbatimento das alternativas – o que significa que, a haver alternativa preferível, só o homem infeliz será capaz de a considerar como tal.

Finalmente, o *Admirável Mundo Novo* sugere que não é verdade que a felicidade seja, para nós, o critério de medida e o fim último. Isto é assim porque, se a felicidade fosse efectivamente o nosso critério último de medida, então o mundo imaginado por Huxley seria absolutamente desejável. Mas não parece ser esse o caso, pois causa-nos repulsa e revolta. Contudo, se nós fizéssemos parte desse grupo de sujeitos absolutamente felizes, muito provavelmente, enquanto nos sentíssemos felizes, não sentiríamos qualquer aversão ou rejeição face ao mesmo. Assim, o problema da felicidade é, precisamente, aquilo que habitualmente consideramos ser o seu aspecto distintivo, a saber, que a busca da felicidade nos arrasta – e que, a felicidade, quando a temos, nos prende onde estamos, tal como os comedores de lótus nada mais queriam do que comer lótus, pois era nisso que residia a sua felicidade. Ora, como se disse, parece evidente que essa forma de vida não seria algo que escolheríamos para nós. Numa palavra: não basta que uma forma de vida corresponda à felicidade para que a consideremos preferível – a não ser, é claro, que estejamos já envolvidos pelo seu véu. Por isso, o sujeito feliz, ao ficar cativo nela, estaria preso numa situação que ele não escolheria para si se estivesse livre da condição de felicidade. A felicidade condenaria o sujeito feliz a uma situação que ele próprio consideraria desprezível, mas da qual, em virtude da própria felicidade, jamais desejaria libertar-se.

Portanto, o pior que pode acontecer-nos é vivermos felizes toda a vida, porque nesse caso, muito provavelmente, nunca abriremos os olhos para alternativas ao nosso modo de vida e ao regime de sentido que o sustenta.

## Referências

- Agostinho, S. (2000). *Diálogo Sobre a Felicidade* (trad. M. Carvalho). Lisboa: Edições 70.
- Agostinho, S. (2001). *Diálogo Sobre o Livre Arbítrio* (trad. P. F. Alberto). Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Albieri, S. (1994). Hume acerca da vida e da felicidade. *Revista de Ciências Humanas*, 15(1), 96-111.
- Almeida, A. & Murcho, D. (2014). *Janelas para a Filosofia*. Lisboa: Gradiva Publicações.
- Aristóteles (2004). *Ética a Nicómaco* (trad. A. Caeiro). Lisboa: Quetzal Editores.
- Argyle, M. (2007). Is happiness a cause of health?. *Psychology & Health*, 12(6), 769-781. DOI: 10.1080/08870449708406738.
- Baetz, S. L. (2010). *Re-evaluating Happiness: Why the Quality of Our Lives Depend upon It*. Master of Arts in Liberal Studies (MALS).
- Baggini, J. (2005). *What's It All About? Philosophy and the Meaning of Life*. New York: Oxford University Press.
- Barbosa, D. M. (2012). *Natura sempre in se curva: A vinculação a si e a possibilidade de desvinculação segundo Duns Escoto*. Porto: Fundação Eng. António de Almeida.

- Beato, C. (2018). *Ser Feliz todos os dias: um guia de felicidade para pessoas imperfeitas*. Lisboa: Matéria Prima.
- Benatar, D. (2006). *Better Never To Have Been: The Harm of Coming into Existence*. Oxford: Oxford University Press.
- Bentham, J. (1789). *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. London: T. Payne, and Son.
- Bruckner, P. (2011). *Perpetual Euphoria: On the Duty to Be Happy* (trad. Steven Rendall). Princeton: Princeton University Press.
- Bueno, G. (2005). *El mito de la felicidad – Autoayuda para desengaño de quienes buscan ser felices*. Barcelona: Ediciones B.
- Caiiro, A. (2002). *A Areté como Possibilidade Extrema do Humano: Fenomenologia da Práxis em Platão e Aristóteles*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Camaliente, L. & Boccalandro, M. (2017). Felicidade e bem-estar na visão da psicologia positiva. *Bol. Acad. Paulista de Psicologia*, 37(93), 206-227.
- Campbell, R. (1973). The pursuit of happiness. *Personalist*, (54), 325-337.
- Camus, A. (1942). *Le Mithe de Sisyphe: Essai sur L'Absurde*. Paris: Les Éditions Gallimard.
- Carvalho, M. J. (2012). A Further Point of View on Points of View. *Proceedings of the European Society for Aesthetics*, (4), 1-40.
- Cellucci, C. (2017). Knowledge and the Meaning of Human Life. *Rethinking Knowledge. European Studies in Philosophy of Science*, 4, 377-391.
- Colebrook, C. (2008). Narrative Happiness and the Meaning of Life. *New Formations*, (63), 82-102.
- Comte-Sponville, A. (2000). *Le bonheur, désespérément*. Paris: Éditions Pleins Feux.
- Cornford, F. M. (1932/2001). *Antes e Depois de Sócrates* (trad. V. L. Siqueira). São Paulo: Martins Fontes.
- Csikszentmihalyi, M. (2003). Legs or Wings? A Reply to R.S. Lazarus. *Psychological Inquiry*, 14(2), 113-115.
- Descartes, R. (1838). *Œuvres Philosophiques de Descartes Publiées d'après les Textes Originaux par L. Aimé-Martin*. Paris: Auguste Desrez.
- Dias, J. H. (2011). Do «Método da Razão Vital Felicitária», em Julián Marías, na Aplicação Filosófica da(s) Teoria(s) à Compreensão da Vida Humana. Análise de um caso-de-consulta e Referências para a Educação Social. In J. Barrientos (ed.), *Metodologías aplicadas desde a filosofia: estabelecimentos prisionais, empresa, ética, consultoria e educação* (pp. 27-61). Madrid: Visión Libros.
- Dias, J. H. (2017). Uma felicidade filosófica. In J. H. Dias (ed.), *Perspetivas sobre a Felicidade*. s/l: Gabinete PROJECT@.
- Diderot, D. (1753/2012). *Os Pensamentos sobre a Interpretação da Natureza* (trad. L. M. A. V. Bernardo). Vila Nova de Famalicão: Húmus.

- Diener, E. (1994). Assessing subjective well-being: Progress and opportunities. *Social Indicators Research*, (31), 103-157.
- Diener, E.; Sapyta, J. & Suh, E. (1998). Subjective well-being is essential to well-being. *Psychological Inquiry*, (9), 33-37.
- Eagleton, T. (2007). *The Meaning of Life*. New York: Oxford University Press.
- Epiceto (2010). *A arte de viver* (2ª edição) (trad. Carlos de Jesus). Lisboa: Edições Sílabo.
- Epicuro (2008). Carta sobre a Felicidade. In *Carta sobre a Felicidade e Da Vida Feliz* (pp. 25-32) (trad. J. Forte). Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Feitosa, S.; Garrafa, V.; Cornelli, G.; Tardivo, C. & Carvalho, S. (2010). Bioethics, culture and infanticide in Brazilian indigenous communities: the Zuruahá case. *Cadernos de saúde pública*, 26(5), 853-878, Rio de Janeiro, maio. ([www.scielo.br/pdf/csp/v26n5/02.pdf](http://www.scielo.br/pdf/csp/v26n5/02.pdf), 30-11-2017). DOI: 10.1590/S0102-311X2010000500002.
- Feldman, F. (2012). *What is This Thing Called Happiness?*. Oxford: Oxford University Press.
- Ferro, N. (2015). *Naturalmente Hipócrita – Em Constante Referência a Kierkegaard*. Lisboa: Aster.
- Ferro, N. (2008). Kierkegaard e o Tédio. *Revista Portuguesa de Filosofia*, (64), 233-260.
- Fichte, J. G. (1798/2005). *The System of Ethics: According to the Principles of the Wissenschaftslehre* (trads. Daniel Breazeale & Günter Zöllner). Cambridge: Cambridge University Press.
- Filho, O. (2009). A civilização do mal-estar pela não-felicidade. *Revista Brasileira de Psicanálise*, 43(2), 183-192.
- Fidalgo, T. (2016). A pivotal distinction: ποιεῖν ἃ δοκεῖ αὐτῷ / ποιεῖν ἃ βούλεται. In Carvalho, M. & Fidalgo, T. (coord.), *Plato's Gorgias – Labyrinth and Threads* (pp. 45-66). Coimbra: Universidade de Coimbra – Instituto de Estudos Filosóficos.
- Fleurbaey, M. & Blanchet, D. (2013). *Beyond GDP: Measuring Welfare and Assessing Sustainability*. New York: Oxford University Press.
- Fredrickson, B. L. (2002). Positive emotions. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (eds.), *Handbook of Positive Psychology* (pp. 120-134). New York: Oxford University Press.
- Freud, S. (1930/2008). *O Mal-Estar na Civilização* (trad. I. C. Silva). Lisboa: Relógio D'Água
- Frey, B. & Stutzer, A. (2013). Economics and the Study of Individual Happiness. *Beiträge zur aktuellen Wirtschaftspolitik*, 431-447.
- Frey, B.; Stutzer, A.; Benz, M.; Meier, S.; Luechinger, S. & Benesch, C. (2008). *Happiness: A Revolution in economics*. MIT Press.
- Hanson, R. (2009). *Buddha's Brain: The Practical Neuroscience of Happiness, Love, and Wisdom*. Oakland: New Harbinger Publications.
- Haybron, D. (2000). Two Philosophical Problems in the Study of Happiness. *Journal of Happiness Studies*, (1), 207-225.



- Haybron, D. (2003). What Do We Want from a Theory of Happiness. *Metaphilosophy*, 34(3), 305-329.
- Haybron, D. (2008). Why Hedonism is False. *Happiness: Classic and Contemporary Readings in Philosophy*. Oxford: Oxford University Press.
- Helliwell, J.; Layard, R. & Sachs, J. (2018) (eds). *World Happiness Report 2018*. New York: Sustainable Development Solutions Network.
- Hobbes, Th. (1650/1983). *De cive: the English Version Entitled in the First Edition Philosophical Rudiments Concerning Government and Society*. Oxford: Clarendon Press.
- Homero (2003). *Odisseia* (trad. F. Lourenço). Lisboa: Livros Cotovia.
- Hume, D. (1742/1964). *Essays Moral, Political and Literary*. Darmstadt: Scientia Verlag Aalen.
- Hume, D. (1783/2008). *Essays on Suicide and the Immortality of the Soul*. Ann Arbor: University of Michigan Library.
- Hume, D. (1888/2001). *Tratado da Natureza Humana* (trad. Serafim da Silva Fontes). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Huxley, A. (1932/2001). *Admirável mundo novo* (M. H. Leiria, Trad.). Lisboa: Livros do Brasil.
- Intelisano, S. (2016). *Happiness in Prison*. Birmingham: University of Birmingham. (Tese de Doutoramento).
- Kahneman, D. (1999). Objective Happiness. In D. Kahneman, E. Diener & N. Schwarz (eds.), *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology* (pp. 3-25). New York: Russell Sage.
- Kant, I. (1785/1997). *Fundamentação da metafísica dos costumes* (Trad. P. Quintela). Lisboa: Edições 70.
- Kant, I. (1793/2015). *A religião nos limites da simples razão* (Trad. A. Morão). Lisboa: Edições 70.
- Kenny, A. & Kenny, C. (2006). *Life, Liberty, and the Pursuit of Utility: Happiness in Philosophical and Economic Thought*. Exeter: Imprint Academic.
- Kierkegaard, S. (1843/1990). *Eighteen Upbuilding Discourses* (Trad. H. Hong & E. Hong). Princeton: Princeton University Press.
- Kierkegaard, S. (1843/2013). *Ou-Ou: Um Fragmento de Vida, Primeira Parte* (Trad. E. M. de Sousa). Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Kierkegaard, S. (1843/2017). *Ou-Ou: Um Fragmento de Vida, Segunda Parte* (Trad. E. M. de Sousa). Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Kierkegaard, S. (1847/2009). *Upbuilding discourses in various spirits* (Trads. H. Hong & E. Hong). Princeton: Princeton University Press.
- Kierkegaard, S. (1849/1983). *The Sickness unto Death* (Trads. H. Hong & E. Hong). Princeton: Princeton University Press.
- King, L. & Napa, C. (1998). What makes life good?. *Journal of Personality and Social Psychology*, (75), 156-165.

- Kityama, S. & Markus, H. (2000). The pursuit of happiness and the realization of sympathy: Cultural patterns of self, social relations, and well being. In Deiner, E. & Suh, E. (eds), *Culture and Subjective Well-Being*. Boston: MIT Press.
- Kringelbach, M. L. & Berridge, K. C. (2010). The Neuroscience of Happiness and Pleasure. *Soc Res (New York)*, 77(2), 659-678.
- Kroemer G. (1994). *Kunahã Made, O Povo do Veneno: Sociedade e Cultura do Povo Zuruahá*. Belém: Edições Mensageiro.
- Layard, R. (2005). *Happiness: Lessons from a New Science*. New York: Penguin Books.
- Lama, D. & Cutler, H. C. (1998). *The Art of Happiness: A Handbook for Living*. New York: Riverhead Books.
- Landes, X. (2013). Happiness and Politics. *Éthique et économique/Ethics and Economics*, 10(1), 1-30.
- Lear, J. (2000). *Happiness, Death and the Remainder of Life*. Cambridge: Harvard University Press.
- Leibniz, G. (1765/1993). *Novos Ensaio sobre o Entendimento Humano* (Trad. A. Cardoso). Lisboa: Edições Colibri.
- Lhamu, C. ; Rhodes, J. & Rai, D. (2000). Integrating economy and environment: The development experience of Bhutan. In M. Banskota, T. Papola & J. Richter (eds.), *Growth, Poverty Alleviation and Sustainable Resource Management in the Mountain Areas of South Asia* (pp. 137-170). Feldafing: Deutsche Stiftung für internationale Entwicklung.
- Lipovetsky, G. (1994/2007). *A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade do hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Liu, B.; Floud, S.; Pirie, K.; Green, J.; Peto, R. & Beral, V. (2016). Does happiness itself directly affect mortality? the prospective UK Million Women Study. *The Lancet*, 387(10021), 874-881.
- Locke, J. (1690/1995). *Essay concerning human understanding*. New York: Prometheus Books.
- Lu, L. (2005). In Pursuit of Happiness: the Cultural Psychological Study of SWB. *Chinese Journal of Psychology*, 47(2), 99-112.
- Mangot, M. (2014). *Heureux comme Crésus? Leçons inattendues d'économie du bonheur*. Paris: Eyrolles.
- Marías, J. (1987). *La felicidad humana*. Madrid: Alianza Editorial.
- Matos, A. (2013). Destino e liberdade no pensamento estoico greco-romano. *Revista Filosófica de Coimbra*, (43), 7-42.
- Mauss, I.; Tamir, M.; Anderson, C. & Savino, N. (2011). Can seeking happiness make people unhappy? Paradoxical effects of valuing happiness. *Emotion*, 11(4), 807-815. DOI: 10.1037/a0022010.
- McMahon, D. (2006). *Happiness: a history*. New York: Atlantic Monthly Press.

- Moore, G. E. (1903/1922). *Principia Ethica*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nietzsche, F. (1886/1998). *Para Além do Bem e do Mal* (Trad. Delfim Santos) (7ª edição). Lisboa: Guimarães Editores.
- Mill, S. (1861/2003). Utilitarianism. In *Utilitarianism and On Liberty: Including Mill's 'Essay on Bentham' and selections from the writings of Jeremy Bentham and John Austin* (pp. 181-235), 2ª edição. Malden: Blackwell Publishing.
- Mill, S. (1873/1960). *Autobiography*. New York: Columbia University Press.
- Ng, Y.-K. (2010). *Happiness, life satisfaction, or subjective well-being? A measurement and moral philosophical perspective*. Typescript. [www.ntu.edu.sg/home/ykng/Happiness,LS,%20S WB-2015.pdf, acessado a 03 de Maio de 2018].
- Ng, Y.-K. (2011). *Happiness Is Absolute, Universal, Ultimate, Unidimensional, Cardinally Measurable and Interpersonally Comparable: A Basis for the Environmentally Responsible Happy Nation Index*. Discussion Paper. [http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.871.8861&rep=rep1&type=pdf, acessado a 03-05-2018].
- Nozick, R. (1974). *Anarchy, State, and Utopia*. New York: Basic Books.
- Ockham, G. (1967). *Opera theologica, tomo I: In librum primum sententiarum ordinatio, prologus et distinctio prima* (G. Gál & S. Brown, eds.). St. Bonaventure: Franciscan Institute.
- OECD (2013). *OECD Guidelines on Measuring Subjective Well-being*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/9789264191655-en.
- Oishi, S.; Diener, E. & Lucas, R. (2007). The optimum level of well-being: can people be too happy?. *Association for Psychological Science*, 2(4), 346-360.
- Ogier-Price, A (2007). *Can Happiness be Taught? The Effects on Subjective Wellbeing of Attending a Course in Positive Psychology that Includes the Practice of Multipli Interventions*. Dissertação de Mestrado, University of Canterbury.
- Pascal, B. (1670/1913). *Pensées*. Paris: Mignot.
- Platão (1979). *Gorgias* (Trad. T. Irwin). Oxford: Clarendon Press.
- Plutarco (1928). *Moralia* (Trad. F. C. Babbitt). Cambridge: Harvard University Press.
- Rand, A. (1964). *The Virtue of Selfishness: A New Concept of Egoism*. New York: Penguin.
- Reimão, S. (2010). *A Questão da Medicina e a Morte como Questão em Hans-Georg Gadamer*. Lisboa: Universidade Católica Editora.
- Rinpoche, L. (2008). *How to be Happy*. Somerville: Wisdom Publications.
- Santos, A. S. (2015). *Economia da Felicidade. Determinantes da Felicidade e a Influência das Dimensões Socioculturais. Um Estudo Multicultural*. Tese de Doutoramento. Lisboa: Universidade Autónoma de Lisboa.
- Santos, J. (2012). *Introdução à Ética*. Lisboa: Documenta.
- Sartre, J.-P. (1943/2001). *O Ser e o Nada: Ensaio de Ontologia Fenomenológica* (Trad. P. Perdigão), 9ª edição. Petrópolis: Editora Vozes.

- Sartre, J.-P. (1946). *L'existentialisme est un humanisme*. Paris: Nagel.
- Schooler, J.; Ariely, D. & Loewenstein, G. (2003). The pursuit and assessment of happiness can be self-defeating. *The psychology of economic decisions*, (1), 41-70.
- Seligman, M. & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14.
- Sêneca (2008). Da Vida Feliz. In *Carta sobre a Felicidade e Da Vida Feliz* (pp. 41-76) (Trad. João Forte). Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Sève, R. (1993/1996). A Ética como Necessidade. In J.-P. Changeaux (dir.), *Fundamentos Naturais da Ética* (Trad. V. Casimiro). Lisboa: Instituto Piaget.
- Sewaybricker, L. E. (2012). *A Felicidade na Sociedade Contemporânea: Contraste entre Diversas Perspectivas Filosóficas e a Modernidade Líquida*. Dissertação de Mestrado, Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo.
- Snyder, C. R. & Lopez, S. J. (eds.) (2002). *Handbook of Positive Psychology*. New York: Oxford University Press.
- Solomon, S.; Greenberg, J. & Pyszczynski, T. (1991). A terror management theory of social behavior: The psychological functions of self-esteem and cultural worldviews. *Advances in Experimental Social Psychology*, (24), 93-159.
- Thomson, J. A. K. (1953). *The ethics of Aristotle: The Nicomachean ethics*. London: Penguin Books.
- UN. General Assembly (2011). *Happiness: towards a holistic approach to development*. UN. Dag Repository [http://repository.un.org/bitstream/handle/11176/291712/A\_RES\_65\_309-EN.pdf?sequence=3&isAllowed=y, acessado a 03 de Maio de 2018].
- Veenhoven, R. (2008). Healthy happiness: Effects of happiness on physical health and the consequences for preventive health care. *Journal of Happiness Studies*, 9, 449-469. DOI: 10.1007/s10902-006-9042-1.
- Walton, S. (2002). The Nature and the Pursuit of Happiness. *Practical Philosophy*, 5(1), 40-54 [www.society-for-philosophy-in-practice.org/journal/pdf/5-1%2040%20Walton%20-%20Pursuit%20of%20Happiness.pdf, acessado a 03 de Maio de 2018].
- Wieland, G. (1988). Happiness: The Perfection of Man. In N. Kretzmann, A. Kenny & J. Pinborg (eds.), *The Cambridge History of Later Medieval Philosophy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wilkinson, W. (2007). In Pursuit of Happiness Research: Is It Reliable? What Does It Imply for Policy?. *Cato Institute Policy Analysis Series*, 590.
- Witzki, F. L. (2017). Narrativas da felicidade mediadas pelas práticas do consumo. *Revista Eptic*, 19(2), 122-135.



## O xadrez enquanto narrativa ficcional

Diniz Cayolla Ribeiro

I2ADS, Faculdade de Belas Artes do Porto

E-mail: dribeiro@fba.up.pt

### Abstract

O xadrez é seguramente um dos jogos de tabuleiro mais valorizados e estudados no mundo contemporâneo. São inúmeros os estudos, as monografias e os artigos especializados que esmiúçam as diferentes fases das partidas de xadrez – abertura, meio-jogo, final –, procurando compreender as grandes ideias estratégicas e/ou as possibilidades táticas que atravessem as distintas partes do jogo. Existem, porém, outras facetas menos conhecidas ou mesmo inexploradas. O lado ficcional é uma delas. À semelhança de uma história apelativa, o xadrez também tem uma estrutura narrativa, recheada de *plot points* e de *volte-faces* imprevisíveis. À semelhança de uma

história bem caracterizada, o xadrez também tem várias personagens que se movimentam nos tabuleiros, se enfrentam, e por vezes se matam. À semelhança de uma história atual, o xadrez também espelha os temas humanos, as suas ideologias, ou mesmo o *zeitgeist* de uma época. O presente texto visa revelar essa outra faceta ficcional do xadrez menos conhecida, contribuindo deste modo para enriquecer o nosso olhar sobre esse jogo milenar, bem como para demonstrar que as partidas de xadrez poderão servir de suporte para intrigantes e fascinantes histórias, umas vezes cómicas, outras vezes trágicas.

Keywords: narrativa; guião; xadrez; cognição; heurística.

### ABERTURA

O xadrez é seguramente um dos jogos de tabuleiro mais conhecidos, praticados e respeitados no mundo inteiro. Mesmo aqueles que não o sabem jogar associam-no imediatamente a combates estratégicos e compreendem que o mesmo possa ser usado nos média como metáfora para outros embates mais simbólicos. Quem não se lembra, por exemplo, do célebre duelo em 1972, em plena Guerra Fria, no qual o *challenger* norte-americano Robert (Bobby) Fischer desafiou e derrotou o representante do bloco soviético Boris Spassky, que na altura detinha o cetro de campeão do mundo? Ou então do não menos famoso embate na década de 80 entre Anatoly Karpov e Garry Kasparov? Ou ainda do confronto titânico entre o ser humano e a máquina, em

Data de submissão: 2017-11-19. Data de aprovação: 2018-07-18.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



1996 e 1997, que opôs o mesmo Garry Kasparov ao supercomputador Deep Blue, e que acabou com a derrota do nosso representante?

Noutros termos, o xadrez é um jogo que extravasa largamente o tabuleiro em que é praticado, e não é por isso de estranhar que as mais diversas áreas, mais ou menos académicas, o tenham usado ao longo dos tempos como meio de investigação. Encontramo-lo no campo da psicologia, desde pelo menos finais do século XIX, como cobaia, ou mosca do vinagre (como por vezes jocosamente se diz no âmbito da inteligência artificial), para testar hipóteses de carácter cognitivo (cf. Binet, 1894; Simon e Chase, 1973; Groot, 1978). Encontramo-lo em várias monografias mais recentes ligadas à economia e à gestão, nas quais o xadrez é usado como modelo estratégico e tático para outras guerras a serem travadas nos tabuleiros negociais e empresariais (cf. Pandolfini, 2003; Rice, 2008; Illescas, 2012). E encontramos-lo noutros trabalhos mais desportivos, que relacionam por exemplo o xadrez com o futebol e que procuram mostrar que estes dois jogos, apesar de parecerem tão distintos, partilham elementos estruturais semelhantes. Continuando com as palavras de Adam Wells, autor do livro *Football and Chess: Tactics Strategy Beauty*:

A relação entre xadrez e futebol não é uma ideia obscura que vem à mente enquanto assistimos a certos tipos de jogos de futebol. É uma parte intrínseca de todos os jogos de futebol, sejam eles fechados e lentos ou vivos e abertos. Ao extrairmos dos jogos os seus componentes estruturais mais básicos, podemos descobrir quão reais e extensas são essas semelhanças. Isso, por sua vez, pode oferecer-nos alguma explicação sobre o porquê dos jogos serem esteticamente agradáveis e significativos para muitos adeptos (2007, p. 5) <sup>1</sup>.

É neste contexto algo especulativo, mas também criativo e altamente heurístico, que se situa o presente estudo. Mais concretamente, ao longo das próximas páginas procurar-se-á demonstrar que existem pelo menos cinco pontos em comum entre o xadrez e a escrita cinematográfica, argumentando-se deste modo que as narrativas xadrezísticas poderão servir como base para empolgantes histórias ficcionais. Centremos então o foco da nossa atenção no campo da narrativa, média e cognição e analisemos de que modo esta articulação entre o xadrez e a ficção poderá ser posta em prática, ou pelo menos esboçada, para ulteriores desenvolvimentos.

## MEIO-JOGO

### 1. Conflito

Apesar de existirem inúmeros livros distintos (Field, 1979; Mckee, 1997; Vogler, 2006; Truby, 2007; só para citar alguns) sobre a forma como se deve escrever um guião cinematográfico, há pelo menos um ponto em que todos os autores estão de acordo: uma história bem contada tem de ter conflito. É a partir dele que tudo o resto acontece. E o mesmo se passa ao nível do jogo de xadrez. O conflito entre as brancas e as negras existe desde o primeiro momento tanto ao nível

1. Tradução livre. No original “The relationship between chess and football is not an obscure idea that comes to mind whilst watching certain types of football. It is a permanently entrenched part of all football games, whether they are tight and slow or lively and open. By stripping the games down to their most basic structural components, we can find out just how real and extensive these similarities are. This may in turn offer us some explanation as to why the games are aesthetically pleasing and meaningful to so many (2007, p. 5).

macro, em que cada um dos jogadores procura derrotar o adversário, como ao nível micro, no qual as peças disputam entre si o controle das casas do tabuleiro. Dito por outras palavras, o xadrez transpira conflito por todos os poros, e tal como lembrava Kasparov num manual de iniciação ao xadrez, quanto maior forem as capacidades do jogador para “reconhecer estes pequenos conflitos que surgem com frequência ao longo do jogo, tanto melhor ele saberá avaliar as consequências e correspondentemente tomar as melhores decisões” (1998, p. 14).

Como já se percebeu pelos exemplos atrás expostos, o xadrez é um meio ideal para simbolizar grandes conflitos – “guerra fria”, passado e presente, homem vs. máquina – ainda que também possa ser usado para representar outras guerras menos prosaicas ou até mais abstratas. O livro *Chess Masterpieces: One Thousand Years of Extraordinary Chess Sets* (Dean, Brady, and Kasparov, 2010) mostra-nos como, através de diferentes conjuntos de peças recolhidas um pouco por todo o mundo: Colonizadores vs. Nativos, Cowboys vs. Índios, Cristãos vs. Muçulmanos, Cruzados vs. Mouros, Europeus vs. Africanos. E apresenta-nos ainda outros tabuleiros em que, por exemplo, a Virtude enfrenta o Vício, o Bem luta contra o Mal, ou o Dia acareia a Noite.

Independentemente do conflito em causa, o aspeto mais importante a reter é que ambos os lados se confrontam com armas absolutamente idênticas. No xadrez (assim como noutros jogos de tabuleiro, convém lembrar), a simetria é total, algo que poderá passar despercebido uma vez que não acontece em muitas outras modalidades. No futebol, por exemplo, apesar de ambos os lados se defrontarem com o mesmo número de jogadores, a qualidade desses jogadores varia. O mesmo se passa no basquetebol, ou no andebol, ou em qualquer outra modalidade desportiva de grupo. A quantidade é a mesma, mas a qualidade varia. No xadrez isso não acontece. No xadrez, ambos os lados jogam com um conjunto de peças rigorosamente igual. A simetria é absoluta.

Este pequeno pormenor é relevante porque nos lembra que para haver uma luta justa deverá existir um equilíbrio entre ambas as partes. Ou seja, tal como ocorre em muitas histórias empolgantes, no xadrez o herói e o vilão enfrentam-se com as mesmas armas. O modo como cada um as vai usar é que faz toda a diferença. E, à semelhança uma vez mais dessas histórias que nos prendem ao ecrã, o conflito entre ambas as partes envolvidas ocorre, como já foi referido, ao longo de toda a narrativa, em cada cena, e não apenas a um nível mais geral. A premiada série televisiva norte-americana *24* (Fox, 2001-2010) poderá ser vista como um extraordinário exemplo deste tipo de tensão permanente.

Em suma, histórias bem construídas e partidas de xadrez partilham a mesma base: o conflito. A tensão é constante; cada avanço na narrativa é disputado e conquistado. A transposição deste conflito contínuo que acompanha uma partida de xadrez para um guião cinematográfico poderá originar histórias empolgantes que nos deixem agarrados ao ecrã do princípio ao fim da história.

## 2. Estrutura narrativa

O facto de todos os lances conterem tensão e conflito não significa que não existam momentos do jogo distintos, diferentes, que sobressaiam de todos os outros. Isto é, o facto de o conflito ser constante ao longo da partida de xadrez não significa que não possa haver momentos de viragem, ou *plot points* como vulgarmente se diz no mundo da escrita cinematográfica (Field, 1979, 1984). Pelo contrário, à semelhança de uma história paradigmática, também no xadrez existem dois mo-



mentos principais que fazem a transição entre os atos, assim como outros pequenos *beliscões* (*pinches*) que fazem a história avançar.

Nas narrativas cinematográficas temos o primeiro ato, ou *setup*, no qual as personagens principais são apresentadas e introduzido o problema que irá originar a intriga (Field, 1979). No xadrez temos a abertura, que corresponde ao momento em que ambos os jogadores desenvolvem as suas peças, lutam pelo centro do tabuleiro, e procuram colocar o seu rei em segurança. As semelhanças entre ambas as situações emergem imediatamente. Tal como na primeira parte das histórias em três atos, também na abertura de xadrez começa-se por apresentar os “personagens” e deixa-se as contendas maiores para mais tarde. Ou seja, neste primeiro momento, o que realmente importa é conseguir colocar as peças nos locais corretos para a luta que já se avizinha. O conflito existe, está lá, mas materializa-se sobretudo na luta pelo centro do tabuleiro, bem como na tentativa de dificultar o desenvolvimento do adversário, levando-o a colocar as peças em casas menos favoráveis. E só quando a abertura fica concluída é que se passa para a segunda fase do jogo. Nessa altura, reexamina-se a posição, pensam-se nos prós e contras, e elabora-se um plano de jogo. Temos assim o primeiro *plot point* da partida.

A fase do meio-jogo corresponde ao segundo ato duma história paradigmática. É aqui, na tentativa de executar os seus planos, que o conflito realmente acontece, o que levará a uma luta renhida entre os dois beligerantes. É aqui que são concretizados os golpes táticos mais incisivos (*foreshadowing*: este assunto será retomado mais à frente) a partir de planos estratégicos mais abstratos. É aqui que os dois antagonistas irão verdadeiramente testar-se, colocando em prática um plano que tem, como sabemos, um objetivo comum: matar o adversário! Sim, porque dar xeque-mate ao Rei simboliza assassiná-lo, como nos lembra Ernest Jones na sua original contribuição para o estudo psicanalítico dos jogadores de xadrez, publicada originalmente em 1931.

O que nos leva ao terceiro ato: ao final da partida. Esta derradeira fase do jogo normalmente ocorre após uma série de trocas relevantes em cima do tabuleiro. Isto é, para que o final da partida surja é necessário que muitas peças tenham sido capturadas, restando apenas algumas que serão determinantes para o desfecho da “intriga”. Esta simplificação da posição corresponde ao segundo *plot point*, dando origem ao epílogo da partida. Não será também isso que se passa no mundo das histórias? Depois dos primeiros combates, das guerras ou quezílias mais gerais entre as várias personagens, não ficamos também com a batalha final entre os dois personagens principais? Não se chama a isto *clímax*?

Para além do mais, nos finais das partidas de xadrez, novamente à semelhança das histórias, ocorrem por vezes transformações decisivas de personagens-chave, que conduzirão à vitória tão desejada do nosso herói. Pensemos, por exemplo, na promoção do peão, na possibilidade desta humilde peça chegar à oitava casa e se transformar numa outra peça mais forte, que na maioria das vezes é a Rainha (ou Dama, como se costuma dizer no mundo do xadrez). Ao pensar nesta promoção do peão ocorre-nos imediatamente a transformação de algumas personagens famosas da nossa ficção (Luke Skywalker, Daniel Larusso, Harry Potter),<sup>2</sup> que, no *clímax* do terceiro ato,

2. Luke Skywalker, Daniel Larusso e Harry Potter são os protagonistas dos sucessos cinematográficos *Star Wars* (1977), *The Karate Kid* (1984) e *Harry Potter and the Sorcerer's Stone* (2001) respetivamente.

descobrem que tinham poderes consigo, ou armas secretas, que desconheciam e que acabam por ser decisivas para a resolução da situação. “Use the force Luke. Let go!”

### 3. Personagens

E assim chegamos às peças de xadrez e à sua possibilidade de servirem de inspiração para personagens-tipo.

A ideia de criar um conjunto de personagens a partir de um conceito ou de algo preexistente não é uma novidade no mundo da escrita ficcional. Como é bem sabido, Vladimir Propp, na sua muito citada obra *Morfologia do Conto* (publicada originalmente em 1928), apresenta as 31 funções dos contos populares russos em sete esferas de ação, agrupadas por personagens: Agressor, Doador, Auxiliar, Princesa ou Pai, Mandador, Herói e Falso Herói. Do mesmo modo, Christopher Volger, a partir dos trabalhos de Carl Jung e Joseph Campbell, apresenta-nos no seu livro *A Jornada do Escritor* (cuja primeira edição é de 1992) um conjunto de personagens arquetipais, nas quais se destacam oito figuras bem conhecidas: Herói, Mentor, Guardiã do limiar, Arauto, Camaleão, Sombra, Aliado e Pícaro. A pergunta que se coloca então é saber se será possível fazer algo de semelhante a partir das seis peças de xadrez.

O exemplo da promoção do peão mostra-nos que a resposta é claramente afirmativa, e poderá servir de ponto de partida para esta secção do texto, enfatizando, porém, que as associações de peças a personagens-tipo que irão ser apresentadas são apenas sugestões de muitas outras ligações possíveis. Estamos claramente a dar os primeiros passos num campo em aberto, com um enorme potencial heurístico. O fundamental aqui é explorar este manancial de possibilidades a partir da história das peças e da forma como as mesmas se movem no tabuleiro.

Regressemos então ao peão. Ao contrário daquilo que se vulgarizou dizer no senso comum, esta peça não é insignificante. É um facto que é uma peça algo limitada no seu movimento – só anda uma casa de cada vez –, mas também é verdade que o peão goza de uma série de prerrogativas que não conseguimos encontrar em mais nenhuma outra: tem dois tipos diferentes de movimento – um para avançar outro para capturar; goza da possibilidade de avançar duas casas no primeiro lance; e, como já foi referido anteriormente, é a única peça que se pode transformar numa outra.

Individualmente, o peão é a peça ideal para representar o personagem imaturo, jovem, ingénuo, que vai adquirindo poderes ao longo da história e que se acaba por transformar na peça mais poderosa, em termos efetivos, em cima do tabuleiro. Daí a referência aos protagonistas jovens de filmes célebres referidos anteriormente.

Em termos coletivos, o peão representa o povo, as multidões, a coletividade. Convém não esquecer que os planos de xadrez se fazem, na esmagadora maioria das vezes, a partir das estruturas de peões, e que a força dos peões reside precisamente na sua própria fraqueza: as outras peças temem-nos, não querem ser capturadas por eles, e por isso evitam colocar-se nas casas que são controladas pelos peões.

Em suma, os peões são peças muito relevantes, tanto em termos individuais como coletivos – “são a alma do xadrez”, escreveu Philidor em 1792<sup>3</sup> –, e uma boa história deverá tê-los sempre em consideração, podendo usá-los como meio ideal para a identificação com os espectadores.

A torre, por sua vez, corresponde à retidão. As torres são peças escuras. Movimentam-se em linha reta na vertical ou horizontal. São peças poderosas, pesadas, que tardam quase sempre em entrar em jogo, mas quando o fazem, fazem-no com uma grande eficácia, e muitas vezes para resolver a partida. Não é por acaso que um dos finais de partida mais comuns no xadrez, e mais estudado, seja o final de torres.

As torres são também peças confiáveis, sensatas, que passam uma boa parte da partida ao lado do seu monarca, protegendo-o, mas também “aconselhando-o”. Quando pensamos em Torres pensamos imediatamente em homens sábios, justos, ímpolitos. Pensamos em mentores. Voltando às referências cinematográficas anteriores, as Torres fazem-nos lembrar personagens como Obi-Wan Kenobi ou Mr. Miyagi, os famosos mentores de *Star Wars* e *The Karate Kid*, respetivamente.

Os bispos, em contrapartida, são peças que nos inspiram muito menos confiança. São peças oblíquas, que nos olham de esguelha, na diagonal. E são peças maniqueístas! Um bispo apenas vê uma cor do tabuleiro: as casas brancas ou as casas negras. Tudo o que não estiver nas diagonais da cor das suas casas passa-lhes ao lado.

Em termos caracterológicos, os bispos são os *experts* nas suas áreas, reputados peritos no seu campo de especialidade, mas completamente ineptos em tudo o resto. São *nerds* por excelência. São personagens que podem ter um papel fundamental na intriga, ajudando o herói na concretização do seu objetivo, mas completamente desastradas na vida pessoal e absolutamente incapazes de ver o outro ponto de vista.

E ao contrário do que se possa pensar à primeira vista, os bispos não têm nada que ver com a religião. Aqui e em língua inglesa chamam-se bispos, mas em França são “bobos da corte” (*fou*) e na Alemanha são “corredores” (*Läufer*). E os exemplos poderiam continuar: “Porta-estandarte” (*alfiere*) em italiano; “Elefante” (*СπOH-Slon*) em Russo; e “Caçador” (*Lovac*) em Sérvio. Os espanhóis criaram uma palavra nova para esta peça, a partir do árabe: *Alfil*.

Os cavalos são peças nobres, tanto pelo facto de representarem um animal que é visto como distinto e associado às camadas aristocráticas da sociedade, como também pelo facto de simbolizarem a nobreza em cima do tabuleiro: os cavalos chamam-se *knights* (cavaleiros) em língua inglesa; são os *Sirs* de sua Majestade. A própria forma como se movimentam em cima do tabuleiro diz muito sobre o seu *pedigree*. O cavalo é a única peça que pode saltar por cima das outras – uma prerrogativa animal, dirão alguns, mas também aristocrática, dirão outros – e quando ataca uma peça através do seu movimento em “L” nunca pode ser atacada por essa mesma peça, a não ser que também seja um cavalo. *Noblesse oblige!*

Os cavalos fazem-nos lembrar outro animal, o polvo, pela forma tentacular como dominam as casas do tabuleiro. Um cavalo num posto avançado, protegido, é uma peça poderosíssima, sobretudo se a situação for complexa e muito fechada, porquanto irradia poder para todo o lado a partir duma posição inatacável. No centro do tabuleiro, domina oito casas. Os cavalos representam

3. François-André Danican Philidor (1726 – 1795) foi um compositor francês e um notável xadrezista, bem como o autor de um dos primeiros estudos sobre o xadrez intitulado *Analyse du jeu des échecs* (1749).

ao nível da ficção aquelas personagens que se conseguem infiltrar em situações intrincadas e exercer um enorme poder a partir de dentro, de uma forma dissimulada. Para o bem e/ou para o mal. Os cavalos podem ser extraordinários espões no campo do inimigo, mas também insidiosos agentes infiltrados.

Por fim, temos o Rei e a Dama. Estas peças podem movimentar-se em qualquer direção – horizontal, vertical, diagonal – mas com limitações diferentes. O Rei só pode andar uma casa de cada vez; a Dama pode deslocar-se o número de casas que quiser, desde que tenha o caminho livre.

Logo aqui temos uma diferença considerável que será discutida no ponto seguinte e que remete para o facto do xadrez refletir a sociedade. Por agora, importa apenas relembrar que estas peças são provavelmente as personagens mais relevantes da história. A primeira por poder ser facilmente associada a personagens simbólicas que precisam de ser protegidas a qualquer custo: monarcas, presidentes da república, figuras públicas importantes, outras personagens significantes para o herói (mulher, filha ou filho, pai, etc.). Numa história baseada no xadrez, o Rei seria uma destas personagens que terá de ser protegida dos xeques do adversário, sob pena de perder a contenda. Convém lembrar que no xadrez o ataque direto ao Rei obriga a que a jogada seguinte tenha de ser obrigatoriamente um lance que retire o monarca da ação do xeque; caso contrário é xeque-mate e o jogo está perdido.

A Dama, por sua vez, também pode ser facilmente associada ao herói ou heroína que irá resolver a partida. Já o tínhamos percebido quando falámos na promoção do peão a Dama e evocámos personagens ficcionais como Luke Skywalker ou Harry Potter. Esta peça é extremamente poderosa porquanto congrega simultaneamente o poder do bispo e da torre. A sua ação em cima do tabuleiro é absolutamente letal, ainda que precise dos restantes companheiros para dar o xeque-mate final.

E este é um aspeto que nunca deve ser esquecido. Por muito brilhante que possa ser uma peça como a Dama, precisará sempre dos outros companheiros para resolver a partida. Dito por outras palavras, o xadrez é um jogo de equipa. Num certo sentido, a Dama neste jogo faz-nos lembrar o D'Artagnan da famosa história de Alexandre Dumas, que, como também sabemos, não atuava sozinho, necessitando do brilhantismo e da bravura dos seus três colegas mosqueteiros: Athos, Aramis e Portos. “Unus pro omnibus, omnes pro uno”.

#### 4. Sociedade

A relação do xadrez com a sociedade já foi abordada noutros textos (Cayolla Ribeiro 2015, 2017). Ainda assim, tendo em consideração o propósito deste texto – mostrar que o xadrez poderá servir de base para a escrita ficcional – serão revisitadas aqui algumas dessas ideias principais tratadas anteriormente.

Começemos pela questão do género.

A Dama que conhecemos hoje é uma invenção ocidental. O lugar da Dama atual era ocupado por uma espécie de conselheiro ou vizir nas versões indianas ou árabes que precederam o xadrez moderno: *Mantri* em Sânscrito, *Farzīn* em Persa, *Firzān* ou *Firz* em Árabe. Ou seja, era uma peça masculina e, pasme-se, tinha uma liberdade de movimentos inferior à do Rei: só podia movimentar-se uma casa de cada vez na diagonal! Com a entrada do xadrez no mundo medieval europeu por volta do século X, por intermédio das invasões muçulmanas, esta peça mudou

literalmente de gênero e foi adquirindo progressivamente uma maior amplitude de movimentos, acabando por se transformar na peça mais poderosa em cima do tabuleiro.

Marilyn Yalom, fascinada pela transfiguração desta peça, dedicou uma monografia à evolução da Dama, considerando-a como um “ícone do poder feminino” e correlacionando a sua ascensão com três alterações fundamentais ocorridas na Europa, entre os séculos XI-XII. Citando as suas palavras:

Durante os séculos XI e XII, quando a rainha estava expulsando o vizir do tabuleiro de xadrez europeu, havia numerosas correntes favoráveis à ideia de poder feminino. A primeira estava relacionada com as funções da rainha cristã, que tomou sua forma distinta durante o início da Idade Média. A rainha era, acima de tudo, a esposa do rei, sua fiel companheira, ajudante e súbdita leal. Como o vizir oriental, ela também era conselheira, especialmente em assuntos relacionados com o parentesco, mas mesmo em matérias de diplomacia e guerra. (...)

A maioria das rainhas, assim como duquesas e condessas, passaram a reinar em virtude do casamento com um soberano reinante e eram então conhecidas como rainhas consortes. (...)

Uma segunda corrente cultural que coincidiu com o nascimento da rainha de xadrez e reforçou a instituição da rainha foi o culto da Virgem Maria. (...) Centenas de igrejas foram dedicadas a Nossa Senhora, com mãe e filho representados em esculturas, pinturas nas paredes e vitrais. (...)

Uma terceira influência foi o culto do amor romântico. A adoração da bela dama, muitas vezes a esposa de um rei ou poderoso nobre, foi celebrada pela primeira vez por trovadores no sul da França e depois exportada para todas as Cortes da Europa (2004, p. XXI-XXII).<sup>4</sup>

De facto, a transformação é impressionante e faz todo o sentido colocar a possibilidade destas alterações ocorridas no mundo medieval terem influenciado decisivamente o xadrez, mostrando deste modo que o jogo absorveu e refletiu o que se estava a passar à sua volta. No entanto, questionamo-nos: será que esta hipótese deixou de fazer sentido? Dito por outras palavras, não continua o xadrez a ser um espelho da sociedade? Não persiste em mostrar que existe uma diferença no modo como a sociedade trata a questão do gênero? É que, à semelhança do que ocorre no tabuleiro do jogo, também na sociedade as mulheres frequentemente se esforçam mais, trabalham mais, e detêm muitas vezes um maior poder efetivo, apesar de continuar a ser masculino o detentor

4. Tradução livre. No original “During the eleventh and twelfth centuries, when the chess queen was driving the vizier from the European board, there were numerous currents favorable to the idea of female power. The first was the reality of Christian queenship, which has taken its distinctive shape during the early Middle Ages. The queen was, first and foremost, the king’s wife, his faithful partner, helpmate, and loyal subject. Like the Eastern vizier, she was also a giver of advice, especially on issues concerning kinship, but even in matters of diplomacy and warfare. (...)

Most queens, as well as duchesses and countesses, became rules by virtue of marriage to a reigning sovereign and were then known as queens consort. (...)

A second cultural current that coincided with the chess queen’s birth and reinforced the institution of queenship was the cult of Virgin Mary. (...)

Hundreds of churches were dedicated to Our Lady, with mother and child represented in sculpture, wall paintings, and stained glass. (...)

A third influence was the cult of romantic love. The adoration of beautiful lady, often the wife of a king or powerful noble, was first celebrated by troubadours in the South of France and then exported to all the courts of Europe (2004, p. XXI-XXII)

do cetro do poder simbólico. É que sem Rei não há xadrez; o seu poder é absoluto. A Dama é uma peça muito poderosa, mas em última instância poderá ser sacrificada para salvar o seu monarca.

Existe também uma diferença significativa ao nível da cor das peças, isto é, “racial”. Tal como foi escrito anteriormente, no xadrez a simetria é total. Contudo, existe uma regra introduzida pelos humanos que mancha esta simetria utópica: as brancas fazem o primeiro lance. Este pequeno pormenor pode parecer insignificante (ideológico?), mas faz toda a diferença. Na prática, significa que existem mais 7 a 10% de hipóteses das brancas vencerem o jogo: depende da base de dados analisada.<sup>5</sup> E esta diferença aumenta à medida que filtramos os jogos, ficando apenas com aqueles que são jogados ao mais alto nível. Aqui a diferença pode chegar aos 20%, ou mesmo ultrapassá-la. A título de exemplo, na final do torneio de candidatos de 2014, que reuniu os oito finalistas para apurar aquele que iria defrontar o campeão do mundo, as Brancas ganharam em 30% dos jogos e as negras em apenas 9%. As restantes partidas (61%) terminaram empatadas.<sup>6</sup>

Como já foi referido, este tópico também foi amplamente trabalhado em textos anteriores (Cayolla Ribeiro, 2009; 2010; 2015; e 2017). No presente contexto, pretende-se apenas lembrar que, uma vez mais, o xadrez está a espelhar a realidade que existe à sua volta, mostrando que existe uma profunda correlação entre as ideias que moldam as projeções humanas e as condições materiais concretas nas quais essas mesmas ideias são forjadas. Dito por outras palavras, inúmeros trabalhos académicos e artísticos pós-coloniais lembram-nos que o racismo é uma realidade contemporânea, e que alguns seres humanos, adaptando a célebre frase de Orwell, “são mais humanos do que outros”. O xadrez limita-se a constatar essa diferença, o que uma vez mais poderá ser útil para contar histórias, na medida em que será capaz de usar esta assimetria como pano de fundo. Exemplo? Colocar do lado das negras os heróis que irão combater e derrotar a vantagem posicional das brancas. Chama-se a isto “Jogar de Negras” (Cayolla Ribeiro, 2009).

O facto de o xadrez sintomatizar os problemas de género e de “raça” que existem na nossa sociedade não significa que também não possa indiciar outras mudanças que estão a despontar à nossa volta. O *xadrez 960* é um bom exemplo disso. Esta variante de xadrez foi criada por Bobby Fischer—daí que se use por vezes a expressão *Fischer Random Chess*—em finais do século passado e teve o seu auge na primeira década do século XXI. Basicamente, consiste numa variante de xadrez em que são aplicadas todas as regras convencionais, exceto uma: a posição inicial. Isto é, ao contrário da versão tradicional que começa sempre o jogo a partir da mesma disposição das peças—Torre, Cavalo, Bispo, Dama, Rei, Bispo, Cavalo, Torre—, no *xadrez 960*, como o próprio nome indica, existem 960 posições iniciais possíveis que são escolhidas aleatoriamente por um programa informático. Ou seja, o computador pode escolher, por exemplo, uma posição em que a disposição das oito peças é a seguinte: Cavalo, Torre, Rei, Torre, Bispo, Bispo, Cavalo, Dama. Ou então uma outra com a seguinte disposição: Bispo, Torre, Cavalo, Bispo, Rei, Dama, Torre, Cavalo. E assim por diante. As únicas duas condições que prevalecem são as seguintes: 1) tem de haver um bispo de casas brancas e outro de casas negras, e 2) o Rei deverá estar sempre situado entre as duas torres, para que possam ser feitos os roques grande e pequeno (que não partem das

---

5. Na Chessbase de 2014, com mais de 4.5 milhões de partidas de xadrez, essa diferença era de 7,5%; no site [www.chessgames.com](http://www.chessgames.com), as brancas venciam em mais 9,9% das partidas.

6. <http://candidates2014.fide.com>

posições iniciais convencionais do Rei e torres, como já se percebeu, mas cujas posições finais se mantêm, assim como todas as regras que enquadram a realização desta jogada especial de xadrez).

Como facilmente se compreende, mesmo para aqueles que não sabem jogar xadrez, esta aleatoriedade da posição inicial das peças muda tudo. Toda a teoria das aberturas de xadrez, desenvolvida ao longo de séculos, e que deu origem a uma vastíssima literatura, desaparece, mantendo-se apenas os princípios gerais que governam todas as partidas de xadrez. Num ápice, todo o vasto conhecimento teórico, que poderá dar uma vantagem decisiva a todos aqueles que o dominam, evapora-se, restando apenas uma posição aleatória, de 960 possíveis, que não foi seguramente estudada, escarpelizada e memorizada até à exaustão.

Quando foi realizada a pesquisa para este texto, podia-se encontrar na internet<sup>7</sup> um vídeo publicitário de uma conhecida cerveja que usava o *xadrez 960* como base para uma analogia: vários amigos jogavam basquetebol numa cadeira de rodas para ficarem ao nível de um deles, que tinha obrigatoriamente de se deslocar dessa forma; a ideia era mostrar que aquela forma de jogar se assemelhava ao *xadrez 960*; não havia a vantagem inicial de se conhecer a teoria das aberturas: estavam todos no mesmo patamar.

Talvez possamos dar um passo em frente e retirar uma ideia ainda mais potente desta variante escaquística. O que o *xadrez 960* nos mostra é que não existe uma forma única de olhar a realidade, ou de jogar no “tabuleiro da vida”, mas sim uma pluralidade delas. Dito por outras palavras, não somos obrigados a jogar no tabuleiro societal a partir da posição inicial *standard* que beneficia as classes dominantes. Podemos jogá-lo a partir de “outras” posições, tirando deste modo partido daquilo que somos, independentemente de estarmos numa cadeira de rodas, sermos gays, transsexuais, negros, canhotos, ou de ter outros traços identitários que nos possam subalternizar. O importante é jogar, tendo a possibilidade de o fazer com as mesmas armas.

Paradoxalmente (ou talvez não), o *xadrez 960* tem perdido simpatizantes nos últimos anos. Está a tornar-se cada vez mais difícil encontrar adeptos desta variante nos sites mais conhecidos de xadrez. Será um sinal dos tempos? Será que o *xadrez 960* foi apenas uma moda passageira? Ou estará uma vez mais a espelhar o regresso em inúmeros países ocidentais a velhas políticas racistas, xenófobas, e com pouca consideração pela diversidade?

## 5. Temas

Resta-nos falar sobre a relação possível entre o xadrez e os temas típicos das histórias ficcionais.

No xadrez, para além das aberturas e dos finais, existem outros dois assuntos, transversais a todos os momentos da partida, que têm sido amplamente estudados, dando origem a uma vastíssima literatura sobre o tema: a tática e a estratégia. A tática diz respeito às inúmeras situações que ocorrem ao longo do jogo nas quais é possível, através de uma pequena combinação, obter uma vantagem material ou até mesmo dar xeque-mate ao rei do adversário. A estratégia, por sua vez, está relacionada com os planos mais longos que são pensados durante o jogo e que servem de pano de fundo para a colocação e movimentação das peças. Digamos que a primeira, a tática, é

7. <https://chessrex.com/blog/?p=994>

mais imediatista, está mais relacionada com o tempo curto, enquanto que a segunda, a estratégia, remete para o tempo longo.

Existem inúmeros temas táticos e estratégicos no xadrez. O tópico é vastíssimo e tem um valor heurístico enorme em termos narrativos. Tendo em consideração o carácter experimental deste texto, serão apresentados três exemplos ilustrativos de situações que ocorrem frequentemente em cima do tabuleiro e que poderão servir para a criação de situações ficcionais.

Quando uma peça ataca duas peças em simultâneo, levando a que o adversário seja obrigado a perder uma delas, estamos na presença de um “garfo” ou “forqueta”, como se diz na gíria xadrezística. Esta situação é recorrente. Por exemplo, é comum um cavalo atacar simultaneamente o Rei e outra peça do adversário, levando à captura dessa peça no lance seguinte. Nas histórias ficcionais também são frequentes situações em que uma personagem afeta simultaneamente outras duas, fazendo com que uma delas perca em relação à outra. As triangulações amorosas podem ser vistas como exemplos típicos deste tipo de forquetas.

Uma outra situação comum no xadrez é a “peça cravada”. Significa que uma dada peça não se pode mexer, sob pena de colocar em risco uma outra peça mais relevante, e que muitas vezes poderá ser o próprio Rei. Também nas histórias ficcionais esta situação ocorre com frequência. Chama-se a isto chantagem. Ou seja, imaginando uma possível aplicação desta ideia, sempre que uma peça fosse cravada numa partida de xadrez poderia servir de mote para a criação de uma situação dramática em que uma das personagens é chantageada, o que depois seria explorada de forma criativa

Por último, temos uma situação que ocorre por vezes em cima do tabuleiro e que se chama *zugzwang*. É uma expressão alemã que significa que o jogador é obrigado a fazer uma jogada que o prejudicará. Noutros termos, o jogador não tem alternativa: é obrigado a jogar, mesmo sabendo que irá piorar a sua situação. Também aqui encontramos inúmeras situações dramáticas nas histórias em que o protagonista tem de tomar uma decisão, sabendo de antemão que não há uma boa alternativa. Faça o que fizer, fará mal. E também sabemos que o público adora estes momentos. Chamam-se dilemas morais e são fundamentais para definir o carácter da personagem.

## FINAL

Façamos então uma recapitulação de tudo o que foi exposto anteriormente, salientando os cinco pontos comuns existentes entre o “Jogo dos Reis” e as narrativas ficcionais.

Em primeiro lugar, vimos que tanto o xadrez como a ficção partilhavam um mesmo interesse pelo conflito e que a tensão permanente que se vive ao longo de uma partida poderá servir de base para a construção de inúmeras cenas ficcionais. Em segundo lugar, percebemos que existe uma estrutura narrativa comum dividida em três atos, com dois *plot points* principais a fazerem a transição entre as partes. Verificamos igualmente que a diversidade e versatilidade das peças de xadrez poderá servir de guia para a construção de personagens-tipo, ou arquetipais como outros lhes chamaram, o que não retira qualquer tipo de densidade às mesmas, apenas as complexifica. Em quarto lugar, vimos que o xadrez espelha o *zeitgeist* duma época histórica, materializando as assimetrias de “raça” e género (entre muitas outras) que ocorrem nas nossas sociedades, podendo deste modo



servir de mote para histórias ficcionais. Por último, observamos que o xadrez é por excelência um jogo estratégico e tático, originando inúmeras situações que podem ser dramatizadas.

Tudo isto foi dito, demonstrado e exemplificado ao longo das páginas anteriores. O passo seguinte consistirá em colocar este paralelismo em prática. Como fazê-lo? Como transformar estas ideias em algo concretizável? Como transpor para o tabuleiro ficcional os dramas que estão permanentemente a ocorrer nas partidas de xadrez?

Estas são as perguntas que emergem neste momento e que servirão de ponto de partida para ulteriores desenvolvimentos, que tanto poderão ocorrer ao nível académico como ao nível ficcional. Para o efeito será necessário passar à prática e encontrar uma forma operativa de transformar estes pontos comuns em algo que possa servir de motor para histórias ficcionais. Ou, para tirarmos desde já partido desta analogia, será preciso que nos próximos episódios desta saga este peão encontre uma forma de alcançar a oitava casa para se poder transformar numa Dama. A ver vamos se será capaz.

*To be continued...*

#### BIBLIOGRAFIA

- Cayolla Ribeiro, D. (2009). *Jogar de Negras: contribuição para a discussão do(s) primitivismo(s) na arte em Portugal*. Tese de doutoramento (texto policopiado), Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.
- Cayolla Ribeiro, D. (2010). A estratégia primitivista. *Trabalhos de Antropologia e Etnologia*, L, 167-177.
- Cayolla Ribeiro, D. (2014). Duchamp, Chess, and the Oedipus Complex. *Analyses of Cultural Productions: Papers of the 30th Conference of Psyart - Porto, 2013* (pp. 255-263). Porto: I2ADS.
- Cayolla Ribeiro, D. (2015). O Xadrez como metáfora para pensar a crise nas humanidades. *Revista de História da Arte* (12 - Crise), 203-215.
- Cayolla Ribeiro, D. (2017). Duchamp e o xadrez como ferramenta heurística para pensar o político. In J. P. Cachopo, E. Marques, F. Pinto & E. P. Almeida (eds.), *Estética e Política entre as Artes* (pp. 173-190). Lisboa: Edições 70.
- Chase, W. G. & Simon, H. A. (1973). Perception in Chess. *Cognitive Psychology*, 4(1), 55-81.
- de Groot, A. (1978). *Thought and Choice in Chess*. The Hague, Paris, New York: Mouton Publishers.
- Dean, G.; Brady, M. & Kasparov, G. (2010). *Chess Masterpieces: One Thousand Years of Extraordinary Chess Sets*. Abrams.
- Field, S. (1979). *Screenplay : the foundations of screenwriting*. New York: Dell Pub. Co.
- Field, S. (1984). *The screenwriter's workbook*. New York, N.Y.: Dell Pub. Co.
- Illescas, M. (2012). *Jaque Mate: Estrategias ganadoras del ajedrez para aplicar a tu negocio*. Alienta: Barcelona.

- Jones, E. (1931). The Problem of Paul Morphy: A contribution to the Psycho-Analysis of Chess. *The International Journal of Psycho-Analysis*, XII (January 1931). Retrieved from [www.edoc.hess.ca/batgirl/Jones.html](http://www.edoc.hess.ca/batgirl/Jones.html)
- Kasparov, G. (1988). *Iniciação do xadrez* (Trad. de M. Morgado,). Lisboa: Editorial Presença.
- Pandolfini, B. (2003). *Every move must have a purpose : strategies from chess for business and life*. New York: Hyperion.
- Rice, B. (2008). *Three moves ahead : what chess can teach you about business (even if you've never played)*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Truby, J. (2007). *The Anatomy of Story: 22 Steps to Becoming a Master Storyteller*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Wells, A. (2007). *Football and Chess: Tactics Strategy Beauty*. Devon: Hardinge Simpole.
- Yalom, M. (2004). *Birth of the Chess Queen: A History*. New York: HarperCollins.



## Narrativa cinematográfica e realismo indireto: para uma abordagem fenomenológica da narratividade

Filipe Martins

IF-UP, ESMAD-IPP

E-mail: carlosfilipemartins@gmail.com

### Resumo

Partindo da análise dos conceitos de *narratividade* e *real*, propomos, neste artigo, uma reflexão crítica sobre a tese realista que relaciona a “autenticidade” do cinema com uma recusa da narratividade. A tradição realista que se firmou na teoria do cinema ao longo do século XX (com nomes como Kracauer, Bazin ou Deleuze) defende, geralmente, uma recusa da narrativa e uma valorização do imediatismo das imagens. Existem, no entanto, abordagens alternativas à narratividade que permitem reaproximá-la dos propósitos realistas do cinema e das artes. Pretendemos aqui desenvolver uma dessas abordagens, assente nas seguintes premissas: 1) Os estudos narratológicos e os estudos fenomenológicos da narratividade são essencialmente distintos, complementando-se. 2) A

fenomenologia permite reinterpretar a narratividade, relacionando-a, num sentido particularmente abrangente, com as noções de performatividade e autoria. 3) A performatividade implica um afastamento do real e da literalidade do real. 4) O cinema está intimamente vinculado à performatividade, mas também reclama uma relação estreita com o real, reconhecível não apenas na natureza intrínseca do próprio suporte (o olho-máquina), mas sobretudo na permanente busca de “autenticidade” por parte dos cineastas e estetas do cinema. 5) Esta aparente contradição – que constitui, na nossa opinião, o cerne do problema estético – pode ser minimizada à luz de um realismo indireto.

Keywords: cinema; real; espelhamento; narratividade; performatividade; autenticidade.

### Abstract

Starting from the analysis of the concepts of *narrativity* and *real*, we propose, in this article, a critical reflection on the realistic theory that relates the "authenticity" of cinema with a refusal of narrativity. The realist tradition that has been established in film theory throughout the twentieth century (with names like Kracauer, Bazin or Deleuze) generally defends a refusal of narrative and a valuation of the imme-

diacy of images. There are, however, alternative approaches to narrativity that allow us to reconnect it with realistic purposes of cinema and the arts. We intend to develop one of these approaches, based on the following premises: 1) Narratological studies and phenomenological studies of narrativity are essentially different, complementing each other. 2) Phenomenology allows reinterpreting narrativity, re-

Data de submissão: 2018-01-02. Data de aprovação: 2018-09-24.

A *Revista Estudos em Comunicação* é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *Comunicação, Filosofia e Humanidades (LabCom.IFP) UID/CCI/00661/2013*.



lating it, in a particularly broad sense, with the notions of performativity and authorship. 3) Performativity implies a departure from the real and its literality. 4) Cinema is intimately linked to performativity, but also calls for a close relationship with the real, recognizable not only in the intrinsic nature of the medium itself (the machine-eye), but above all in the permanent search for "authenticity" by filmmakers and aesthetics of cinema. 5) This apparent contradiction – which, in our view, constitutes the core of the aesthetic problem – can be minimized in the light of an indirect realism.

Keywords: cinema; real; mirroring; narrativity; performativity; authenticity.

“*Eis por que não há narrativa, eis por que existem tantas*”.

Maurice Blanchot (2005, p. 9)

## 1. A narratividade e a narratologia

O problema ontológico da narrativa tende a escapar à narratologia. Antes de proceder à análise estrutural dos traços de uma narrativa, a narratologia tem primeiro de admitir que está perante um desses objetos, e essa admissão tende a ser *ad hoc*. Nada nos impede, por exemplo, de analisar um texto noticioso em termos narratológicos (e, de resto, os traços tipicamente narratológicos não serão difíceis de assinalar nesse tipo de discurso). Mas até que ponto uma peça jornalística pode ser considerada efetivamente narrativa? Se qualquer descrição ou organização de informação constitui uma narrativa, onde fica o limite do conceito? <sup>1</sup>

Não é fácil circunscrever o espaço narrativo: a narratividade não se reduz aos processos gerais de organização de informação, nem aos modos específicos de sequenciação temporal dessa informação. Há estruturas e sequências de informação que não são narrativas. Toda a produção discursiva depende de uma articulação entre correlatos, o que aponta para uma estruturação ou um jogo de inferências; mas a construção narrativa não coincide com a própria criação de estruturas discursivas, mesmo quando essas estruturas consistem na descrição de um curso temporal de acontecimentos com relações de causa e efeito. Fazer coincidir os conceitos de narrativa e discurso compromete a especificidade de cada um deles. <sup>2</sup>

1. A título de exemplo: em “Trajetos da Narratividade” (2017, Porto: FLUP), uma publicação recente dedicada à narrativa e aos seus territórios, reúnem-se textos sobre jornalismo, literatura, fotografia, arquitetura, culturas analógicas e digitais, narrativas históricas, ética, sociedade...

2. Christian Metz propôs uma das mais eficazes tentativas de circunscrição da narrativa em termos formalistas. Segundo o autor, a narrativa distingue-se da imagem e da descrição por obedecer a uma “dupla temporalidade”. Gaudreault e Jost resumem o seu argumento do seguinte modo: “Uma das funções da narrativa é [segundo Metz] negociar um tempo num outro tempo (...); a narrativa distingue-se da descrição (que negocia um espaço num tempo) e também da imagem (que negocia um espaço num outro espaço)” (Gaudreault & Jost, 2009, p. 25). Ou, nas palavras do próprio Metz (1968), “o ‘plano’ isolado e imóvel de uma extensão desértica é uma *imagem* (significado-espaço → significante-espaço); vários ‘planos’ parciais e sucessivos dessa extensão desértica constituem uma *descrição* (significado-espaço → significante-tempo); vários ‘planos’ sucessivos de uma caravana em marcha nessa extensão desértica geram uma *narração* (significado-tempo → significante-tempo)”. (*Citado em* Gaudreault & Jost, 2009, p. 25). Existem várias críticas contra este argumento de Metz: por exemplo, Gaudreault e Jost referem o carácter inevitavelmente temporal da leitura e apreensão das imagens estáticas, ou a dificuldade teórica em distinguir planos sucessivos sobre um tema (o deserto) de planos sucessivos sobre um evento (uma caravana a percorrer o deserto).

No entanto, certo é que as narrativas continuarão a ser acusadas nos lugares mais insuspeitos: nos relatos históricos, nos textos informativos, nos metadiscursos culturais, nos processos cognitivos ou de organização da memória, nas metodologias e processos de trabalho, nas fotografias, nas pinturas abstratas, na gestualidade da dança. O termo torna-se tanto mais irrelevante quanto maior a sua aplicabilidade: se tudo for narrativa, de nada nos servirá o conceito.

Mas talvez a aplicabilidade do termo não seja necessariamente sinónima de abrangência ou indefinição. Mais do que uma hegemonização da narrativa e dos seus objetos, a flexibilidade transdisciplinar do conceito parece sugerir que se desvincule a narrativa da natureza intrínseca (e estrutural) dos objetos. A narrativa não estará tanto nas próprias coisas, mas no modo como nos dirigimos a elas. Antes de buscarmos nos objetos (ou discursos) os seus traços distintamente narratológicos, deveremos primeiro interrogar-nos sobre a atitude hermenêutica do intérprete que se presta à leitura de tais objetos.

Ou seja, antes de falarmos de *narrativa*, falaremos de *sentido narrativo* enquanto modo interpretativo que, em certa medida, independe do objeto da interpretação. Se o conceito de narrativa remete tendencialmente para a abordagem narratológica (dirigida à estrutura intrínseca do objeto em análise e, porventura, às intenções ou métodos do seu criador), o conceito de sentido narrativo, por seu turno, aponta sobretudo para os processos fenomenológicos de receção. Grande parte dos debates sobre a narrativa podem ser lidos a partir da tensão implícita entre estas duas vertentes metodológicas, que favorecem, respetivamente, a estrutura e função do objeto (na narratologia) ou o papel do intérprete (no estudo dos processos de receção que se ligam à hermenêutica e à fenomenologia)<sup>3</sup>. A problematização da narratividade pode seguir uma análise estrutural (propriamente narratológica) ou fenomenológica. Enquanto a primeira se dedica às questões da forma e da sua eficácia narrativa (no sentido psicológico e respetivo enquadramento sociocultural), a segunda procura delimitar a própria natureza antropológica da narratividade e os seus mecanismos fenomenológicos (onde ainda resistirá, porventura, uma esperança de transculturalidade).

Ao apontarmos esta distinção entre os estudos do sentido narrativo e os estudos narratológicos, não estamos a recusar a possibilidade de um mecanismo singular que descreva a narratividade em geral, pelo contrário. Mas tal mecanismo deverá ser anterior ao enquadramento narratológico, ajudando a fundá-lo. A ontologia da narrativa não está na narratologia, mas na fenomenologia.

É também neste segundo domínio que deverá situar-se o questionamento estético e os fundamentos da eficácia (estética) dos objetos narratológicos. Um estudo verdadeiramente abrangente da narratividade deverá apoiar-se em bases fenomenológicas para explicar o porquê da eficácia das formas narratológicas concretas que participam nas obras de arte. A narratologia limita-se a constatar modelos de eficácia narrativa. Caberá à fenomenologia analisá-los do ponto de vista estético.<sup>4</sup>

---

3. Esta dualidade de tendências pode ser constatada mesmo no interior da narratologia: por exemplo, nos estudos fílmicos, a valorização que David Bordwell propõe do papel da audiência na interpretação, contra a posição mais formalista de autores como Christian Metz ou Seymour Chatman.

4. Deixamos aqui de fora a psicologia e a sociologia, mais vocacionadas para explicar outras funções e motivações narratológicas.

## 2. O tempo narrativo

Que mecanismo é esse que descreve fenomenologicamente a orientação narrativa? Uma primeira constatação: todo o sentido consiste em estabelecer relações entre conteúdos, mas, no caso do sentido narrativo, tais relações cumprem sempre uma disposição temporal. É importante, no entanto, não confundir esta temporalidade com aquela invocada para descrever sumariamente a narrativa enquanto sequência temporal de eventos. Nem todas as sequências temporais são narrativas (podem ser simples relatos, descrições, listagens, fluxos de informação); e há, por outro lado, objetos formalmente não-temporais (como as fotografias) que admitem uma leitura narrativa.

O sentido narrativo usa a temporalidade de um modo muito particular: alimentando-se continuamente de um “porvir”, entendido aqui como manutenção da distância em relação a uma intenção autoral (ou, se preferirmos, um plano, um desenlace, uma destinação). O porvir é a própria aceitação e preservação da distância em relação a uma solução predestinada. É este porvir que permite que sintamos as mesmas emoções quando assistimos a um filme pela segunda vez, apesar de já sabermos o que irá acontecer. Porque o objetivo não é a informação dos acontecimentos (que podem já ser conhecidos), mas a travessia. Não é o fim (a síntese informativa), mas o intermeio (o fluxo performativo, a *performance*). Esta manutenção da distância em relação ao que está por vir não é uma fixação no presente, pelo contrário. Em qualquer caso, nunca saímos realmente do presente. Mas o fluxo performativo – o sentido narrativo – não se limita a acompanhar o presente enquanto este decorre ao longo do tempo. O próprio presente torna-se *porvir*. É uma abertura da temporalidade para lá do *devir* cronológico.

Podemos reconhecer esta abertura, desde logo, nos processos conotativos, nos sentidos indiretos, nas alegorias: “A nossa existência não é literal (...), ela é uma superação temporal do que é dado no atual em direção a um horizonte possível, por vir. (...) Somos seres criativos que figuramos o mundo” (Kearney, 1984, p. 32). De modo similar, outros autores relacionam a abertura com o regime da “imaginação simbólica” e do “pensamento epifânico”. Segundo Gilbert Durand, “O símbolo é uma representação que faz *aparecer* um sentido secreto, é a epifania de um mistério” (Durand, 2000, p. 12). E acrescenta: “o ‘co-nascimento’ simbólico, definido triplamente como pensamento sempre indireto, como presença figurada da transcendência e como compreensão epifânica, surge nos antípodas da pedagogia do saber tal como o conhecimento foi instituído desde há dez séculos no Ocidente” (*Ibid.*, p. 20). Para outros ainda, a abertura é sinónima de liberdade (existencial, política, estética); e é também por via dessa abertura ou “ambiguação” que a obra de arte oferece ao espetador um papel participativo. No limite, quando todos os caminhos se equivalem, somos convocados para uma escolha absoluta. Referindo-se ao tom neutral dos filmes do neo-realismo italiano, comentava Amédée Ayfre (1952): “Diante dessa entidade [o filme neorealista], a atitude do espectador deve mudar radicalmente. Olhar torna-se um ato porque tudo é questionado, respostas são exigidas, ação requerida. É uma convocação da liberdade. É impressionante notar como o cineasta nos coloca frente a frente com o acontecimento humano tomado na sua totalidade, mas abstém-se da fragmentação ou análise, sobrevoando-o simplesmente” (Ayfre, 1952, p. 184). Todas estas perspetivas se regem, de um modo ou de outro, por uma intuição comum: a abertura do presente, o rasgo de incompletude (ou excesso) das formas, que obriga a lê-las em profundidade.

É também a partir de uma reinterpretação da temporalidade que Blanchot descreve a narrativa, a qual, segundo este autor, pode ser sintetizada através de um único exemplo: “A narrativa é, heroica e pretensiosamente, o relato de um único episódio, o do encontro de Ulisses com o canto insuficiente e sedutor das sereias” (Blanchot, 2005, p. 7). Blanchot considera, como refere André Parente, que o acontecimento narrativo “não se confunde com a sua realização espaçotemporal” (Parente, 2005, p. 258). É um outro tipo de temporalidade, uma abertura do presente, um *porvir*. Diz Blanchot: “É verdade que Ulisses navegava realmente e, um dia, em certa data, encontrou o canto enigmático. Ele pode, portanto, dizer: agora, isto acontece agora. Mas o que aconteceu agora? (...) Não o acontecimento do encontro tornado presente, mas a abertura do movimento infinito que é o próprio encontro, o qual está sempre afastado do lugar e do momento em que ele se afirma, pois ele é exatamente esse afastamento, essa distância imaginária em que a ausência se realiza” (Blanchot, 2005, p. 12). Uma temporalidade sustentada, portanto, por um princípio de presença-ausência: “A narrativa tem, para progredir, aquele *outro* tempo, aquela outra navegação que é a passagem do canto real ao canto imaginário, (...) canto enigmático que está sempre à distância e que designa essa distância como um espaço a ser percorrido” (*Ibid.*, p. 11). Este *porvir* dos acontecimentos da narrativa não se confunde com uma distanciação do presente, ou uma previsão do futuro, ou uma intriga. Tão pouco a narrativa constitui, para Blanchot, o relato de um acontecimento. Pelo contrário, a narrativa é descrita como “o próprio acontecimento, o acesso a esse acontecimento, o lugar aonde ele é chamado para acontecer, acontecimento ainda por vir e cujo poder de atração permite que a narrativa possa esperar, também ela, realizar-se. Essa é uma relação muito delicada, sem dúvida uma espécie de extravagância, mas é a lei secreta da narrativa. A narrativa é movimento em direção a um ponto (...) desconhecido, ignorado, estranho (...), e tão imperioso que é só dele que a narrativa extrai sua atração” (*Ibid.*, p. 8). É neste movimento de aproximação, sempre insuficiente, que o próprio acontecimento narrativo acontece: “Sempre ainda por vir, sempre já passado, sempre presente num começo tão abrupto que nos corta a respiração (...), tal é o acontecimento do qual a narrativa é a aproximação. Esse acontecimento transtorna as relações do tempo, porém afirma o tempo, um modo particular de realização do tempo, tempo próprio da narrativa” (*Ibid.*, p. 13). Coloca-se então a questão: que atrator é esse, capaz de abrir o presente e projetar os acontecimentos para o tempo não-cronológico descrito por Blanchot?

O *porvir* constitutivo da narratividade sustém-se através da figura do *autor*. O sentido narrativo assinala um determinado tipo de atitude por parte do recetor – a atitude audiente (no sentido de audiência) –, e essa atitude está ligada, na sua essência, a uma *autoria*. O intermeio narrativo depende sempre de uma finalidade autoral<sup>5</sup>. O *porvir* é o cimento de fenómenos como a fé, alimentando a crença na intenção de um autor ou agente responsável pelo destino da narrativa. O autor assegura um propósito dos acontecimentos, tal como os deuses fornecem um propósito às vidas humanas.

---

5. Daí que se afirme que a narrativa é fechada (Metz), ao contrário do real, que não terá finalidade. Mas este argumento pode ser invertido: é possível defender que é nos objetos autorais (incluindo as narrativas) que reside a abertura, e não no real, que é sempre lacónico, literal. A arte moderna levou ao limite esta intuição. Nas palavras de Umberto Eco: “Nenhuma obra de arte é de facto ‘fechada’; pelo contrário, cada uma encerra, na sua definitude exterior, uma infinidade de ‘leituras’ possíveis” (Eco, 1989, p. 95).



A força da assinatura autoral reside na sua dupla condição de presença e ausência. O autor manifesta-se sempre de forma indireta<sup>6</sup>. Está sempre por vir. O sentido narrativo não se revê, portanto, na troca de informação entre emissor e recetor, mas na relação entre um autor e uma audiência. A primeira relação tende a alimentar modelos informacionais (a começar pelo informacionismo de Shannon<sup>7</sup>), a segunda respeita a um tipo específico de atitude interpretativa que remete para a análise fenomenológica ou hermenêutica. O sentido narrativo inscreve-se numa teoria da receção. O conceito de autor, entendido no sentido fenomenológico, é fundamental para a demarcação dos limites da narrativa. Não há sentido narrativo sem um pressuposto de autoria.

Correlativamente, os limites da narrativa relacionam-se com a ideia de *orfandade*, entendida como ausência de assinatura autoral<sup>8</sup>. O órfão é o casual, o que não é predestinado. Podemos compreender as regras de um sistema órfão, mas não podemos dar-lhe um sentido narrativo. A informação poderá estar bem organizada e os acontecimentos poderão obedecer a uma causalidade escrupulosa, mas essa sucessão de acontecimentos não será narrativa, não terá um porvir. O porvir não tem a ver com o efeito que se segue à causa. É outro tipo de temporalidade. A causalidade está sempre colada ao fechamento do presente, mesmo projetando um futuro<sup>9</sup>. O futuro que se projeta é, afinal, o efeito vinculado à causa, mas essa relação de causa-efeito, por si só, não é sinónima de progressão narrativa. É a autoria que justifica o porvir – a intenção do autor. A autoria cria propósito (em vez de função) e travessia (em vez de trânsito). As coisas com propósito também têm funções, é certo, mas essas funções são actanciais, estão congeminações, possuem um timoneiro – a origem do mito, da narrativa.

Convenhamos que esta dualidade entre autoria e orfandade não se confunde com a dualidade entre artificial e natural. Um discurso jornalístico é, obviamente, uma produção artificial (com um artífice) mas as regras de construção e apresentação do conteúdo informativo baseiam-se em princípios deontológicos de isenção jornalística que se ligam à tal orfandade fundamental. O mesmo serve, por exemplo, para discursos epistemológicos como o científico, cujo rigor assenta (supostamente) em mecanismos metodológicos de imparcialidade. Segundo Stephen Heath: “A validade da ciência está em que se presume que ela não tenha autores, que não seja de nenhum modo particular, mas uma demonstração clara e geral da realidade (uma premissa parecida está por trás das concepções convencionais do filme documentário: o cineasta como testemunha – Marker sobre Cuba, por exemplo)” (Heath, 2005, p. 295). A autoria, ao contrário do artifício, não é intrínseca aos discursos, ou teríamos de admitir que todos os discursos são narrativos. A autoria é, antes de mais, um pressuposto de quem recebe e interpreta o objeto discursivo; é este pressuposto

6. O conceito de autoria deve ser aqui entendido num sentido particularmente abrangente, não mundano. Por exemplo, um arbusto em chamas pode ser literalmente um arbusto em chamas ou pode ser experienciado enquanto mensagem divina. Neste último caso, está implicado um autor, o que confere ao arbusto em chamas uma dimensão performativa/comunicativa.

7. Nas suas palavras: “O ‘significado’ de uma mensagem é geralmente irrelevante” (Shannon, 1993, p. 173).

8. Cf. Martins, 2016, pp. 319-323.

9. Em certa medida, a causalidade (determinista) é *atemporal*: se já está tudo potencialmente determinado e abstraído a partir do presente, não há necessidade de esperar pelo futuro (como sonhava Laplace). Em contrapartida, o problema da indução descrito por David Hume impõe a temporalidade justamente por desconfiar das relações causais – um ceticismo que, no seu máximo radicalismo, comprometeu todo o aparelho epistemológico do empirismo.

que predispõe ao sentido narrativo na interpretação. Quando um objeto não pressupõe uma autoria, não pode ser lido narrativamente.

Também interpretamos objetos despojados de autoria, ou seja, que não mereceram esse atributo no ato interpretativo: “Nem todo o discurso tem um autor, nem seria possível exigir que tivesse. Estamos rodeados, na nossa vida quotidiana, por uma trama de discursos em cujos fios entretecidos não saberíamos colocar exigências de autoria” (Heath, 2005, p. 295). O real é construído com objetos (discursos) deste tipo. Segundo Gaudreault e Jost: “Se o ‘real’ não é proferido por ninguém, *a fortiori* ele ‘jamais conta histórias’. Isto é, a partir do momento em que lidamos com uma narrativa, sabemos que ela não é o real” (Gaudreault & Jost, 2009, p. 26). Tais objetos do real estão condenados a ser lidos literalmente. Não há conotação ou performatividade nos objetos órfãos. O sentido literal é a alternativa ao sentido narrativo. Do ponto de vista fenomenológico, o *real* (a não confundir com a *realidade* acessível epistemologicamente) é a construção que fazemos de um mundo literal. O real é órfão, é o *devoir* sem o *porvir*.<sup>10</sup>

### 3. O cinema e o espelhamento do real

Tudo isto sugere que o sentido narrativo (que é o domínio da performatividade), nos afasta, por definição, do real (que é o domínio da informatividade). É sabido, no entanto, que grande parte da teoria da arte aposta no realismo, contra a abordagem formalista. É, aliás, devido ao desencontro entre a narratividade e o real que tantos teóricos realistas defendem uma incompatibilidade essencial entre a expressão narrativa e o valor artístico. Na teoria do cinema do século XX, noções como a de “enredo encontrado” (Kracauer), “ambiguidade” (Bazin) ou “imagem-tempo” (Deleuze) apontam, cada uma à sua maneira, para uma purgação dos enredos no cinema e para um retorno ao real. Não falamos aqui, evidentemente, do “realismo ilusório” usado em Hollywood através de técnicas como a “montagem invisível”, mas de uma efetiva rarefação das estruturas narrativas, seja pela passividade do cineasta, pela fragmentação, pelo minimalismo ou pela ausência de tema, convenção ou mensagem unívoca.

Apesar da sua relação próxima com as estruturas narrativas, o cinema rapidamente se impôs como modelo por excelência desta viragem estética, alimentando linhas divisórias antigas como a que separa a imagem da linguagem (expressa, nomeadamente, na demarcação recorrente entre o cinema e a literatura). Segundo Rancière, o que o romancista escreve “não é aquilo que ele vê e é justamente este intervalo que faz com que haja literatura. Com o cineasta passa-se de outra maneira: aquilo que ele vê, o que está diante da câmara, é também aquilo que o espetador

---

10. Em termos fenomenológicos, dizer que o real é órfão (ou seja, desprovido de autoria) implica abdicar do *sujeito*. Tal não quer dizer que este real prescindia então de uma *intencionalidade*. A consciência fenomenológica é sempre consciência de alguma coisa (fórmula usada por Brentano e Husserl para descreverem a intencionalidade), mas não é sinónima de *sujeito*, seja no seu sentido transcendental (como decretaram os pós-metafísicos), seja enquanto processo hermenêutico de subjetivação. Pode haver intencionalidade sem subjetividade. O real fenomenológico é a-subjetivo. Só na adesão à performatividade – suportada pelo pressuposto de uma intenção autoral – é que a consciência assume uma intencionalidade subjetiva. No sentido literal, a consciência dirige-se intencionalmente a um objeto, incorporando-o; no sentido narrativo, a consciência dirige-se intencionalmente a um sujeito, incorporando-o. É a diferença entre apreender (informativamente) um estado de coisas ou aderir a um papel (performativamente). Sobre este conceito de subjetivação, cf. Martins, 2016, pp. 291-311.

irá ver” (Rancière, 2013, p. 43). A imagem cinematográfica gozará, então, de uma condição privilegiada de imediaticidade. Mas essa condição é esquiva, devendo ser gerida ativamente para que o cinema não se perca nos vícios da narrativa. Prossegue Rancière: “Também [para o cineasta] existe a escolha entre duas maneiras de ver: a relativa, a que instrumentaliza o visível ao serviço do encadeamento das ações, e a absoluta, aquela que dá ao visível o tempo de produzir o seu próprio efeito” (*Ibid.*).

Não parece fácil alcançar esta “maneira absoluta de ver”, que resultará, afinal, da depuração do sensível ou do plano intensivo (por oposição à narrativa, à figuração, à representação). No caso do cinema, Deleuze situou historicamente no pós-guerra a mudança de paradigma no sentido de uma maior recusa da narrativa e da representação. “Se, para a semiologia do cinema, a linguagem do cinema se define pela sua natureza narrativa (narratividade), para os teóricos dos movimentos do cinema do pós-guerra, o cinema só poderia ser definido em oposição à narrativa como sistema de representação” (Parente, 2005, p. 253). Rancière refere, por exemplo, o cinema de Bresson – apontado por Deleuze como um caso paradigmático –, onde a “fragmentação” da ação através de planos independentes é “destinada a afastar o perigo da representação” (Rancière, 2012, p. 22). Nas palavras do próprio Bresson, “ela [a fragmentação] é indispensável se não se quiser cair na representação. Ver os seres e as coisas nas suas partes separáveis. Isolar essas partes. Torná-las independentes” (Bresson, 1995, pp. 93-94). No entanto, contrapõe Rancière, “não é assim tão certo que a fragmentação praticada por Bresson obedeça a um princípio anti-representativo. Porque no âmago da lógica representativa está a ideia do todo, onde as partes se encontram exatamente ajustadas” (Rancière, 2012, p. 67).

O desafio anti-representacionista não é, de resto, exclusivo do cinema (onde mais claramente colidem as dimensões da imagem e da linguagem, do sensível e do narrativo). Para Deleuze, toda a arte, e não apenas o cinema, caminha no sentido de uma superação das histórias e das representações. Referindo-se à pintura de Francis Bacon, Deleuze nota que “quando [Bacon] avalia os seus próprios quadros, afasta-se daqueles que são demasiado ‘sensacionais’, porque a figuração que neles subsiste reconstitui, ainda que secundariamente, uma cena de horror e reintroduz desse modo uma história para ser contada: mesmo as corridas de touros são demasiado dramáticas. Logo que haja horror há uma história que é reintroduzida e o grito resulta falhado. (...) À violência do representado (o sensacional, o cliché) opõe-se a violência da sensação” (Deleuze, 2011, pp. 85-86). Será essa, então, a (difícil) tarefa do artista: “Acima do tempo cronológico das causas que agem nos corpos, [o artista] institui um outro tempo, ao qual Deleuze dá o nome grego de *aion*: o tempo dos acontecimentos puros. O que a arte faz, em geral, e a montagem cinematográfica, em particular, é arrancar aos estados dos corpos as suas qualidades intensivas, as suas potencialidades que descrevem apenas os acontecimentos” (Rancière, 2014, pp. 181-182).

O conceito bergsoniano de “duração”<sup>11</sup> ocupa um papel central na teorização de um “regime estético da arte”, por oposição ao “regime representacional” (para usarmos aqui as designações de Rancière). Deleuze e Guattari falam de “sensação” para referirem esse plano que a arte se propõe

11. Cf. Bergson, 1988.

explorar<sup>12</sup>: um plano que só pode emergir mediante a neutralização do vivido e da subjetividade humana. A sensação (“afeto”, “percepto”) como pura presença da matéria desnudada, imediata.

Este tipo de realismo imediatista pode manifestar-se de formas diversas na expressão artística: por via da *fragmentação* (a interrupção das relações internas entre as partes, como no cinema de Bresson): ou a *deformação* (a “passagem pelo caos”, como descreve Deleuze<sup>13</sup>); ou a *passividade* (o recuo do artista perante o real, para não o desvirtuar<sup>14</sup>); ou ainda a *simplicidade formal* (que evita jogos relacionais entre as partes, anulando a insinuação de conteúdo<sup>15</sup>). Em qualquer dos casos, o acesso ao real concreto prende-se com algum tipo de imediaticidade: o objetivo da arte será a relação *direta* com a matéria, sem significação, sem os vícios ou preconceitos perceptivos da subjetividade do artista.

Compreende-se, nestes termos, o apelo especial do dispositivo cinematográfico. Com ele a matéria e a imagem da matéria parecem confundir-se. Na impressão de luz do cinema, a imagem reflete a matéria, mas sem a trair. Em rigor, é a própria matéria que se desdobra. Uma “divisão originária” da matéria, como dirá Bragança de Miranda: “A divisão originária, materialmente considerada, é a da matéria ela mesma quando se reflete ou desdobra. É a divisão da *Physis* por reflexo, ainda antes de haver qualquer ‘sujeito’ ou ‘consciência’” (Miranda, 2012, p. 29). Partindo desta originariedade da divisão por espelhamento, prenuncia-se no cinema a sua capacidade de ver mais do que o olho humano, mesmo sendo o olho humano a apontar a objetiva: “No princípio do cinema está um artista ‘escrupulosamente honesto’, um artista que não faz batota, que não pode fazer batota, uma vez que ele apenas regista. Mas esse registo não é já a reprodução idêntica das coisas, na qual Baudelaire via a negação da invenção artística. Ao modificar o próprio estatuto do ‘real’, o automatismo cinematográfico regula a querela entre a técnica e a arte. Não reproduz as coisas tal como se oferecem ao olhar. Regista-as tal como o olho humano não as vê, tal como surgem ao ser, no estado de ondas e de vibrações, antes da sua qualificação como objetos, pessoas ou acontecimentos identificáveis pelas suas propriedades descritivas ou narrativas” (Rancière, 2014, p. 9). Não se tratará, portanto, de apontar a fidelidade do olho cinematográfico perante o real, mas de revelar todo um mundo insuspeito que antecede ou escapa à representação. Intuição que acompanha o cinema desde a sua infância. Nas palavras de Jean Epstein: “o olho da câmara é um olho sem preconceitos, sem moral, abstraído de qualquer tipo de influências, e que vê no rosto e no movimento humanos certos traços desconhecidos que nós, carregados de simpatias e antipatias, de hábitos e reflexões, não sabemos ver”<sup>16</sup>. O cinema, então, como espelhamento direto da matéria, sem passagem pelos processos fenomenológicos de representação ou pela organização subjetiva.

Mas como é que um espelhamento pode não ser representação? Como é que uma imagem pode ser figural (Lyotard)<sup>17</sup> sem ser figurativa? Desde logo, evitando o olhar fenomenológico

---

12. Cf. Deleuze & Guattari, 1992.

13. Cf. Deleuze, 2011.

14. Máxima de Rossellini: “As coisas estão aí (...). Porquê manipulá-las?”. [Citado em Monteiro, P. F. (1996). *Fenomenologias do Cinema*. In *Revista de Comunicação e Linguagens* 23. *O que é o Cinema?* (pp. 61-112). Lisboa: Edição Cosmos].

15. Veja-se, por exemplo, a obra de Donald Judd e outros minimalistas americanos dos anos 60.

16. Epstein, Jean (1926). *Le Cinématographe vu de L’Etna*. (Citado em Grilo, 2012/2017, p. 59).

17. Cf. Lyotard, 1971.

e mergulhando na fisiologia do mundo. Veja-se, por exemplo, a seguinte passagem de Lacan a propósito da imagem: “Uma imagem significa que os efeitos energéticos que partem de um dado ponto do real – imaginem-nos como sendo da ordem da luz, pois é isso que mais manifestamente evoca a imagem no nosso espírito – vêm refletir-se num ponto qualquer de uma superfície, vêm bater no mesmo ponto correspondente do espaço. A superfície de um lago pode perfeitamente ser substituída pela área estriada do lobo occipital, pois a área estriada, com as suas camadas fibrilares, é muito semelhante a um espelho. Da mesma forma que não precisamos de toda a superfície de um espelho – se é que isto quer dizer alguma coisa – para nos apercebermos do conteúdo de um campo ou de um quarto, pois podemos fazê-lo manipulando um fragmento de espelho bem pequeno, também uma qualquer pequena secção da área estriada serve para o mesmo efeito, comportando-se como um espelho. Muitos tipos de coisas no interior do mundo comportam-se como espelhos” (Lacan, 1978, p. 65).

Nesta descrição de Lacan, nunca chegamos a descolar da fisiologia. A “área estriada do lobo occipital”, que atua como espelho, pertence ainda inteiramente à *Physis*, mesmo situando-se no cérebro orgânico, tal como a superfície do lago ou a película fotográfica. O espelho não chega a instalar-se no seio de uma consciência fenomenológica. Para que a *Physis* produza imagens de puro espelhamento, é preciso contornar o plano fenomenológico, onde qualquer dobra já não seria apenas espelhamento, mas representação, imagem mental. Por outro lado, sem uma âncora fenomenológica, tais espelhos tendem a perder-se no magma da *Physis*, multiplicando-se ao infinito. É preciso olhar para o espelho, concretizá-lo como tal, torná-lo utensílio. Os espelhos que nos interessam são objetos técnicos. “O espelho é a máquina arcaica por excelência, contendo todas as máquinas ‘futuras’” (Miranda, 2012, p. 31). Como a máquina cinematográfica. Todas as máquinas – todos os espelhos técnicos – requerem um olho humano: é esse o princípio da *techné*. O cinema também faz as suas escolhas. Até o espelho de Lacan tem de ser manipulado.

Dir-se-á que as imagens desse espelho técnico – do cinema, em particular – ensinam o olho humano a ver exatamente o que o próprio espelho vê. Nesta perspectiva, o olho humano, transportando-se para o espelho, vislumbrará o real espelhado com o mesmo imediatismo ou a mesma neutralidade figural do próprio espelho – mas será ainda um olhar humano. De facto, para Jean Epstein, o cinematógrafo era o instrumento do “infinitamente sincero”, do “infinitamente humano”, tal como o telescópio remete para o infinitamente grande ou a lupa remete para o infinitamente pequeno. Esta ampliação do humano, viabilizada pelo cinema, teria afinal a ver com a isenção do olhar, com a afinação de um olhar mais puro, de modo a alcançar uma paisagem mais humana (ou, se preferirmos, uma mais autêntica incorporação do humano na paisagem). Em última análise, é a própria ilusão do humano em relação a si próprio que é desmascarada no cinema, tornada visível na confrontação entre os nossos vícios subjetivos e o puro espelhamento objetivo (como quando estranhamos o nosso rosto ou a nossa gestualidade filmada). A imagem cinematográfica, no dizer de Epstein, como “a fotografia das ilusões do coração”.

Em certa medida, quase parece contraditório que seja o mesmo Epstein a afirmar que “em geral, o cinema conta mal a história. E, nele, ‘ação dramática’ equivale a erro. (...) O cinema é verdadeiro. Uma história é uma mentira” (Epstein, 1974, p. 86). Como pode este espelho ser tão isento, tão desprovido de narrativa, e ao mesmo tempo tão humano? Até que ponto o olho humano pode colocar-se no lugar do espelho, reduzindo-se à sua neutralidade, à isenção

da “divisão originária da matéria”? Em suma, como pode o olho cristalizar-se? Não estará ele condenado a uma distância mínima em relação ao espelho, tal como já estava – assim o acusam os imanentistas – condenado a uma distância em relação ao real? E como é que podemos estar certos de reconhecer o autêntico através do espelho? Como é que o espelho, que é um elemento mediador, pode diminuir a distância entre o olho e o real (ou o “verdadeiro”, ou o “autêntico”), em vez de provocar, ao invés, uma dupla distanciamento? Afinal, como nota ainda Bragança de Miranda, “apesar da enorme evidência do espelho, este é sempre segundo, é uma mecânica para produzir artificialmente o reflexo” (Miranda, 2012, p. 31). Não ditará o espelho, enquanto *techné*, a inevitabilidade de um olho fenomenológico, um operador das imagens, um autor? Não estaremos ainda plenamente no domínio do sentido, ou mesmo do sentido narrativo?

#### 4. Realismo indireto

As diferentes formas de entendimento da arte no seu relacionamento com o real são tanto mais problemáticas quanto mais apontam para algum tipo de imediatismo ou purismo sensológico. Desde logo, parece que a arte não pode ser relacionada com o real em termos de verosimilhança, fidelidade percetiva ou imediatismo formal. Mas as versões imanentistas ou materialistas do realismo também se deparam com as mesmas dificuldades. A relação imediatista com o real acaba sempre por conduzir às dificuldades típicas das teorias miméticas e literalistas da arte: ou a arte é mera imitação, ficando sempre aquém do real, ou é mera amostragem do real (o que a torna trivial), ou alcança a ilusão absoluta, confundindo-se com o real, o que a torna dispensável ou, pior ainda, alienadora. Conclui Rancière: “Se o cinema não confirmou a promessa de uma nova arte anti-representativa, talvez não tenha sido por submissão à lei do comércio. É que a própria vontade de o identificar com uma língua da sensação era contraditória” (Rancière, 2012, p. 20). Curiosamente, Rancière situa a contradição precisamente no facto de o cinema, por definição, ser imediato. O cinema “mostra o que mostra” (*ibid.*). De modo que o objetivo do cinema, enquanto arte, terá então de ser outro, ou transformar-se-ia “num pleonasma” (*ibid.*). Em última análise, este argumento é apenas um outro modo de apontar a inconsistência dos manifestos literalistas ou imediatistas da arte cinematográfica.

Para que a arte se justifique, a relação com o real não pode ser absoluta. O sentido da obra não pode ser absolutamente literal. Tem de haver um aspeto específico da apropriação do real que não se confunda com o que é evocado por outros discursos sobre o real (como o registo jornalístico, por exemplo). Um objeto fílmico literal não será cinema, mas um mero objeto informativo. É necessário preservar uma certa distância à literalidade. Não quer dizer que a arte não tenha em vista o real. Há na arte uma busca da autenticidade que é inegável, mas esta autenticidade não é um sentido literal. A interpretação literal nunca é estética. A relação da arte com o real, por mais imperativa que seja, tem de manter-se, de algum modo, indireta.

No entanto, os realismos artísticos tendem a ser diretos: o *realismo mimético* (que converge com o naturalismo, com o aperfeiçoamento das aparências, facilitando a imersão direta nos simulacros<sup>18</sup>); o *realismo literalista* (que se atém à imediaticidade da forma concreta, não significante,

---

18. É certo que este realismo mimético é representacional, mas nem por isso deixa de ser um realismo direto. Na sua vocação naturalista, este realismo opõe-se ao idealismo nos mesmos termos descritos na alegoria da caverna de

em detrimento do conteúdo – ou do significado –, propondo, deste modo, uma curiosa convergência com o formalismo); ou o *realismo imanentista* (que se propõe reabilitar, através da obra de arte ou de um posicionamento estético, o acesso direto à matéria sensível que antecede a representação).

O realismo direto, em qualquer uma das suas versões, torna-se mais problemático quando tentamos extrair dele orientações concretas para as práticas artísticas. Um exemplo emblemático é o de André Bazin, que defendeu um realismo ontológico do cinema – descrito como “a arte do real” – a partir da reflexão sobre a sua matéria-prima: a imagem fotográfica. Segundo Bazin, a fotografia não representa o real, uma vez que consiste no resultado de um processo mecânico que é prolongamento do próprio real. Não se trata de valorizar a acuidade da fotografia na sua reprodução de determinado objeto (a fotografia pode parecer irreal), mas do próprio pressuposto do espectador de que se trata de uma imagem fotográfica, uma impressão de luz. Nas palavras de Bazin, “a fotografia goza de determinada vantagem em virtude dessa transferência da realidade da coisa para a sua reprodução” (Bazin, 1967, p. 71). Através desta transferência ou imediatismo, o cinema parece escapar ao problema platónico da imitação ou representação. Mas o argumento não afasta a questão: o que é que a fotografia (ou o *frame*) acrescenta ao seu objeto? A intuição de Bazin está correta ao prever um aspeto psicológico do realismo fotográfico e cinematográfico: a crença inata do espectador no real enquanto origem da imagem. Há um pressuposto de leitura que tem de ser estabelecido por parte do espectador para que o cinema revele a sua natureza realista. Mas o realismo do cinema, ou o seu pressuposto, não parece ser suficiente para justificar a sua função. Para que servirá o cinema e o seu realismo se um real muito mais amplo estiver logo ali à saída da sala de cinema?<sup>19</sup>

Para Bazin, é o realismo do cinema que lhe restitui o seu aspeto cinemático e o seu valor como arte autónoma. É um postulado estético. Deleuze estendeu esse postulado à arte em geral (e a todo um domínio do sensível) a partir do cinema. A relação do fenómeno estético com o real é um lugar comum que atravessa toda a teoria da arte. No entanto, mesmo no realismo de Bazin, a distância ao real permanece lá, no próprio veículo mediador: a imagem fotográfica. A fotografia (artística) designa um ato performativo, mesmo que, por outro lado, a fotografia já convide, pela própria natureza do dispositivo, a retornar ao real.

Bazin fala de “ambiguidade” para descrever o “autoafastamento do artista” e o foco na “virginidade incipiente da matéria-prima”. Referindo-se a De Sica: “Os eventos não são necessariamente signos de alguma coisa, uma verdade sobre a qual devemos ser convencidos, todos têm o seu próprio peso, a sua singularidade completa, aquela ambiguidade que caracteriza qualquer facto” (Bazin, 1971, p. 52). A ambiguidade é assumida como característica da própria realidade perceptiva, devendo deduzir-se daí os processos adequados do cineasta para deixar falar o real. Bazin defende, por exemplo, a atitude passiva ou o estilo neutro, de modo que a perspectiva do cineasta

---

Platão: o que vemos *diretamente* não são as ideias, mas as sombras projetadas (as quais, por força da imersão, não reconhecemos como tal).

19. Dir-se-á que o objetivo é, na verdade, intensificar o real, isto é, alcançar um “real mais real que a realidade comum” (Ricoeur, 2009, p. 62). Mas esta solução contém as suas próprias dificuldades. Além de não ser suficientemente abrangente e acabar por contrariar o próprio realismo, a tese do “aumento icónico” da realidade convida a incorporar características como o sensacionalismo, o sentimentalismo, etc.

não comprometa a virgindade do real. A ambiguidade joga bem com a passividade. Por outro lado, o excesso de ambiguidade confunde-se com a arbitrariedade. No contexto artístico, um traço arbitrário pode funcionar como um descuido, um efeito de dispersão, revelando gratuitidade ou falta de estrutura, para usarmos alguns dos termos mais recorrentes na crítica de arte. Há um sentido de necessidade que impõe limites ao arbitrário e à ambiguidade na apreciação estética. Este excesso de ambiguidade mostra-nos que a premissa realista não se prende apenas com as características atribuídas ao real, mas com o modo como o real deve ser trabalhado pelas poéticas dos cineastas. Se a ambiguidade fosse um traço inequívoco do real, nunca poderia ser excessiva no âmbito de uma teoria realista do cinema.

Por outro lado, a própria ambiguidade também pode ser trabalhada para combater características tipicamente associadas ao realismo, como a imersividade. Bastaria aqui referir o formalismo de Brecht, por exemplo<sup>20</sup>. E há formas de realismo que também podem recusar a ambiguidade, como a linguagem clássica do cinema americano, que visa a imersividade do espectador através de técnicas naturalistas como a “montagem invisível”. Evidentemente, não é este tipo de realismo que interessa a Bazin<sup>21</sup>. Mas isto revela contradições internas no próprio discurso realista. A ambiguidade combate a imersividade, mas tanto uma como a outra podem ser associadas a um tipo de realismo.

Estes exemplos revelam algumas das imprecisões em que a teoria realista do cinema pode incorrer. Há diferentes características realistas que colidem entre si no âmbito da arte. Talvez, então, seja mais conveniente não relacionar figuras como a ambiguidade, a arbitrariedade ou a imersividade diretamente com o real, nem definir tais figuras como intrinsecamente realistas (pelo menos, não no sentido que convém ao realismo estético). O vínculo da arte ao real, que nos parece indiscutível, não pode ser descrito através da classificação e catalogação de figuras realistas específicas, diretamente acessíveis. O plano-sequência ou a profundidade de campo (técnicas defendidas por Bazin) não constituem, seguramente, fórmulas inequívocas de acesso privilegiado à autenticidade do real. O real não é um conjunto de características formais intrínsecas, nem se confunde com a realidade fisiológica acessível empiricamente. Mesmo assumindo que a realidade é intrinsecamente ambígua, essa sua característica formal colocaria o cinema na posição de imitar ou representar um aspeto da realidade, devolvendo-o às dificuldades das teorias miméticas ou literalistas da arte.

A arte não é realista, no sentido em que não lhe basta reproduzir ou alcançar ou sintonizar o real (ou os traços típicos da sua autenticidade). Quando muito, poderemos falar de um *realismo indireto* na arte.

## 5. Entre a narratividade e a literalização

A fenomenologia – que, em tempos, tendia para alguma forma de imediatismo (o *cogito* cartesiano, a “presença a si do presente vivo” de Husserl, a “náusea” existencial de Sartre) – confunde-

---

20. Cf. Brecht, 1978; e Benjamin, 1998.

21. Bazin (1958) não hesita em apontar a “confusão entre o estético e o psicológico, entre o verdadeiro realismo, que implica exprimir a significação a um só tempo concreto e essencial do mundo, e o pseudo-realismo do *trompe l’oeil* (ou do *trompe l’esprit*), que se contenta com a ilusão das formas” (Bazin, 1983, pp. 123-124).



se cada vez mais com uma hermenêutica, com um processo interpretativo, admitindo, portanto, um primado da mediação. A “fenomenologia não pode constituir-se sem um pressuposto hermenêutico” (Ricoeur, 1986, p. 50). Tais processos fenomenológicos serão certamente analisáveis, ou mesmo sistematizáveis, mas não necessariamente num sentido estruturalista. A via fenomenológica é distinta da via estruturalista, embora os mecanismos fenomenológicos também condicionem, a um nível fundacional, os modos de organização das estruturas objetivas que perfazem o plano da cultura, incluindo as estruturas com propósitos estéticos, como as composições cinematográficas ou outras formas de expressão narratológica ou artística.

Como vimos, o domínio fenomenológico, assim entendido, admite duas orientações distintas do sentido (assumindo-se aqui o sentido, antes de mais, como movimento do pensamento): um sentido orientado para o real (o *sentido literal*, que se liga ao regime informativo) e um sentido orientado para a intenção autoral (o *sentido narrativo*, que se liga ao regime performativo). Este princípio diferenciador pode ser-nos útil para uma compreensão do realismo indireto no contexto estético.

O real fenomenológico é o desvelamento de um sentido literal, mas a literalidade não interessa à arte. Pelo contrário: quando a obra de arte falha, não é por se ter desviado do real, mas porque se *literalizou* (isto é, porque *renunciou* à performatividade). Esta literalização poderá assumir várias formas perante um objeto artístico. Há, em primeiro lugar, o perigo de *literalização da obra*, a redução desta à sua dimensão objetiva, informativa, órfã. Isto pode ser motivado, desde logo, por um déficit contextual (por exemplo, o urinol de Duchamp fora de contexto) ou pela falta de competência de leitura (o espetador que não conhece os códigos para uma interpretação apropriada ou para o reconhecimento dos traços autorais). Em condições adequadas de leitura (como num espaço de exposição), a literalização da obra será motivada pela própria estrutura intrínseca do objeto, ou melhor, a sua falta de estrutura. O déficit estrutural pode traduzir-se num excesso de casualidade ou subtileza dos traços de congeminação autoral. Em suma, uma *arbitrariedade*. Nestes termos, a sonoridade tenderá para o ruído e a composição tenderá para o caos, impedindo que a obra instale um espaço performativo, ou, pelo menos, a adesão do espetador a esse espaço. O crítico falará porventura de dispersão, gratuitidade ou falta de coesão.

Em segundo lugar, a *literalização da intenção autoral*. Este é o caso que melhor reflete a crítica platónica da cópia (ou da cópia da cópia), enquanto denúncia do falso. Quando a operação do artista se sobrepõe ao seu objeto, ofuscando-o, dá-se um desmascaramento da operação. De algum modo, a execução do artista chamou demasiado a atenção para si própria e a obra tornou-se forçada, artificial, construída, uma tentativa falhada, como um passe de magia em que descobrimos o truque de antemão. Uma *artificialidade*. Quando, perante uma obra, denunciemos o *cliché*, o *kitsch*, a previsibilidade, a conveniência, o *naïf* amadorista, a adjetivação forçada, etc., estamos, de algum modo, a desmascarar a operação do autor, literalizando-a.

Em terceiro lugar, a *literalização do conteúdo performativo*: o alheamento, por parte do espetador, da condição de habitar um espaço performativo. Neste cenário, após uma adesão inicial, a experiência performativa é interrompida porque o simulacro foi entretanto confundido com o real, desresponsabilizando o intérprete, alienando-o, desligando-o do seu papel participativo. Uma

*imersividade*. Para autores como Brecht, reside aqui a ameaça primordial à arte<sup>22</sup>. O entretenimento popular, o efeito “Hollywood”, o transe televisivo, toda a parafernália que os teóricos da comunicação ligam ao “*eros* tecnológico”, eis alguns dos tópicos que refletem esta imersividade alienante. Grande parte do debate sobre a distinção entre arte e entretenimento deverá, porventura, jogar-se neste contexto.

Sem dúvida, todas estas formas de literalização são intuídas quotidianamente, de modo mais ou menos consciente, por artistas, audiências e críticos, alimentando uma espécie de policiamento implícito do campo artístico e do seu senso comum, ou seja, regulando o que se considera ser a autenticidade estética em dado momento histórico.

Quanto ao sentido narrativo, aqui assumido como mecanismo fenomenológico da performatividade, também ele não constitui um princípio suficiente para uma descrição da experiência estética. Não se trata apenas de constatar que a performatividade, em sentido lato, colide com os propósitos da autenticidade artística ao desviar-se do real. Simplesmente, nem toda a performatividade é estética. A vida fenomenológica tem muito mais de performativo que de estético. Seria assim mesmo que toda a performatividade tivesse em vista a concretização estética (porque, mesmo então, haveria boas e más performances). Em todo o caso, ainda que a performatividade não seja critério suficiente, constitui ainda um requisito necessário da criação artística e, correlativamente, da experiência estética que lhe serve de propósito. Será sempre necessário passar pela performatividade (alimentada por um propósito autoral, um *porvir*) para que a arte possa, desde logo, ser fruída como tal. É esta passagem necessária pelo âmbito da performatividade que sentenciar o realismo indireto da arte, tal como estivemos a descrevê-lo.

Nestes termos, o perigo mais subtil que se coloca ao cinema enquanto expressão artística não residirá tanto no recurso à narratividade (que nos afasta do real), mas na redução do cinema ao sentido literal (que nos afasta da performatividade). É certo que o real, de uma forma ou outra, mantém-se ainda como fundamento ontológico da autenticidade da arte; mas ele só poderá insinuar-se de forma indireta, como uma meta enviesada, inscrevendo-se num arco fenomenológico de retorno ao real a partir do recinto da performatividade. Entretanto, se a arte depende desta tensão entre o sentido narrativo e o sentido literal, então a narratividade reassume um peso fundamental na discussão sobre a arte e a experiência estética<sup>23</sup>. O sentido narrativo, enquanto mecanismo da performatividade, é o que sustém a distância em relação ao real para que se possa empreender um retorno ao real. A experiência estética instala-se neste delicado compromisso en-

---

22. Como nos recorda Umberto Eco: “Brecht exige que, para que o espetador se subtraia à eventual hipnose dos acontecimentos representados, se mantenha acesa a luz na sala e o público possa fumar” (Eco, 1989, p. 266).

23. Reabre-se, portanto, a possibilidade de conciliação entre o domínio da narratividade e esse regime estético que tão frequentemente se associa à recusa da representação e da narrativa. Naturalmente, as propostas de conciliação teórica entre a narratividade e a própria “vida” não são novas. Por exemplo, Marie-Claire Ropars-Wuilleumier propôs a distinção entre “história” (no seu desenrolar dramático) e “narrativa”, relacionando esta última com o mesmo regime do “tempo vivido” que os puristas sensológicos do cinema associam aos filmes da imagem-tempo deleuziana. Segundo Ropars, “um filme pode contar uma história e não ser necessariamente uma narrativa” (Ropars, 1970, p. 30). E prossegue: “Aos olhos do espectador, o tempo é percebido como vivido à medida que a representação deixa de ser o suporte de uma ação imediatamente interpretável: aparecem então as diversas maneiras próprias ao tempo de passar sobre os seres” (*Ibid.*, p. 142).

tre a performatividade e o retorno ao real: ela constitui precisamente uma experiência performativa do real. É neste sentido que se poderá começar a falar de *autenticidade* da obra de arte<sup>24</sup>.

### Bibliografia

- Ayfre, A. (1985). Neo-Realism and Phenomenology. In J. Hillier (org.), *Cahiers du Cinema. The 1950s: Neo-Realism, Hollywood, New Wave* (pp. 182-191). Cambridge: Harvard University Press.
- Bazin, A. (1967). *What is Cinema?*. Berkeley: University of California Press.
- Bazin, A. (1971). *What is Cinema?*, vol. II. Berkeley: University of California Press.
- Bazin, A. (1983). Ontologia da Imagem Fotográfica. In I. Xavier (org.), *A Experiência do Cinema* (pp. 121-128). Rio de Janeiro: Edições Graal.
- Benjamin, W. (1998). *Understanding Brecht*. London and New York: Verso.
- Bergson, H. (1988). *Ensaio sobre os Dados Imediatos da Consciência*. Lisboa: Ed. 70.
- Blanchot, M. (2005). *O livro por vir*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bordwell, D. (2008). *Narration in the fiction film*. London and New York: Routledge.
- Brecht, B. (1978). *Estudos sobre Teatro*. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira
- Brentano, F. (1995). *Psychology from an Empirical Standpoint*. London and New York: Routledge.
- Bresson, R. (1995). *Notes sur le cinématographe*. Paris: Gallimard.
- Chatman, S. (1978). *Story and Discourse. Narrative Structure in Fiction and Film*. New York: Cornell University Press.
- Deleuze, G. (2004). *A Imagem Movimento – Cinema 1*. Lisboa: Assírio & Alvim.
- Deleuze, G. (2006). *A Imagem Tempo – Cinema 2*. Lisboa: Assírio & Alvim.
- Deleuze, G. (2011). *Francis Bacon – Lógica da Sensação*. Lisboa: Orfeu Negro.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1992). *O que é a Filosofia?*. Lisboa: Ed. Presença.
- Durand, G. (2000). *A Imaginação Simbólica*. Lisboa: Ed. 70.
- Eco, U. (1989). *Obra Aberta*. Lisboa: Difel.
- Epstein, J. (1974). *Écrits sur le cinema*. Paris: Seghers.
- Gaudreault, A. & Jost, F. (org.) (2009). *A Narrativa Cinematográfica*. Brasília: Universidade de Brasília.
- Grilo, J. M. (2010). *As Lições do Cinema: Manual de Filmologia*. Lisboa: Edições Colibri.

24. É também neste arco perceptivo do intérprete perante o objeto artístico que a *Aisthesis* se distingue de outros regimes mais latos da sensologia. Na experiência estética, não há já possibilidade de demarcação entre os domínios do sensível e do inteligível. A *Aisthesis* não é mera depuração de um dos lados desta dicotomia, na forma de uma apologia do sensível contra o inteligível. A experiência estética é, também ela, uma orientação fenomenológica do sentido.

- Heath, S. (2005). Comentário sobre “Ideias de Autoria”. In F. P. Ramos (org.), *Teoria Contemporânea do Cinema, vol. 1 – Pós-Estruturalismo e Filosofia Analítica* (pp. 295-301). São Paulo: Ed. Senac.
- Hume, D. (2004). *Investigação sobre o Entendimento Humano*. Lisboa: Ed.70.
- Husserl, E. (2006). *Investigaciones lógicas, I*. Madrid: Alianza Editorial.
- Lacan, J. (1978). *Le moi dans la théorie de Freud et dans la technique de la psychanalyse*. Paris: Seuil.
- Lyotard, J. (1971). *Discours, figure*. Paris: Klincksieck.
- Kearney, R. (1984). *Poétique du possible: phénoménologie herméneutique de la figuration*. Paris: Beauchesne.
- Kracauer, S. (1997). *Theory of Film: The Redemption of Physical Reality*. New Jersey: Princeton University.
- Martins, F. (2018). Between Formalism and Realism: The Case of Cinema. In F. Martins, N. Barros & E. Vilela (org.), *Unframing Archives* (pp. 15-28). Porto: FLUP.
- Martins, F. (2018). A Estética e as Sensologias. *Cadernos IRI*, (2). Vila do Conde: UniMAD/ESMAD
- Martins, F. (2016). *Sentido Narrativo – Da Formatividade à Performatividade*. Porto: Afrontamento.
- Martins, F. (org.) (2017). *Trajetos da Narratividade*. Porto: Ed. Universidade do Porto, Faculdade de Letras.
- Miranda, J. B. (2012). *Corpo e Imagem*. Lisboa: Nova Vega.
- Metz, C. (1968). *Essais sur la signification au cinéma*. Paris: Klincksieck.
- Metz, C. (1974). *Film Language: A Semiotics of the Cinema*. New York: Oxford University Press.
- Parente, A. (2005). Deleuze e as Virtualidades da narrativa cinematográfica. In F. P. Ramos (org.), *Teoria Contemporânea do Cinema, vol. 1 – Pós-Estruturalismo e Filosofia Analítica* (pp. 253-279). São Paulo: Ed. Senac.
- Platão (2001). *A República*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Ramos, F. P. (org.) (2005). *Teoria Contemporânea do Cinema, vol. 1 – Pós-Estruturalismo e Filosofia Analítica*. São Paulo: Ed. Senac.
- Rancière, J. (2012). *Os Intervalos do Cinema*. Lisboa: Orfeu Negro.
- Rancière, J. (2013). *Béla Tarr*. Lisboa: Orfeu Negro.
- Rancière, J. (2014). *A Fábula Cinematográfica*. Lisboa: Orfeu Negro.
- Ricoeur, P. (1986). *Do Texto à Ação*. Porto: RÉs-Editora.
- Ricoeur, P. (2009). *Teoria da Interpretação: O Discurso e o Excesso de Significação*. Lisboa: Ed. 70.
- Ropars-Wuilleumier, M. C. (1970). *Littérature au cinéma*. Paris: Armand Colin.

Sartre, J. P. (2005). *A Náusea*. Mira-Sintra: Europa-América.

Shannon, C. (1993). *Collected Papers*. (Org. N. J. A. Sloane & Aaron D. Wyner). New York: IEEE Press.