

## **Folk-Game: Como a cultura popular pode ser adaptada para os Jogos Eletrônicos de Computador – O Caso de “Never Alone”**

*Marcelo Pires de Oliveira<sup>1</sup>  
Antônio Carlos da Mota Filho<sup>2</sup>*

### RESUMO

O Presente artigo tem por objetivo discutir à luz da Folkmídia, linha de pesquisa da Folkcomunicação, Teoria proposta por Luiz Beltrão, a existência de Videogames que abordam a temática folclórica. Para tal foi analisado o videogame “Never Alone”, produzido pela empresa estadunidense Upper Games. A análise foi feita por meio da metodologia empírica em que o videogame foi jogado e suas fases analisadas conforme sua jogabilidade, conteúdo e informações visuais e/ou textuais. Também é destacada a existência de uma cultura do Videogame na atualidade. A aceitação do videogame como uma mídia de massa, e um dos pilares mundiais da indústria do entretenimento possibilita um novo campo de pesquisa que está sendo explorado por diferentes pesquisadores, como Lúcia Santaella e James Paul Gee, entre outros. Este artigo mostra que a indústria do videogame começou a vislumbrar novas temáticas e públicos, dos quais destaca-se a busca pelas temáticas oriundas das matrizes da cultura popular, como é o caso do videogame analisado, que está baseado no folclore dos povos do Alasca.

### PALAVRAS-CHAVE

Folk-Game, Folkcomunicação, Videogame, Never Alone.

## **Folk-Game: How Popular Culture Can Be Adapted for Electronic Computer Games - The Case of "Never Alone"**

### ABSTRACT

The present article aims to discuss, in the light of Folkmídia, the research line of Folkcommunication, Theory proposed by Luiz Beltrão, the existence of Videogames that approach the folkloric theme. The video game "Never Alone", produced by the US company

---

<sup>1</sup> Doutor em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas. Professor Adjunto do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação da UESC. E-mail: mpoliveira@uesc.br

<sup>2</sup> Graduando em Comunicação Social pela Universidade Estadual de Santa Cruz. Bolsista PROIC/ICB. Membro do Grupo de Pesquisa em Folkcomunicação da UESC. E-mail: acdamotafilho@gmail.com

Upper Games, was analyzed. The analysis was made through the empirical methodology in which the video game was played and its phases analyzed according to their gameplay, content and visual and / or textual information. It is also highlighted the existence of a videogame culture today. Video game acceptance as a mass media, and one of the world's pillars of the entertainment industry, enables a new field of research being explored by different researchers such as Lúcia Santaella and James Paul Gee, among others. This article shows that the videogame industry has begun to glimpse new themes and publics, among which the search for themes from popular culture arenas stands out, as is the case of the videogame analyzed, which is based on the folklore of the Alaskan people.

## KEY-WORDS

Folk-Game, Folk, Video Game, Never Alone.

## Introdução

Com a explosão do mercado de computadores pessoais no início dos anos 1980, os jogos eletrônicos ou videogames, ganharam força e conquistaram um espaço de destaque, em especial na vida de jogadores e apreciadores das tecnologias eletrônicas, que procuravam novos sistemas de entretenimento doméstico.

Entretanto, os estudos acadêmicos sobre o tema só começaram a partir de 1984, quando foi publicado o livro *“The art of computer game”*, de Chris Crawford, no qual o autor aborda a natureza dos jogos e busca explicar quais são as motivações que impelem as pessoas a se interessar e jogar videogames (CRAWFORD, 2003).

Após este primeiro passo surgiram outros teóricos levantando novas e relevantes reflexões sobre os *videogames*, como Loftus e Loftus (1984), James Paul Gee (2009), David Buckingham (2010), entre outros. Loftus e Loftus, em seu livro publicado em 1983, *“Mind at Play: The Psychology of videogames”*, discutiram temas inovadores sobre os jogos eletrônicos, como seu possível estímulo a melhorar as memórias de longo e curto prazo, bem como a capacidade de percepção e interação social (LOFTUS; LOFTUS, 1983).

James Paul Gee, desenvolve seu trabalho sobre os benefícios educacionais do videogame, enquanto uma ferramenta de estímulo ao aprendizado (GEE, 2009)², Já David Buckingham debate o uso das diferentes tecnologias na educação e o papel da cultura digital no cotidiano dos estudantes e professores (BUCKINGHAM, 2010).

Desde o seu surgimento em 1962 até a sua consolidação nos anos 1990, os videogames passaram por inúmeras transformações e a geração que cresceu jogando desde o seu surgimento também se transformou.

Da mesma maneira que a geração de jovens diretores na “French New Wave” tinham crescido com o cinema e tinham um conhecimento íntimo desse meio, as crianças que tinham crescido com os videogames nos anos 70 atingiam a maioridade nos anos 90, trazendo com elas uma relação entre a imagem e o espectador (jogador) muito diferente daquela da geração anterior. Esta última geração entrou na faculdade nos anos 90 e, nesse novo grau universitário, suas experiências de jogar videogame começaram a ser articuladas em termos teóricos. (FONTENELLE, 2009 p. 14)

O início do século XXI marcou uma explosão global do consumo e comércio dos jogos eletrônicos. Os videogames deixaram de ser um entretenimento simples e momentâneo para se transformarem em um empreendimento lucrativo para diversos setores industriais, como empresas computacionais, agências de publicidade, distribuidoras e produtoras de jogos virtuais, tornando-se rapidamente um dos três pilares econômicos atuais do entretenimento mundial.

Para se ter uma ideia do papel que os jogos eletrônicos estão desempenhando na cultura humana deste início do terceiro milênio basta dizer que a movimentação financeira de sua indústria é a primeira na área de entretenimento, superior à do cinema, e a terceira do mundo, perdendo apenas para a indústria bélica e a automobilística. Dizer que a indústria dos *games* fatura mais que a de Hollywood é um dos argumentos preferidos quando a intenção é demonstrar a importância dos jogos e subverter a ideia do *game* enquanto “coisa de criança” ou diversão que não merece ser levada muito a sério. (SANTAELLA, 2007 p. 407)

### **Videogames no Século XXI**

Os dados que eram expressivos no início do século XXI consolidaram-se ainda mais no decorrer da década, consolidando o mercado dos jogos digitais como um empreendimento forte, estável e respeitável. Segundo dados da PricewaterhouseCoopers (PwC), em 2011, os videogames movimentaram 74 bilhões de dólares. No Brasil, segundo a NewZoo, em 2016 os jogos movimentaram cerca de 1,6 bilhão de dólares, um aumento de 25% em 2 anos.

A indústria de jogos digitais tem sua importância relacionada não somente à sua capacidade de geração de emprego e renda, mas também pela vocação de promover a inovação tecnológica, que transborda para os mais diferentes setores da economia: arquitetura e construção civil, publicidade e publicidade, as áreas de saúde, educação e defesa, treinamento e capacitação, etc.(GEDIGAMES, 2014 p. 6).

Os jogos eletrônicos junto a outras mídias digitais tornaram-se habituais no século XXI. Cada vez mais comuns e populares os games destas novas gerações – talvez pela maturidade e história percorrida até então – transformaram este passatempo em um dos empreendimentos interativos digitais mais lucrativos e prósperos do início do século.

Um dos gêneros que mais se desenvolveram desde o fim da década de 90 e início do século XXI foi o gênero dos games online – em rede local ou internet –, os primeiros surgiram no final da década de 80, mas as condições precárias de rede e velocidade limitada fizeram com que a categoria não obtivesse muita popularidade e sucesso. Só a partir de 1997 com redes de alta velocidade – banda larga – jogar a distância com vários jogadores simultaneamente se tornou possível. Fazendo com que os jogos online ganhassem força e espaço na indústria principalmente os MMORPGs (*Massive Multiplayer Online Role Playing Games*) que,

Do encontro do jogo interativo RPG com o sistema de jogos em rede, resultaram os MMORPG – Massive Multiplayer Online Role Playing Game –, tipos de jogos que costumam reunir milhares de pessoas jogando ao mesmo tempo no mundo inteiro [...] A hipótese mais arriscada – porque nos remete a uma profunda mudança cultural – é a de que os videogames MMORPGs representam a passagem da cultura da representação, típica dos séculos XIX e XX, para a cultura da simulação – uma hipótese assentada nos estudos de Sherry Turkle. (FONTENELLE, 2009 p. 10; 11)

O desenvolvimento da tecnologia e internet de alta velocidade contribuíram para que os jogos online se desenvolvessem e consolidassem-se no mercado dos jogos digitais. Em cerca de 30 anos, os jogos avançaram rapidamente e ganharam espaço em todo o mundo e a internet foi peça fundamental neste processo, a vantagem de poder estar em vários locais ao mesmo tempo, interagir com pessoas de outras culturas – viver outras vidas –, entre inúmeros fatores, empolga milhões de jogadores em volta do planeta.

A cada ano o crescimento da indústria dos jogos eletrônicos surpreende e fascina os mais diferentes analistas e pesquisadores, associado ao crescimento, vertiginoso dos números ligados a essa nova indústria do entretenimento.

Este crescimento tem explicação na capacidade humana de dividir seu tempo entre o trabalho e o lazer (SANTAELLA, 2007)<sup>[2]</sup>, sendo que jogar é uma importante atividade humana, e que na atualidade se associa aos muitos avanços das tecnologias de informação e comunicação. Já existem muitas pesquisas neste novo campo do saber e com diferentes autores e pesquisadores, tais como, Cremilson Oliveira Ramos (2012), Marie-Laure Ryan (2009), Janet Murray (2003)<sup>[2]</sup> e James Newman (2013)<sup>[2]</sup> entre outros.

Na atualidade, inserido em uma nova conjuntura social e econômica, os videogames passaram a ter um papel de destaque na sociedade moderna e também envolvem diferentes canais de comunicação, havendo eventos e competições do gênero, que recebem o nome de “e-esporte”, sendo que o ‘e’ inicial resulta da contração de ‘eletronic’ associado a palavra esporte, para definir o surgimento de uma nova modalidade esportiva, o esporte eletrônico, que envolve competições de diferentes jogos eletrônicos, alguns que simulam esportes reais, como *FIFA*, e outros, batalhas entre exércitos com tiros e missões das mais variadas como *Call of Duty*.

### **Videogame é Folkmídia**

Desta maneira assumimos que os videogames, atualmente, devem ser considerados um veículo de mídia, com transmissão de mensagens, anúncios publicitários, como no jogo *Need for Speed*, em que o jogador dirige um veículo por ruas e avenidas e pode visualizar cartazes e fachadas com marcas de empresas e anunciantes do jogo. Sendo assim, nos arriscamos a elencar os videogames como um suporte de comunicação e quando analisado pela teoria da Folkcomunicação, uma folkmídia. Termo este muito difundido por Joseph Luyten (2006).

Apesar de Joseph Luyten ter sido o principal autor no campo da Folkmídia, ele não foi seu fundador. A primeira vez que esta expressão foi escrita em português, veio do trabalho de Roberto Benjamin (2000) no seu livro “Folkcomunicação no Contexto de Massa”. Neste livro, publicado no ano 2000, Benjamin dedicou alguns capítulos para falar deste conceito, que, segundo o autor, surgiu nos anos 1970 em um movimento gerado na UNESCO para utilizar as

muitas matrizes culturais em países em desenvolvimento para educar as populações em questões de prevenção de doenças e da importância do saneamento básico em suas vidas.

“[...] in communication programs so that the existing combination of mass media and extension work could be further reinforced by the inclusion of folk media.”(INSTITUTE, 1975)<sup>3</sup>

O principal foco da UNESCO ainda tem resultados nos continentes asiático e africano assim como em muitos países em desenvolvimento da América Latina e Central. Muitos comunicadores utilizam o conceito de folkmídia em seu trabalho com comunidades populares com o objetivo de inculcar conceitos de planejamento familiar, ensino de línguas e saúde. Este conceito trazido ao Brasil por Roberto Benjamin se espalhou entre muitos pesquisadores da folkcomunicação, sendo um deles Joseph Luyten, que em suas pesquisas sobre a literatura de Cordel, vislumbrou estas mídias como instrumentos de folkmídia. Luyten dedicou seu trabalho a coletar e estudar o valor desta literatura popular, que antes era considerada por muitos pesquisadores, como uma subliteratura. Atualmente os pesquisadores da folkcomunicação desenvolveram o conceito de folkmídia e abriram novas linhas de estudo, que envolvem mais do que as atividades de utilizar o folclore e a cultura popular para educar as populações carentes, mas que também que estuda as múltiplas manifestações da cultura proveniente das camadas populares como por exemplo, o Hip Hop, o cinema, as comunidades do *Facebook*, as festas populares, os programas de televisão, os videogames e muitos outros produtos midiáticos que, de alguma maneira, utilizam elementos da cultura popular em suas mensagens e conteúdos.

Ao longo do tempo o conceito de folkmídia evoluiu e, atualmente, sua melhor definição é o estudo do uso da comunicação popular para emitir mensagens a uma audiência maior, bem como, o estudo da maneira pela qual os veículos de comunicação de massa se apropriam e ressignificam em seus conteúdos as matrizes da cultura popular.

Dentro desta visão, em buscar o folclore como base do videogame, que pode, atualmente, ser considerado mais uma mídia, conseguimos entender que nosso recorte dentro do campo da Folkcomunicação pode ser entendido como Folkmídia.

---

<sup>3</sup>“[...] em programas de comunicação para que a combinação existente entre a mídia de massa e o trabalho de extensão possa ser reforçada pela inclusão da mídia popular.” (tradução livre)

[...] a utilização dos elementos da folkcomunicação pela mídia vem se tornando objeto de estudo, especialmente nos meios acadêmicos. Uma vez que a palavra mídia (ou “media”) significa “meios”, isto é, meios, sistemas de comunicação de massa e folk (com “k”, como queria Luiz Beltrão) é a abreviação passível de “folkcomunicação”, julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa. Acreditamos, desta forma, estarmos colaborando para um entendimento melhor de um fenômeno que se torna mais e mais evidente em uma época como a nossa em que o inter-relacionamento das várias formas de comunicação vão se revestindo de interesse cada vez maior da parte dos estudiosos do fenômeno geral a que chamamos Comunicação Social. (LUYTEN, 2006 p. 47)

O folclore e o videogame numa vertente educativa apresentam similaridades, o folclore traz a cultura de um povo, memória, história e identidade do mesmo, o videogame nesse processo dá vida a uma narrativa que inclui seu público alvo na cultura apresentada em determinadas regiões com personagens míticos das lendas folclóricas, criando uma linguagem e uma teia de conhecimentos cativante e envolvente (QUADROS, 1976).

Com base nos estudos de Luiz Beltrão, precursor da Folkcomunicação, podemos propor a análise de um processo folkcomunicacional no presente estudo. Esse processo é representado pelos meios de comunicação que transmitem as informações e mensagens de uma cultura popular, ou folk.

A[...] Folkcomunicação, como contraponto sugerido por Luiz Beltrão, aponta para o momento histórico em que a cultura popular brasileira, com ênfase no folclore, fornece as condições simbólicas para amplos setores populacionais produzirem modos de expressar opiniões e ideias através de suas práticas culturais, ou seja, usar os processos socioculturais como meio e ambiente para decodificar e fazer circular informações de outros ambientes socioculturais. Folkcomunicação, portanto, emerge como disciplina na condição de uma virtual interculturalidade nos interstícios da própria sociedade nacional, considerando as diferenças sociais decorrentes da formação histórica do estado-nação brasileiro. (GUSHIKEN, 2011 p. 08).

### **“FOLK-GAME”**

Para exemplificar o que desejamos explicar sobre a concepção do conceito de “Folk-Game”, precisamos destacar que esta palavra não é nova, e que já foi utilizada por antropólogos no passado para designar as muitas brincadeiras oriundas das camadas populares em seus momentos de entretenimento e que remontam a diferentes tradições.

Martha Warren Beckwith (1922)<sup>2</sup>, por exemplo, foi uma folclorista norte-americana que em 1922 escreveu um livro sobre as brincadeiras folclóricas da Jamaica e as denominou “Folk-Games of Jamaica”. Seu conceito estava, também, relacionado ao fato de haver jogos ligados à cultura popular e que serviam à educação e entretenimento de crianças e também adultos. Desta maneira escolhemos a mesma palavra para estudar os videogames com temática folclórica e os chamamos de “Folk-Games”. Entre os muitos Jogos eletrônicos que pesquisamos encontramos um em especial que desejamos utilizar como exemplo para ilustrar as funcionalidades e diferenças entre um videogame corriqueiro e um outro que utiliza-se da cultura popular.

Quando escolhemos o recorte do videogame “Never Alone”, pensamos que a tentativa de utilizar o folclore para criar um videogame atraente, partiu de uma releitura dos contos e fatos folclóricos dos povos Inuíte, de modo que a adaptação para a história que foi contada no jogo atingisse seus objetivos de entreter e educar, quando mostra as tradições deste povo tradicional.

A estética do videogame e a sua jogabilidade propiciam ao jogador uma imersão no ambiente do jogo, mas, ao mesmo tempo, necessita de um conhecimento sobre as lendas populares para que as diferentes fases sejam ultrapassadas pelo jogador. O que também estabelece uma ação criativa.

Quando entramos num mundo ficcional, fazemos mais do que apenas “suspender” uma faculdade crítica; também exercemos uma faculdade criativa. Não suspendemos nossas dúvidas tanto quanto criamos ativamente uma crença. Por causa de nosso desejo de vivenciar a imersão, concentramos nossa atenção no mundo que nos envolve e usamos nossa inteligência mais para reforçar do que para questionar a veracidade da experiência. (MURRAY, 2003 p. 111)

### **Estudo de caso “never alone” jogando para conhecer o jogo**

O estudo de caso realizado, teve uma metodologia baseada na pesquisa empírica e experimental, uma vez que foi necessário executar o videogame em sua totalidade para conhecer seus elementos constitutivos, desta maneira a pesquisa envolveu o ato de jogar o jogo e avançar nas suas diferentes etapas ou fases para verificar como os ensinamentos e a cultura Inuíte são transmitidas.



Never Alone (ou “Kisima Ingitchuna” do original Inuíte) significa em português “Nunca Sozinho” ou “Eu não estou sozinho”. É um jogo desenvolvido pela Upper One Games e distribuído pela E-Line Media. Além das duas desenvolvedoras o jogo contou com 40 idosos, nativos do Alasca, que contaram a história contada durante o jogo e auxiliaram na criação de *cutscenes*<sup>4</sup> e artes gráficas, fato inédito na história dos videogames.

O game está disponível em 16 idiomas, em 9 plataformas diferentes, e é encontrado facilmente na internet em diversos softwares de gestão de direitos digitais, como *App Store*, *Google Play* e *Steam*, correspondendo provavelmente ao videogame que mais obteve sucesso entre os jogos folclóricos. O jogo de Ação, Aventura, Casual e Indie do gênero plataforma foi lançado no dia 18 de novembro de 2014 e pode ser jogado no modo *single-player* (jogador único) ou *co-op* (até dois jogadores) controlando uma jovem garota esquimó, chamada *Nuna* e/ou uma raposa do ártico, *Fox*. Conforme o site oficial do jogo destaca.

Never Alone leverages the power of videogames to share, celebrate and extend culture. These World Games will empower indigenous communities around the world to share their stories in an authentic, engaging, and entertaining way.(UPPER ONE GAMES, 2012)<sup>5</sup>

A dificuldade do videogame está em superar desafios impostos pelo ambiente e casualmente superar os inimigos que surgem para dificultar a trajetória da heroína “Nuna”. Cheio de *puzzles* (quebra-cabeças) – característica do gênero – a cooperatividade é inevitável para avançar no jogo, seja jogando sozinho, controlando os dois personagens, ou cooperativo, com até dois jogadores, cada um comandando um avatar.

Os controles de comando do jogo são inteligíveis e não exigem muita experiência do jogador – esta análise foi feita baseada na plataforma arquitetada para computador – sendo: “W, A, S e D” para movimentar os personagens; “Space” para pular; “Q” ou “Botão direito do mouse” para alternar entre um e outro personagem; “CTRL” para agachar e suportar o vento forte; “Botão esquerdo do mouse” para lançar e mirar a boleadeira; “E” para interagir com os objetos que surgem durante o jogo; “TAB” para ir nas sabedorias antigas e “ESC” para ir ao

---

4 São sequências animadas em jogos eletrônicos onde o jogador tem pouco ou nenhum controle, utilizadas para avançar o enredo, contar histórias do passado ou futuro, mostrar outros personagens aliados ou inimigos etc.

5 Never Alone impulsiona o poder dos videogames para partilhar, celebrar e estender culturas. Esses jogos do Mundo vão empoderar comunidades indígenas ao redor do mundo a compartilhar suas histórias de uma forma autêntica, envolvente e divertida. (tradução livre)

menu principal do jogo. Mesmo com comando tão simplórios, existem inúmeros *bugs* (falhas/erros em sistemas computacionais) principalmente no tempo de reação aos comandos.

As sabedorias antigas do jogo são desbloqueadas durante o *gameplay*<sup>6</sup> da narrativa, correspondendo a 24 vídeos e mais de 30 minutos de histórias e conhecimentos que compartilham a cultura que lhes foram passadas de geração para geração. Além de conhecimentos extras sobre a história do videogame, os entrevistados e entrevistadas falam sobre a importância do game e como ele pode manter viva a cultura/tradição para as futuras gerações.

Como é habitual em jogos eletrônicos, *Never Alone* começa com um tutorial básico das funções de cada tecla/botão e mostra algumas situações possíveis. O jogo é dividido em fases e, intercalando esses níveis, passam-se *cutscenes* e posteriormente nas telas de carregamento (*loadings*) introduzem-se frases ditas pelo contador da história, como “Embora Kunuuksaayuka fosse um bom caçador no tempo claro, a nevasca tornou a caça difícil” Robert Cleveland (Nasruk<sup>7</sup>). Kunuuksaayuka é o nome do menino da história original que foi adaptado para o game como uma garota chamada Nuna, forma de empoderar e tornar protagonista uma menina em um game de ação.

O jogo não possui sistema de HP (*Health Point* ou Pontos de Vida) ou *Stamina* (Energia) o que é comum na maioria dos jogos atuais principalmente em outros gêneros, como: *Star Wars: The Old Republic* (MMORPG), *Grand Theft Auto* (ação-aventura, tiro em terceira pessoa, RPG) entre outros. O game também não utiliza moedas ou qualquer outro procedimento de monetização, não possui itens ou *upgrades* de equipamentos. Apesar de ser um jogo da oitava geração, lançado em 2014, utilizando um motor gráfico Unity – um dos grandes softwares do ramo no mercado – não explora as possibilidades gráficas desta ferramenta e reproduz o estilo visual de jogos clássicos como *Crash* e *Super Mario*, ambos do gênero plataforma lançados no século passado.

---

6 Corresponde a trajetória do jogador dentro do jogo. Suas escolhas e jogadas que resultam tanto na experiência de jogar, quanto no andamento das fases e desbloqueios de elementos que podem auxiliar ou não na solução do jogo.

7 É o contador original da história, aquele que passou a história para várias gerações. Exemplo, quando um outro contador for contar a história ele (a) deve/pode anunciar “Esta é a história do Nasruk”.

O enredo do jogo é bem trabalhado – a adaptação feita é um dos pontos mais fortes do jogo – os desenvolvedores e os esqui-mós conseguiram concentrar de forma bem elaborada a história descrita, tornando-a um belo jogo eletrônico educativo, interativo e envolvente – sem esquecer que o jogo é voltado para o folclore – transformando a cultura de um povo em um videogame dinâmico para que o mundo possa conhecê-la de maneira clara e original sem perder a sua essência peculiar e regional. O que é característico do projeto que Never Alone faz parte – *Future of Storytelling* (Futuro da Narrativa) – tem como ideologia manter viva as lendas, histórias, contos, mitos etc., regionais e nacionais de um povo. Elaborando formas destas narrativas transcritas para as novas mídias digitais de maneira que não percam as suas essências e, ainda assim, permaneçam presentes na vida de seus descendentes, além de integrá-las a outros povos que possam vir a conhecer e até vivenciar essas histórias.

Depois deste preâmbulo, fica possível apresentar a interface pretendida entre os videogames e a folkcomunicação, que pode a princípio parecer confusa, mas que se explica pelo fato de que as lendas folclóricas presentes no videogame “Never Alone” estão diretamente ligadas ao folclore dos povos indígenas do Alasca. A proposta de criar um jogo sobre o folclore Inuíte surgiu de Amy Fredeen que é vice-presidente executiva e diretora financeira do Conselho Tribal Cook Inlet (CITC)<sup>8</sup> e é descendente da etnia Inuíte (ponto fundamental para desenvolvimento do projeto). Mas a sua realização só foi possível graças a Alan Gershenfeld que entrou com sua empresa E-Line Media no desenvolvimento do game.

A indústria norte-americana dos videogames é a segunda maior do mundo no setor, arrecadando cerca de US\$ 22 bilhões de dólares, em 2016, o que influencia diretamente na produção de jogos como Never Alone. Em um entretenimento tão poderoso e lucrativo como são as mídias digitais e os videogames, qualquer temática que possa desencadear milhões de dólares é bem-vista e os desenvolvedores da E-Line Media e da Upper One Games viram na temática folclórica um potencial lucrativo, uma nova tendência, a qual chamam de ‘World Games’<sup>9</sup>, na qual, a ideia é adaptar as tradições e culturas espalhadas pelo mundo para os jogos eletrônicos.

---

<sup>8</sup>Organização sem fins lucrativos que presta serviços educacionais e sociais aos nativos do Alasca.

<sup>9</sup> *World Games: Exploring Culture Through Video Games* (Jogos Mundiais: Explorando Cultura Através de Video Games).

Nas plataformas gestoras de direitos que verificamos – Microsoft Store, Play Store e Steam – as opiniões sobre o jogo feitas pelos usuários dos sites, são positivas. Nas lojas com menor número de avaliações, que são as da Microsoft e da Google, numa escala de avaliação de um a cinco, a média é quatro. Na Steam, gestora com maior número de avaliações com 5.223, até o mês de julho de 2017, há 81% de avaliações positivas. O que demonstra a proporção que o jogo atingiu.

A proximidade de Fredeen diretamente com a história foi o que possibilitou o desenvolvimento do projeto, sem a sua inserção naquele mundo, o jogo provavelmente nunca teria sido feito. Afinal, a cultura indígena do Alasca não é de conhecimento global e comum. A presença de uma descendente Inuíte na produção proporcionou um envolvimento maior entre os profissionais e os nativos, o que foi utilizado como forma para envolver a Comunidade e dar originalidade ao game, fazendo com que a parte gráfica, o enredo, os sons, as cores etc., sejam singulares e naturais.

A parte artística, artes gráficas e *cutscenes*, é agradável e peculiar, mesmo o jogo sendo no estilo *side-scrolling*<sup>10</sup> – uma tendência dos primórdios dos videogames – com uma perspectiva de “falso 3D<sup>11</sup>”, os elementos gráficos são bem característicos de uma cultura rudimentar que viveu e vive em condições de extremo frio e dificuldade no Alasca. Com uma concepção rústica e sensível, as caracterizações das animações são semelhantes a pinturas rupestres, as quais não expressam cores, apenas os traços escuros e o plano de fundo como pintadas em uma talha de madeira. Durante o *gameplay*, as cores predominantes são o branco da neve, a água em vários tons de azul e alguns tons de cinza na roupa da menina e em alguns elementos dos ambientes.

A sonoplastia também faz parte dos jogos assim como faz parte da vida e, conseqüentemente, está inserida nas mídias digitais, onde, quase sempre, o som é utilizado para passar a emoção desejada e nos jogos eletrônicos não seria diferente. Os efeitos sonoros estão em toda parte no ambiente (vento, água, batidas), nos personagens (gritos, passos, latidos) e reforçam os sentimentos, adequando-os ao momento que o game apresenta, seja avisando que o jogador deve agachar para resistir ao vento, seja quando cai na água.

---

10 A câmera lateral indo da esquerda para direita ou vice-versa, habitualmente utiliza-se mais da esquerda para direita. Muito utilizado nos primórdios dos jogos, quando predominava o 2D.

11Recorrem a múltiplos planos bidimensionais com diferentes comportamentos entre eles, que simulam alguma profundidade de campo. (TEIXEIRA et al., 2014 p.2)

Em jogos digitais, os efeitos sonoros podem ser considerados como eventos sinalizados com recursos de áudio. Eles constituiriam som ambiente, sons de resposta às ações realizadas pelo jogador, ou até mesmo um som que chama a atenção do jogador ou o alerta de algum evento que está ocorrendo ou irá ocorrer. (BOURY; MUSTARO, p. 2)

O jogo, apesar de ter comandos básicos como correr, pular, nadar, subir etc., também apresenta pontos complexos de resolução. Quando se joga *single-player*, por exemplo, o jogador fica responsável por controlar os dois personagens, muitas vezes, quase que ao mesmo tempo, o que, em alguns momentos, é uma tarefa altamente complexa, principalmente quando o jogador está chegando ao fim do jogo e precisa de agilidade e pensamentos rápidos para conseguir concluir as etapas de dificuldade impostas em cada etapa.

O ponto de destaque do jogo é o modo cooperativo. Durante toda a sua campanha, que vai de 2 a 4 horas, dependendo de determinados fatores – habilidades do jogador, velocidade de raciocínio, pular ou assistir as *cutscenes* entre outros – o jogador terá que contar sempre com os dois personagens, a garota Nuna e a raposa. Como afirmou um dos produtores do jogo Alan Gershenfeld, em entrevista para o site TechTudo, em 2014, quando disse que os dois personagens são complementares, assim, possuem habilidades e características diferentes e necessárias para prosseguir no game. Com a menina Nuna o jogador poderá pular, subir cordas e jogar as boleadeiras, já com a raposa poderá dar saltos maiores e acessar pequenas áreas restritas para garota, além de outros elementos que vão surgindo ao longo da narrativa.

## Considerações finais

Muitos autores consideram que as lendas são como histórias com elementos da moral de uma sociedade e por meio delas as crianças são educadas para a vida em sociedade (NICOLETTI; FILHO, 2004), e os videogames, mesmo que tardiamente, são hoje em dia percebidos, também, como ferramentas do processo de ensino-aprendizagem (ALVES, 2008). Sendo assim é possível observar empiricamente como a soma do conhecimento das lendas folclóricas com um jogo eletrônico pode abrir um novo campo de pesquisa e trabalho para os

estudos da Comunicação e da Folkcomunicação, abrangendo diversas outras áreas de pesquisas, como: história, filosofia, educação e sociologia.

Gee (2009) fala da aptidão educativa dos videogames, mas ressalta que para que haja um bom aprendizado é importante que o jogo também seja bom.

Os bons videogames incorporam bons princípios de aprendizagem, princípios apoiados pelas pesquisas atuais em Ciência Cognitiva (GEE, 2003, 2004). Por quê? Se ninguém conseguisse aprender esses jogos, ninguém os compraria – e os jogadores não aceitam jogos fáceis, bobos, pequenos. Em um nível mais profundo, porém, o desafio e a aprendizagem são em grande parte aquilo que torna os videogames motivadores e divertidos. Os seres humanos de fato gostam de aprender, apesar de às vezes na escola a gente nem desconfiar disso.(GEE, 2009)

O folclore e o videogame numa vertente educativa apresentam similaridades, o folclore traz a cultura de um povo, sua memória, sua história e sua identidade. O videogame “Never Alone” dá vida a uma narrativa que imerge os jogadores na cultura Inuíte com seus personagens míticos e suas lendas folclóricas, criando uma linguagem e uma teia de conhecimentos cativante e envolvente (QUADROS, 1976).

Entendemos que a proposta do videogame “Never Alone” é rica e interessante, por confluir a narrativa folclórica com a narrativa dos games eletrônicos, e também por se tratar de um jogo eletrônico folclórico que é um sucesso editorial desde seu lançamento em 2014 e contar com versões para diferentes plataformas, aparecendo em 75 listas dos melhores jogos no ano de seu lançamento, ganhando vários prêmios e vendendo milhares de cópias. Entretanto, concluímos que apesar de seu conteúdo ser belíssimo, vasto, rico e uma fantástica adaptação da história, alguns aspectos relevantes, como AI (Inteligente Artificial) e resposta aos comandos básicos do jogo, ficaram aquém do esperado para o tipo de jogo apresentado. Sendo, uma das maiores críticas ao jogo em sites, pois os jogadores, revistas e especialistas em diversos momentos indicam que há um defeito que pode atrapalhar e irritar o jogador.

Nos seus aspectos folclóricos (roteiro/adaptação) o jogo é extremamente detalhista e foi bem traduzido, proporcionando conhecimento da cultura Inuíte. Não existe ainda um estudo acadêmico sobre a recepção do jogo junto a seus jogadores sobre qual aprendizado ou conhecimento do folclore Inuíte que eles adquiriram após jogar – mas, entendemos que Never Alone deve servir de exemplo para outras produtoras e desenvolvedoras de jogos

eletrônicos que pensam ou produzem videogames sobre a temática. No Brasil, podemos indicar que existiram algumas tentativas nesse gênero, tais como Cangaço, Guerreiros Folclóricos, Daily Espada entre outros, e, nós, enquanto jogadores, pudemos vivenciar uma experiência rica e empolgante com as diferentes fases do jogo e seus ensinamentos sobre o folclore dos povos do Alasca.

Existem poucos estudos sobre os “Folk-Games” eletrônicos, pois percebe-se que é um campo ainda novo e, portanto, pleno de possibilidades para os pesquisadores da folkcomunicação, esta pesquisa, que ainda está em sua fase inicial, pode gerar muitos outros trabalhos, sejam empíricos como o exemplo aqui apresentado, ou teórico sobre suas diferentes categorias e modalidades, que ainda estão por serem descobertas.

O presente artigo teve por objetivo analisar o conteúdo presente em um videogame que aborda a temática folclórica, sua implicação no campo da educação, como a construção do respeito as culturas tradicionais e valorização das raízes culturais dos povos não foram aqui abordadas por não ser, neste caso o escopo do trabalho, mas autores como Gee (2009), Buckingham (2010) e Alves (2008) tratam desta relação com maior profundidade.

Alves (2008) relata sua experiência com jogos digitais e aprendizado e há um projeto desenvolvido pela sua equipe na UNEB para crianças das séries do ensino fundamental em que o folclore brasileiro é ensinado por um videogame. O Jogo foi batizado de *Guardiões da Floresta*<sup>12</sup> e vem sendo aplicado em algumas escolas de Salvador.

Para investigações futuras há um leque de oportunidades que se abrem e que devem ser exploradas para aprofundar as questões sobre esta temática. Cada vez mais o videogame se instala na cultura moderna e suas transformações e ramificações, assim como todo elemento da indústria cultural penetra na vida das pessoas e passa a fazer parte do seu cotidiano e são passíveis de análises e estudos acadêmicos que venham a explicar e compreender determinados fenômenos sociais e culturais.

## Referências

ALVES, L. Relações entre os jogos digitais e aprendizagem: delineando percurso Lynn Alves. Educação, Formação & Tecnologias, v. 1, p. 3–10, 2008. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2899329&info=resumen&idioma=POR>>. .

---

12 O jogo está disponível em <<http://comunidadesvirtuais.pro.br/guardioes-gamebook/>>

BECKWITH, M. W.; ROBERTS, H. H. Folk-games of Jamaica. Vassar College, 1922.

BENJAMIN, R. Folkcomunicação no contexto de massa. Editora Universitária/UFPB, 2000.

BOURY, E. S.; MUSTARO, P. N. Um estudo sobre áudio como elemento imersivo em jogos eletrônicos. Disponível em: <<http://www.sbgames.org/sbgames2013/proceedings/artedesign/41-dt-paper.pdf>>. Acesso em: 15/4/2017.

BUCKINGHAM, D. Cultura Digital, Educação Midiática e o Lugar da Escolarização. Educação e Realidade, v. 35, n. 3, p. 37–58, 2010. Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/edu\\_realidade](http://www.ufrgs.br/edu_realidade)>. .

CRAWFORD, C. The Art of Computer Game Design. , 2003. Disponível em: <[http://www-rohan.sdsu.edu/~stewart/cs583/ACGD\\_ArtComputerGameDesign\\_ChrisCrawford\\_1982.pdf](http://www-rohan.sdsu.edu/~stewart/cs583/ACGD_ArtComputerGameDesign_ChrisCrawford_1982.pdf)>. Acesso em: 15/4/2017.

FONTENELLE, I. A. Novas Mídias e Mercado da Experiência: Um estudo da Indústria de Videogames | GVpesquisa - FGV. Disponível em: <<http://gvpesquisa.fgv.br/publicacoes/gvp/novas-midias-e-mercado-da-experiencia-um-estudo-da-industria-de-videogames>>. Acesso em: 14/2/2017.

GEDIGAMES. RELATÓRIO FINAL Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais. 2014.

GEE, J. P. Bons videogames e boa aprendizagem. Perspectiva, v. 27, n. 1, p. 167–178, 2009.

GUSHIKEN, Y. Folkcomunicação: interpretação de Luiz Beltrão sobre a modernização brasileira. Disponível em: <[http://www.razonypalabra.org.mx/N/N77-1/16\\_Gushiken\\_M77-1.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N77-1/16_Gushiken_M77-1.pdf)>. Acesso em: 14/4/2015.

INSTITUTE, E.-W. C. Information, Education, Communication in population. IEC Newsletter, 1975.

LOFTUS, G. R.; LOFTUS, E. F. Mind at Play: The Psychology of videogames. New York: Basic Books, 1983.

LUYTEN, J. M. Folkmídia: uma nova visão de folclore e de folkcomunicação. Folkcomunicação na arena Global. p.39–49, 2006. São Paulo: Ductor.

MURRAY, J. Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: UNESP/ITAÚ Cultural, 2003.

NEWMAN, J. Videogames. 2nd ed. London: Routledge, 2013.



NICOLETTI, A. A. .; FILHO, R. Aprender brincando: a utilização de jogos, brinquedos e brincadeiras como recursos pedagógico. Revista de divulgação técnico-científica do ICPG, v. 2, n. 5–abril–junho, 2004.

QUADROS, J. Literatura Brasileira- Folclore. São Paulo: Somar, 1976.

RAMOS, C. O.; SÁ, J. B. DE. A narrativa lúdica dos videogames: espaços possíveis de produção de sentidos. Revista Vozes dos Vales: Publicações Acadêmicas, p. 1–18, 2012.

RYAN, M. From Narrative Games to Playable Stories: Toward a Poetics of Interactive Narrative. StoryWorlds: A Journal of Narrative Studies, v. 1, n. 1, p. 43–59, 2009. Disponível em: <<http://muse.jhu.edu/content/crossref/journals/storyworlds/v001/1.ryan.html>>. Acesso em: 27/3/2014.

SANTAELLA, L. Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade. São Paulo: Paulus, 2007.

UPPER ONE GAMES. Never Alone - Game. Disponível em: <<http://neveralonegame.com/game/>>. Acesso em: 15/4/2017.

**Artigo recebido em: 05/10/2017**

**Aceito em: 30/11/2017**