
Folclore e Videogame:

Jogando, aprendendo e valorizando a cultura popular.¹

Marcelo Pires de OLIVEIRA²

Antônio Carlos da MOTA FILHO³

RESUMO

O Presente trabalho se propõe lançar um olhar para os videogames que exploram em suas narrativas a temática do folclore. Para tal foram analisados os videogames *Never Alone* e *Cangaço*, o primeiro produzido pela empresa estadunidense Upper Games, e o segundo produzido pela empresa brasileira Sertão Games. Ambos os jogos utilizam o conhecimento do folclore de seus países para ambientar as ações do jogador, e por sua vez apresentar as histórias da sua cultura.

PALAVRAS-CHAVE: Videogame; *Never Alone*; *Cangaço*; Folkcomunicação; Folclore

Introdução

Com a explosão do mercado de computadores pessoais no início dos anos 1980 os jogos eletrônicos ganharam força e começaram a conquistar respeito. Em especial por jogadores e apreciadores das tecnologias eletrônicas que procuravam novos sistemas de entretenimento doméstico.

Entretanto, os estudos acadêmicos sobre o tema 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 as motivações para que as pessoas venham a se interessar por jogar videogames (CRAWFORD, 2003).

Após este primeiro passo, surgiram outros teóricos levantando novas e relevantes reflexões sobre os *games*, 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).

1 Trabalho apresentado no GP GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 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

3 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

James Paul Gee, desenvolve seu trabalho sobre os benefícios educacionais do videogame, enquanto uma ferramenta de estímulo ao aprendizado (GEE, 2009), 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 maioria 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)

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.

O Jogo Never Alone

Never Alone (ou “Kisima Ingitchuna” do original Inuíte) significa “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 quase 40 idosos

nativos do Alasca que contaram a história narrada durante o jogo e auxiliaram na criação de *cutscenes*⁴ 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, Steam e Mac App Store, 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)⁵

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.

As sabedorias antigas do jogo são desbloqueadas durante o *gameplay*⁶ 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.

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

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 World Games vão empoderar comunidades indígenas ao redor do mundo a compartilhar suas histórias de uma forma autêntica, envolvente e divertida.” (tradução livre)

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

caça difícil” Robert Cleveland (Nasruk⁷). Kunuuksaayuka é o nome do menino da história original que foi adaptado para o game como uma garota chamada Nuna.

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 – é defasado, mais representado em clássicos como Crash e Super Mario, ambos do gênero plataforma lançados no século passado.

O enredo do jogo é muito bem trabalhado, os desenvolvedores e os esquimós conseguiram concentrar de forma bem elaborada a história narrada 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.

Cangaço – Um Jogo Brasileiro

O Jogo Cangaço, produzido no Brasil pela empresa Sertão Games, foi elaborado por uma equipe sediada no nordeste brasileiro e apresenta como cenário o ciclo do cangaço nordestino, no início do século XX, época de muitos conflitos pela terra nos estados nordestinos, e que presenciou a existência de personagens icônicos como Lampião, Corisco e Maria Bonita.

O Cangaço é um jogo de ação e estratégia em tempo real (RTT), totalmente em português, recheado de muitos desafios e humor afiado. O jogador assume o comando de um bando de cangaceiros ou uma tropa da volante, e precisa sobreviver as batalhas e desafios do Sertão. O jogo inclui três campanhas single-player, modo multiplayer online, e sistema para criação e compartilhamento de mapas e jogos personalizados (custom games).(CANGAÇO, 2017)

O jogo está apenas disponível em uma versão beta para computadores e também há uma versão para o Facebook, em que é necessário desafiar amigos. A versão para computador, que é distribuída pelo site “splitplay.com” é apresentada como uma versão

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”.

beta, e que tem uma jogabilidade reduzida em especial quando comparada com o trailer disponível no site oficial do jogo, que está associado a um blog, com sua última postagem datada de 14/11/2013, em que o responsável, Erick Passos descreve como desenhar mapas para colaborar com o jogo.

A versão beta tem a opção de nomear um personagem (Avatar), mas com a fisionomia e roupas já determinadas, não havendo opção de personalização. Depois de determinadas as características das habilidades (que podem ser atribuídas com pontos, e que são: Força; Destreza; e Fé), o jogador tem acesso a um cenário do sertão nordestino, em que pode andar sem encontrar inimigos, e que a cada nova missão, abre-se um portal de acesso para novas missões. Quando transportado o personagem encontra seus companheiros de bando e inicia a marcha pelo cenário se envolvendo em batalhas com as forças policiais. Durante as batalhas, a troca de tiros causa danos ao personagem e aos inimigos, sendo que quando sua energia (XP) está fraca surgem urubus voando sobre sua cabeça, e sua energia é recuperada quando ele encontra itens espalhados no cenário, que vão desde cachaça, água, armas entre outros. No site do jogo há a promessa de que o jogador pode escolher entre três possibilidades de personagem, mas na versão disponível para download é apenas uma opção. Estes fatores tornaram a evolução dentro do ambiente do jogo diferentes da experiência proposta no trailer, mas em nada afetaram a análise do jogo e a percepção dos diferentes elementos do folclore brasileiro, no que concerne ao movimento cangaceiro. Uma vez que a indústria do videogame no Brasil ainda é pequena, as dificuldades para a implementação de um projeto devem ser grandes e a escassez de políticas públicas para a área também devem ser fatores que geram problemas para os desenvolvedores de jogos eletrônicos no país. O que pode explicar, de alguma maneira, a nossa dificuldade em obter uma versão melhor do jogo para uma análise mais completa e aprofundada.

Videogame e Folkcomunicação

A interface que desejamos apresentar entre os videogames e a folkcomunicação, se explica pelo fato de que em ambos os jogos as lendas folclóricas estão presentes. Por exemplo, no videogame Never Alone, a narrativa está diretamente ligada ao folclore dos povos indígenas do Alasca. E é importante destacar que o jogo,

“... foi desenvolvido com uma parceria entre estúdio e mais de 40 nativos do Alasca, que não apenas contaram suas histórias para colaborar com o enredo, mas também participaram na criação de ilustrações e design.”(VINHA, 2014)

Já no videogame Cangaço, o sertão nordestino toma forma e... “você lidera um bando de cangaceiros em batalhas épicas nas fazendas, cidades e brejos da caatinga.” (PASSOS, 2013), representando um papel na saga de uma época romantizada e ainda controversa na história brasileira, e que de muitas maneiras faz parte, também, do ideal folclórico do sertanejo brasileiro (BARROS, 2014).

No jogo Never Alone, a parte artística, artes gráficas e *cutscenes*, é agradável e peculiar, mesmo o jogo sendo no estilo *side-scrolling*⁸ – uma tendência dos primórdios dos videogames – com uma perspectiva de “falso 3D”⁹, 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 desenhos rupestres, os 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.

No jogo Cangaço, a parte artística e as artes gráficas são bastante simples, havendo os personagens em um falso 3D e o cenário se desenvolve no mapa com espaços de deslocamento em quadrantes, lembrando jogos do tipo RPG, como “Heroes of Might and Magic”. Os elementos gráficos são bem característicos da cultura nordestina que viveu e vive no sertão. Durante o *gameplay*, as cores predominantes são o amarelo da areia, e algum verde, representando a pouca vegetação da caatinga. Como é um jogo de batalha há o deslocamento do personagem e os tiros que são automáticos a partir da proximidade dos personagens.

Mais uma vez, quando entendemos a existência do folclore inserido na concepção do videogame, e, ao considerarmos o videogame como mais uma mídia, conseguimos entender que nosso recorte dentro do campo da Folkcomunicação pode ser entendido como Folkmídia. Isto é,

[...] 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

8 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.

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

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)

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 – 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.

Em jogos digitais, os efeitos sonoros podem ser considerados como eventos sinalizados com recursos de áudio [5]. 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)

Os jogos eletrônicos com temáticas folclóricas ainda sofrem grande resistência das desenvolvedoras, das distribuidoras e até por parte dos próprios jogadores, Never Alone foi um caso raro que deu certo. Já Cangaço aparentemente não avançou por conta dos problemas destacados. Em pesquisas feitas para composição deste trabalho, encontramos outros jogos sobre o tema, como: Daily Espada, Guerreiros Folclóricos, Aritana e a Pena da Harpia e Folklore. Todos de estilos diferentes, mas com conteúdo total ou parcialmente folclórico.

Apesar de encontrarmos alguns jogos, a pesquisa manteve seu foco em jogos para PC e console, observando que na internet e em aparelhos móveis existem jogos em Browser (web game) e aplicativos que abordam o tema, mas não possuem profundidade em nenhum quesito de interesse da pesquisa.

Sendo assim, reiteramos que pensamos que os videogames são uma mídia, e que como tal, possuem as mesmas características das mídias tradicionais, e, portanto, são passíveis de análise e também de serem agentes transmissores de mensagens. Desta maneira a pesquisa realizada com os videogames Never Alone e Cangaço teve como premissas a organização de elementos distintos, mas que são também complementares, uma vez que

a mídia videogame e o folclore são e sempre foram canais educativos. Muitos consideram as lendas 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, atualmente, são percebidos também como ferramentas do processo de ensino-aprendizagem.

Sendo assim, acreditamos ser possível observar empiricamente como a soma do conhecimento do folclore com um videogame pode abrir um novo campo de pesquisa e trabalho para os estudos da Comunicação e da Folkcomunicação.

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 folkcomunicação no presente estudo. Esse processo é representado pelos meios de comunicação que transmitem as informações e mensagens de uma cultura popular, ou folk.

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).

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 de um videogame, mas também proporciona conhecer as lendas populares que

vão sendo desbloqueadas ao longo do *gameplay*. 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)

Entendemos que a proposta do videogame *Never Alone* é rica e interessante, por confluir a narrativa folclórica com a narrativa dos videogames e também por se tratar de um videogame que é um sucesso editorial desde seu lançamento em 2012 e até hoje contar com versões para diferentes plataformas. Não temos ainda um estudo sobre a recepção deste jogo junto a seus jogadores sobre qual aprendizado ou conhecimento do folclore Inuíte eles adquiriram após jogar.

Já na escolha de análise do videogame *Cangaço*, o recorte surgiu pela assistência do trailer do jogo na internet e que apresentava um tipo e estilo de jogo que pareceu inovador, além de ser produzido por brasileiros. Entretanto, como já apresentamos, o videogame parece não ter saído da etapa de testes e acabou por ser descontinuado e sem notícias de sua distribuição para um público mais amplo. De toda maneira a proposta de utilizar o estilo de vida do cangaceiro brasileiro em um jogo de batalha foge do comum como zumbis, alienígenas e soldados/terroristas.

Considerações Finais

Após a análise dos jogos acima debatidos, que só foi possível por meio de uma pesquisa empírica, com a atividade de jogar os videogames, foi possível avançar no campo dos videogames folclóricos, ou Folkgames, obtendo uma melhor visão deste nicho no mercado dos videogames.

Existem muitos videogames atualmente, e sua categorização está também em debate (SÁ, 2007), o que nos permite alargar o espectro propondo uma nova categoria, a dos Folkgames, jogos eletrônicos com a temática folclórica, e, conforme apresentamos com uma considerável quantidade de jogos disponíveis para os jogadores.

Também nos concentramos em apresentar o jogo e interagir com suas interfaces a partir do ponto focal do jogador, buscando perceber e relatar as experiências propostas e, possivelmente, fruídas pelos mesmos, uma vez que nós, pesquisadores, as experimentamos. O conhecimento adquirido com a experiência do jogo mostrou que é

possível associar entretenimento e educação folclórica em um mesmo ambiente, e também que o jogador que dedica um pouco do seu tempo com as informações apresentadas em cada etapa ou fase do jogo pode melhorar a sua performance e alcançar a finalização do jogo com melhor pontuação.

Desta maneira podemos concluir que os Folkgames são um nicho no mercado dos videogames e podem ser uma categoria interessante e instigante para os jogadores, bem como devem servir ao propósito de manter as tradições, dos muitos povos e sociedades do planeta, vivas e ativas. Os Folkgames, assim, são uma experiência de revigoramento do folclore no século XXI e na nova mídia que são os jogos eletrônicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, L. O. C. Juazeiro do Padre Cicero: A terra da Mãe de Deus. Fortaleza: IMEPH, 2014.

BOURY, E. S.; MUSTARO, P. N. Um estudo sobre áudio como elemento imersivo em jogos eletrônicos. .In: XII Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital (SBGames 2013), Anais... ISSN: 2179-2259. Referência obtida no Portal SBGames

BUCKINGHAM, D. Cultura Digital, Educação Midiática e o Lugar da Escolarização. In: Educação e Realidade, v. 35, n. 3, p. 37–58, 2010. (Home Page Revista Educação e Realidade)

CANGAÇO. Blog do Jogo Eletrônico Cangaço. Disponível
<<https://cangaco.com/blog/>> Acesso em 15 abr. 2017

CRAWFORD, C. The Art of Computer Game Design. Livro Eletrônico 2003.
<http://www-rohan.sdsu.edu/~stewart/cs583/ACGD_ArtComputerGameDesign_ChrisCrawford_1982.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2017.

FONTENELLE, I. A. Novas Mídias e Mercado da Experiência: Um estudo da Indústria de Videogames In: FGV-EAESP - GV PESQUISA (Home page da FGV-EAESP - GV PESQUISA)

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. In: Revista Razón e Palabra Agosto- Outubro, 2011 (Home page da revista Razón e Palabra)

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. In: SCHMIDT, C. Folkcomunicação na arena Global. São Paulo: Ductor, 2006. p 39-49

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

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.

PASSOS, E. Blog | Cangaco. Disponível em: <<https://cangaco.com/blog/>>.

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

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

TEIXEIRA, P. M.; MARTINHO, V. F. S.; MARQUES, J. T. Convergências entre videojogos e cinema : animação , representação e simulação de realidades. IPCA Conferência de Ciências e Artes dos Videojogos, 2014.

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

VINHA, F. Never Alone: game traz histórias de nativos do Alasca e sobrevivência | Notícias - TechTudo. Disponível em:
<<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/11/never-alone-game-traz-historias-de-nativos-do-alasca-e-sobrevivencia.html>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

SÁ, A. M. Narrativa e Interatividade em meios audiovisuais. 2007. 103f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SITES VISITADOS E RECOMENDADOS

<http://neveralonegame.com/game/>

<https://www.microsoft.com/pt-br/store/p/never-alone-kisima-ingitchuna/bvpxc5s3574j>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Never_Alonge_\(video_game\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Never_Alonge_(video_game))

<http://store.steampowered.com/app/295790/>

<http://neveralonegame.com/why-a-girl/>

<http://neveralonegame.com/kunuuksaayuka/>

<http://neveralonegame.com/kunuuksaayuka2/>

<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/11/never-alone-game-traz-historias-de-nativos-do-alasca-e-sobrevivencia.html>

<http://www.techtudo.com.br/review/never-alone.html>

<https://cangaco.com/kit-de-imprensa/>

<https://cangaco.com/ojogo/>

<https://cangaco.com/blog/>