

GAMIFICANDO O FOLCLORE: DESIGN E GAMIFICAÇÃO PARA DISSEMINAR O FOLCLORE BRASILEIRO

Victor Kestering Tramontin¹

Elton Luiz Gonçalves²

Resumo: O presente trabalho procura, utilizando os princípios do design e da gamificação combinados ao folclore brasileiro, entender sua história e personagens para o desenvolvimento de um jogo, na intenção de expandir o conhecimento do mesmo para um número maior de pessoas. Para isso, foi feito um breve levantamento sobre a história do folclore brasileiro e também sobre o campo do design que se estuda os princípios da gamificação. Com o decorrer da pesquisa, e utilizando a metodologia proposta por Zimmerman (2003) que conta com três passos: design, teste e análise, foi possível desenvolver um jogo de cartas. Concluiu-se que é possível ter uma abordagem mais realista quanto à representação dos personagens do folclore, muito utilizados na infância e de forma mais lúdica, em um jogo de cartas destinado ao público jovem/adulto.

Palavras-chave: Design. Gamificação. Folclore.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como temática abordar os princípios da gamificação combinados ao design e ao folclore brasileiro, entendendo a sua história e os personagens para o desenvolvimento de um jogo na intenção de expandir o conhecimento dele para um número maior de pessoas.

A gamificação, por sua natureza lúdica, é capaz, através da integração de aspectos do mundo dos *games* com situações rotineiras, de trazer interatividade tanto para as tarefas corriqueiras quanto para metodologias de ensino. Desse modo, ao analisar suas regras e princípios, é possível a criação de uma ferramenta que busque a atenção de seus usuários e facilite a compreensão de informações.

Um desses pilares de atenção é a estética, que incorpora a área do design, utilizando de conceitos como o uso de formas, cores e signos para evocar sentimentos e sensações. O design também colabora na criação de uma identidade visual e na tradução das narrativas folclóricas para materiais/elementos visuais.

¹ Graduado em Design Gráfico, Faculdade Satc. E-mail: victorktra@gmail.com

² Professor da Faculdade Satc. E-mail: elton.goncalves@satc.edu.br

O folclore é uma parte rica da cultura brasileira. Não é difícil encontrar referências a ele já nas histórias que se contam às crianças ou no imaginário coletivo da população. Embora não seja possível datar quando o folclore foi “criado”, sabe-se que essas narrativas foram disseminadas pelos povos que aqui habitavam e misturavam elementos tanto de cultura indígena, africana e portuguesa – populações essas que já estavam presentes em território brasileiro (BRANDÃO, 1994).

Como o universo folclórico é vasto e possui muitas vertentes, o presente trabalho se restringirá às histórias e aos personagens da mitologia guarani. Sua narrativa contém mitos sobre a criação do mundo e lendas com os mais variados personagens, muitos deles com características animais e humanas misturadas.

Nesta perspectiva, a gamificação como forma de empregar mecânicas de jogos em contextos não relacionados a eles, pode ajudar a tornar o folclore mais acessível. Considerando isso, ao trazer referências da cultura brasileira para as características do jogo, ela pode despertar o interesse dos usuários na história folclórica e seus personagens.

Este trabalho possui enquanto questionamento principal como combinar os princípios da gamificação a histórias e a personagens do folclore brasileiro para disseminar suas narrativas. Busca alcançar através da sua resposta o objetivo geral: usar os princípios da gamificação como estratégia de design na elaboração de um jogo para disseminar histórias e personagens do folclore brasileiro. Para isso, tem os seguintes objetivos específicos: estudar os conceitos e os princípios da gamificação como estratégia de comunicação e design; revisitar histórias e personagens do folclore brasileiro; e propor e apresentar a implementação de um jogo de cartas com a temática do folclore brasileiro.

Uma vez que a maioria dos jogos que possuem o folclore como sua temática são voltados ao público infantil e as representações dos mitos são feitas de maneira mais lúdica, adequadas ao processo educativo, tratar esse aspecto cultural brasileiro com mais fidelidade a suas histórias originais é relevante. Em vista disso, ao utilizar dos princípios do design e gamificação, pode-se explorar mais profundamente as características das narrativas.

A metodologia de pesquisa utilizada para o desenvolvimento deste trabalho possui uma abordagem qualitativa de natureza aplicada, ponto de vista objetivo exploratório e procedimentos técnicos bibliográficos e experimentais.

2 FOLCLORE, HISTÓRIAS E PERSONAGENS

O termo folclore, tal como se conhece hoje, teve origem há dois séculos (1845). Segundo Brandão (1994), a palavra surgiu em 1856, quando o inglês William John Thoms escreveu para uma revista londrina um texto no qual explicava o seu significado. Para Thoms (1846), ele deveria abarcar muito mais um conhecimento coletivo que uma literatura, poderia ser nomeado através da palavra anglo-saxônica, *Folk-Lore*: o saber tradicional do povo. Desse modo, a partir de então, esse estudo do saber de um povo passou a ter um termo que o nomeasse.

Embora tenha se efetivada a criação de uma palavra que o definisse, ela ainda não havia se propagado entre todos aqueles que estudavam o fenômeno do folclore. Conforme Vega (*apud* BRANDÃO, 1994, p. 28) “em qualquer caso a unidade essencial do popular manifestava-se debilmente e apenas no grupo das espécies chamadas ‘espirituais’. Pouco ou nada interessavam então as espécies ‘materiais’ como objeto de estudo”. Ou seja, por mais que já se estudasse sobre o folclore, e esse estudo já possuísse um denominante, muitos daqueles que se debruçavam sobre o saber do povo trabalhavam mais no campo espiritual do que no intelectual.

Somente em 1878, portanto trinta e dois anos após a invenção do termo, foi que um grupo de estudantes tradicionalistas de diversas áreas do conhecimento fundou, na mesma cidade de Londres, uma Sociedade de Folclore (BRANDÃO, 1994). A partir dos encontros desse grupo, uma série de objetos de estudos foram alinhados dentro daquilo que os pesquisadores consideravam ser o folclore, a saber, “as narrativas tradicionais [...], os costumes tradicionais [...], os sistemas populares de crenças e superstições [...], os sistemas e formas populares de linguagem” (BRANDÃO, 1994, p. 28).

Como os estudos sobre folclore aconteciam em diversas partes do mundo e eram feitos por diversas pessoas, muitas também são as definições para a palavra folclore. Sebillot (*apud* BRANDÃO, 1994, p. 29) afirmava que, em seu conceito, folclore era “uma espécie de enciclopédia das tradições, crenças e costumes das classes populares ou das nações pouco avançadas”. Já Franz Boas (*apud* BRANDÃO, 1994, p. 29), importante nome do início dos estudos sobre Antropologia, considerava “um aspecto da Etnologia que estuda a literatura tradicional dos povos de qualquer cultura”. Esses dois conceitos não se adequaram muito bem à realidade brasileira do folclore, pois tratava dele como algo primitivo e como relacionado

diretamente aos estudos de antropologia, surgindo assim uma série de pensadores brasileiros que se apropriaram do tema segundo as características do país.

No Brasil, um dos primeiros nomes a estudar sistematicamente sobre folclore foi Arthur Ramos, logo no início do século XX. Segundo Ramos (*apud* PELLEGRINI FILHO, 1982, p. 12), essa ciência era “uma divisão da Antropologia Cultural, que estuda os aspectos da cultura de qualquer povo, que dizem respeito a literatura tradicional, mitos, contos, fábulas, advinhas, música e poesia, provérbios, sabedorias tradicional e anônima”. Desse modo, essa visão mais encorpada sobre o que é folclore e o que ele abrange foi uma das difusoras do estudo sobre o tema no país.

Outro percursor da palavra no país foi João Ribeiro. Para ele, folclore é “uma pesquisa da psicologia dos povos, das suas ideias e seus sentimentos comuns, do seu inconsciente, feito e refeito secularmente [...]” (RIBEIRO, 1969, p. 29). Também abordando o conceito da palavra no início do século XX, Amaral (1982, p. 52-53) afirmava que “o folclore estuda os produtos da mentalidade popular. O povo tem uma ciência a seu modo, uma arte, uma filosofia, uma literatura – ciência, arte, filosofia e literatura anônimas”. Dessa maneira, é possível perceber que, em se tratando das definições nacionais sobre o que é folclore, tinha-se muito forte a presença da psicologia e da cultura popular como agentes propulsores do saber folclórico.

Depois disso, as análises sobre o folclore no Brasil se intensificaram. De acordo com Cascudo (2017, p. 7), foi em 1941 que a Sociedade Brasileira de *Folk-Lore* “fixou características do conto, a *estória*, e que coincidem com o fato, o motivo folclórico: a) antiguidade; b) anonimato; c) divulgação; d) persistência”. O autor ainda explica sobre esses quatro pontos, abordando que um fato tenha que ser antigo na memória coletiva, não se saiba quem é o autor, e que sejam divulgados e persistentes no imaginário coletivo e popular (CASCUDO, 2017).

Dez anos depois, em 1951, o I Congresso Brasileiro de Folclore, realizado no Rio de Janeiro, trouxe, por meio de um consenso entre os intelectuais do tema, aquilo que seria a definição brasileira do que caberia ser chamado de folclore. Segundo a Carta de Folclore Brasileiro (1951)³,

1. O I Congresso Brasileiro de Folclore reconhece o estudo do Folclore como integrante das ciências antropológicas e culturais, condena o preconceito de

³ Pelo documento se tratar de uma carta não é possível especificar a página da citação.

só considerar como folclórico o fato espiritual e aconselha o estudo da vida popular em toda sua plenitude, quer no aspecto material, quer no aspecto espiritual.

2. Constituem o fato folclórico as maneiras de pensar, sentir e agir de um povo, preservadas pela tradição popular e pela imitação e que não sejam diretamente influenciadas pelos círculos eruditos e instituições que se dedicam ou à renovação e conservação do patrimônio científico e artístico humanos ou à fixação de uma orientação religiosa e filosófica.

3. São também reconhecidas como idôneas as observações levadas a efeito sobre a realidade folclórica, sem o fundamento tradicional, bastando que sejam respeitadas as características de fato de aceitação coletiva, anônima ou não, e essencialmente popular.

Com isso, alguns aspectos tomaram forma, por exemplo, o folclore deveria ser algo anônimo, fruto de transmissão oral, e que sobrevivesse ao tempo, corroborando com aquilo que a Sociedade Brasileira de *Folk-Lore* já insinuava em alguns anos atrás.

Porém, os avanços acerca das ciências humanas fizeram com que a discussão sobre folclore tivesse que ser repensada. Durante os anos após o lançamento da Carta de Folclore Brasileiro, foram muitas as discussões sobre em qual campo deveria se encaixar o estudo do folclore (CAVALCANTI; VILHENA, 1990). A Carta propunha que o folclore pertenceria às ciências antropológicas culturais, contudo, durante as décadas seguintes, diversos teóricos o encaixavam no campo das ciências humanas e sociais.

Desse modo, em 1995, durante o VIII Congresso Brasileiro de Folclore, realizado na Bahia, foi redigida uma releitura à carta de 1951. Tendo ampla participação de folcloristas do Brasil, diversas mudanças foram feitas, levando em conta os avanços das ciências sociais. A nova carta, além de trazer mudanças na percepção sobre as características do folclore, abordava tópicos sobre como poderia se desenvolver, por exemplo, a pesquisa, o ensino e a documentação folclórica. Como citado, a releitura abordou uma série de novas características ao folclore, e isso fica expresso já no primeiro capítulo da Carta (1995), em que se define o conceito de folclore:

1. Folclore é o conjunto das criações culturais de uma comunidade, baseado nas suas tradições expressas individual ou coletivamente, representativo de sua identidade social. Constituem-se fatores de identificação da manifestação folclórica: aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade, funcionalidade. Ressaltamos que entendemos folclore e cultura popular como equivalentes, em sintonia com o que preconiza a UNESCO. A expressão cultura popular manter-se-á no singular, embora entendendo-se que existem tantas culturas quantos sejam os grupos que as produzem em contextos naturais e econômicos específicos.

Assim, com essas mudanças, algumas características que eram atribuídas ao folclore em 1951 foram relativizadas ou excluídas do debate. Segundo Benjamin (s/d)⁴, o anonimato, por exemplo, foi um dos conceitos relativizados, uma vez que esse aspecto excluía do folclore o artesanato e as poesias repentistas. Outro quesito que foi ressignificado foi o da oralidade, sobre isso Benjamin (s/d) afirma que, “tomada em termos absolutos, esta característica também exclui o artesanato e as técnicas populares. Exclui ainda a literatura de cordel e outras manifestações escritas”. Ou seja, com o passar dos anos, novas artes e formas de expressão foram consideradas folclóricas, e o fato de só considerar folclórico aquilo que era passado para novas gerações pela transmissão oral seria um empecilho para que essas novas expressões pudessem ser encaixadas como cultura folclórica de uma sociedade.

A nova Carta também estabeleceu que o folclore é parte existente da sociedade como um todo, e não de certas classes com menos grau de instrução. Delbem (2007, p. 23) trata disso ao citar que “o fato folclórico surgiu da criação do povo e que é por todos aceito, desmistificando sua existência em guetos, nos fazendo pensar que todos são portadores de folclore, nas suas superstições, piadas, remédios caseiros, correntes de oração, ditos populares e provérbios”. Dessa forma, o folclore é algo presente no cotidiano de qualquer pessoa, seja consciente ou inconscientemente, pois até mesmo em determinadas orações, festas religiosas, é possível perceber um caráter folclórico.

2.1 OS MITOS BRASILEIROS

Em todo o mundo, as pessoas tentam encontrar explicações para aquilo que não conseguem compreender. Justamente desse anseio pelo desconhecido e por sua elucidação é que surgem os mitos. De acordo com Mindlin (2001, p. 7-8),

[o]s mitos frequentemente falam de acontecimentos fantásticos, mágicos. É por isso que muita gente pensa e diz que mito é invenção, mentira, ficção; mas para os povos que os contam, donos das histórias, e para quem souber decifrar sua linguagem poética, os mitos são uma história verdadeira, uma explicação sobre o mundo, sobre o que é viver, sobre a origem da humanidade, sobre o aparecimento da agricultura, da caça, das plantas, das estrelas, do homem e da mulher, do fogo, do sol, da lua, de tudo o que se puder imaginar. Há histórias de fantasmas, de bichos que viram gente ou o

⁴ Por se tratar de um material digital não foi possível determinar a data, o mesmo pode ser encontrado em: BENJAMIN, Roberto. Conceito de folclore. In: Projeto Encontro com o Folclore. Campinas: Unicamp, s/d. Disponível em: <http://www.unicamp.br/folclore/Material/extra_conceito.pdf>. Acesso em: 28 maio. 2019.

contrário, de pedaços do corpo que voam e falam. São histórias sagradas, preciosas, respeitadas por todos.

Consequentemente, os mitos surgem para que as coisas sejam explicadas, mesmo que essas explicações extrapolam o mundo real e são passados de geração em geração. De acordo com Ribeiro (1987), os mitos não têm espaço temporal definido e nem tempo cronológico. São sempre algo que aconteceu há muito tempo, mas que mantém uma certa estrutura de história e personagens, ou seja, esses dois aspectos dificilmente mudam, mas o espaço em que eles estão inseridos podem ser alterados, sem que a história em si seja prejudicada.

No Brasil, os mitos fazem parte do cotidiano da população. Suas origens são muito misturadas, devido ao fato das muitas culturas que habitaram o país. Conforme Edelweiss (2001, p. 59), “os nossos mitos procedem de três fontes: da Europa, através de Portugal, dos nossos índios e da África. Ao contrário do que em geral se pensa, a maioria dos mitos brasileiros foi trazido pelo elemento branco”. Isto é, embora muitos pensem que a grande maioria dos mitos que conhece provém de populações indígenas, é mais provável que essas histórias sejam provenientes de colonizadores europeus, e que, ao chegar ao Brasil, tiveram alterações ao longo do tempo e se misturaram às histórias indígenas e às africanas. São exemplos dessa mescla de culturas, de acordo com Edelweiss (2001), o lobisomem, a mula-sem-cabeça, os anões, os gigantes. Esses são parte dos mitos europeus que sofreram, aqui, influências africanas e asiáticas. Provenientes dos indígenas, os duendes de floresta, enquanto dos negros, os que prevalecem são aqueles em que os personagens são crianças em sofrimento, com o Quibungo da Bahia.

Além da mistura entre culturas, cada estado do país possui uma característica mitológica diferente. Sobre isso, Cascudo (2010) aborda que, dependendo de como cada estado foi colonizado, os mitos aos quais a população tem acesso também são diferentes. A critério de exemplos, pode-se demonstrar o estado do Acre, que tem uma influência muito forte das culturas peruanas e bolivianas e também dos mitos amazônicos, da mata, e o estado do Rio Grande do Sul, que possui mais influência de mitos vindos da Espanha e de Portugal, juntamente com os dos indígenas da tribo Guarani.

O presente trabalho terá as lendas da mitologia tupi-guarani como seu escopo, focando em seus personagens e criaturas fantásticas. A seguir, será feito um breve apanhado sobre design e gamificação.

3 GAMIFICAÇÃO E DESIGN

Antes de tratar propriamente sobre gamificação, o que é, como esse conceito surgiu, é preciso ressaltar que esse termo se originou por conta de todo um passado de criação e desenvolvimento de jogos. Desse modo, buscar entender onde e como nasceram os primeiros jogos e o impacto que eles têm na sociedade é importante para embasar o porquê de a gamificação ser estudada como forma de trabalho nas mais variadas áreas.

Segundo Huizinga (2012), o jogo é algo que aparece antes da cultura na vida humana, uma vez que o ato de jogar já estava presente em animais. O autor afirma que “os animais não esperaram que os homens os iniciassem na atividade lúdica. É-nos possível afirmar com segurança que a civilização humana não acrescentou característica essencial alguma à ideia geral de jogo. Os animais brincam tal como os homens” (HUIZINGA, 2001, p. 3). Com isso, pode-se concluir que os jogos fazem parte da cultura e da vida em sociedade, sejam eles feitos em brincadeiras e não percebidos como tal, ou em uma atividade com mais regras a serem seguidas.

Corroborando com a linha de pensamento de Huizinga (2001) de que os jogos ajudam na formação de grupos sociais que ficam envoltos num mundo com suas próprias regras, Salen e Zimmerman (2012, p. 104) abordam que

o ofuscamento dos espaços dentro e fora do círculo mágico; a ambiguidade entre jogadores e não jogadores; a sobreposição entre o jogo e a vida real. É apenas dentro do círculo mágico que a autoridade das regras formais existe, ao mesmo tempo, as regras implícitas dos jogos não se baseiam no círculo mágico, mas na cultura em geral.

Ou seja, quando indivíduos estão inseridos dentro de um jogo, aquele momento se torna uma outra realidade, a qual quem está de fora não participa, o chamado círculo mágico. Porém, esse círculo nada mais é do que uma maneira de mediação entre o real e o imaginário do jogo. Para Juul (2008), ele é formado não apenas pelas regras, como também pelos jogadores, que, em comum acordo, decidem qual é o limiar entre a realidade e a invenção.

Contudo, o jogo, mesmo sempre fazendo parte da história dos seres humanos, perdeu sua força com o início da Revolução Industrial, em que o homem estava completamente voltado para a produção de bens e em grandes jornadas de

trabalho. Sobre isso, Huizinga (2001) aborda que nesse período, as atividades lúdicas perderam a força que tinham até o Renascentismo, por conta da mecanicidade da Revolução.

Se nesse período o jogo foi deixado de lado, já no final do século XX até os tempos contemporâneos ele aparece com muita força, seja por meios eletrônicos, ou por meios analógicos. Isso apenas confirma aquilo que Huizinga (2001, p. 6) já mencionava sobre o ser humano e o lúdico, uma vez que “se os animais são capazes de brincar, é porque são alguma coisa mais do que simples seres mecânicos. Se brincamos e jogamos, e temos consciência disso, é porque somos mais do que simples seres racionais, pois o jogo é irracional”. Desse modo, aquela versão humana mecanizada não se sustenta, já que os seres em geral não tendem a ser mecânicos, mas sim algo a mais, visto que o jogo é algo irracional.

Levando em consideração que o jogo é algo que está presente no cotidiano, que atrai a atenção, de modo que os participantes estejam envoltos em um círculo mágico, é concebível que usar estratégias de jogos em outras situações do dia a dia ajude a atrair pessoas. É dentro desse nicho que a gamificação aparece. E para que algo possa ser “gamificado”, é importante notar algumas regras do design de jogos que precisam ser compreendidas.

Sobre isso, Salen e Zimmerman (2012, p. 26) descrevem as seis principais regras do jogo como sendo “1. As regras limitam a ação do jogador. 2. As regras são explícitas e inequívocas. 3. As regras são compartilhadas por todos os jogadores. 4. As regras são fixas. 5. As regras são obrigatórias. 6. As regras são repetíveis”. Embora alguns jogos não possuam todas essas regras gerais, a maioria delas se faz presente. Ainda sobre essas regras, os autores afirmam que o mais importante para que um jogo tenha sucesso é o aprendizado e a motivação que ele traz, justamente esses dois aspectos que também são imprescindíveis na gamificação de uma atividade.

A gamificação, termo em português para *gamification*, de um modo geral, pode ser definida como um método que se utiliza de aspectos do campo do design de jogos para diversas situações do cotidiano, embora existam muitas vertentes do que a palavra em si significa. Conforme Alves (2014, p. 12), a gamificação é entendida como um “processo de levar as características presentes no jogo para a busca de solucionar problemas, em diferentes situações, principalmente as que envolvem e seduzem o sujeito para consumir novos produtos”. Ou seja, por meio de

características que estão presentes em jogos, envolver o público para outros objetivos além daqueles da disputa.

Ainda sobre o conceito do termo, Burke (2015) afirma que a gamificação “cria modelos de envolvimento completamente novos. Seu alvo são as novas comunidades de pessoas e o objetivo é motivá-las para que atinjam metas que elas próprias desconhecem”. Desse modo, ao empregar técnicas próprias de jogos em atividades do cotidiano, é possível que o sentimento existente ao participar de um jogo seja transferido para essas atividades, de modo a torná-las mais prazerosas e lúdicas.

Fortalecendo essas definições, Vianna, Medina e Tanaka (2013) debatem que um dos princípios da gamificação é explorar emoções atreladas aos jogos, por meio de recompensas, sejam elas físicas ou virtuais. Com isso, ela está diretamente relacionada à criação, em estimular o comportamento dos indivíduos de forma que sua experiência com um produto/serviço seja modificada.

Para Kapp (2012), o *game thinking*, ato de pensar baseado nas estruturas e processos de um jogo, é o mais importante aspecto da gamificação, já que transforma uma atividade corriqueira em algo pertencente ao universo dos jogos. Com isso, os exercícios agregam características peculiares ao ato de jogar, como a competitividade, a cooperação e a narrativa. Segundo o autor, a gamificação é formada por quatro pilares que têm como base os jogos, a mecânica, a estética e o *game thinking*.

Explicando esses quatro princípios, Kapp (2012) aborda que o primeiro tem a ver com a criação de um ambiente em que as pessoas queiram dedicar tempo, pensamento e energia, com interatividade e *feedbacks* que gerem uma resposta emocional. O segundo princípio é o das mecânicas, que seriam as regras principais do processo de gamificação. O terceiro é o da estética, já que a maneira como se é apresentado o produto tem relação direta com o sentimento usuário. E o último é a forma de transformar uma tarefa, que poderia ser monótona, em uma atividade motivadora, com objetivos, disputa, cooperação.

Trazendo também esses princípios, Alves, Minho e Diniz (2014, p. 80) asseguram que, em se tratando da gamificação, “existem características comuns que possibilitam a imersão e o engajamento das pessoas: desafio, metas, *feedback*, premiação e, principalmente, práticas colaborativas e cooperativas”. Desse modo, a gamificação não tem como objetivo maior uma recompensa material, mas sim algo mais colaborativo e coletivo.

Também, tratando sobre qual o sentimento que a gamificação pode proporcionar em diversas áreas, Alves (2014, p. 103) afirma que “o prazer de ser desafiado para solucionar um problema e ser recompensado por isso, que é a essência da estrutura de um jogo, vem sendo levado para diferentes contextos objetivando engajar os sujeitos em distintas ações”. Isto é, o envolvimento do indivíduo com aquilo “gamificado” se torna maior, uma vez que ao atingir determinado objetivo ele será recompensado.

Dito isso, Burke (2015) afirma que, para ele, é importante ressaltar que a gamificação vai além do divertimento ou distração. Para ele, “a gamificação está mais centrada na ciência da motivação”, isto é, não está atrelada ao fato do jogo em si, mas sim das características e emoções presentes nesse tipo de atividade e que podem auxiliar no engajamento e no cumprimento de uma determinada tarefa.

Considerando essas informações, nota-se que a gamificação, quando possui interações lúdicas e relevantes pode ajudar a atrair tanto pessoas que já são familiares com jogos quanto as menos experientes a participar de outros processos gamificados, já que “quando a interação lúdica ocorre, ela pode transbordar e dominar a estrutura mais rígida na qual está ocorrendo, gerando resultados emergentes e imprevisíveis. Às vezes, na verdade, a força da interação lúdica é tão poderosa que pode mudar a própria estrutura” (SALEN; ZIMMERMAN, 2012, p. 27). Desse modo, a gamificação se mostra importante tanto para quem já faz parte do universo dos *games*, tanto para quem não é, mas que, ao ser inserido em um ambiente com características de jogos, sente-se atraído a cumprir tarefas.

Para auxiliar nesse processo, são trazidos conceitos do design como elementos estéticos e experiência de usuário, buscando esses elevarem a interação e imersão do jogador, criando um universo coeso no qual mecânicas e visuais se complementam para a criação de um jogo. Através desse conjunto, a gamificação, combinada às lendas da mitologia tupi-guarani, permite que as suas histórias sejam transmitidas e aprendidas de maneira mais lúdica e interativa.

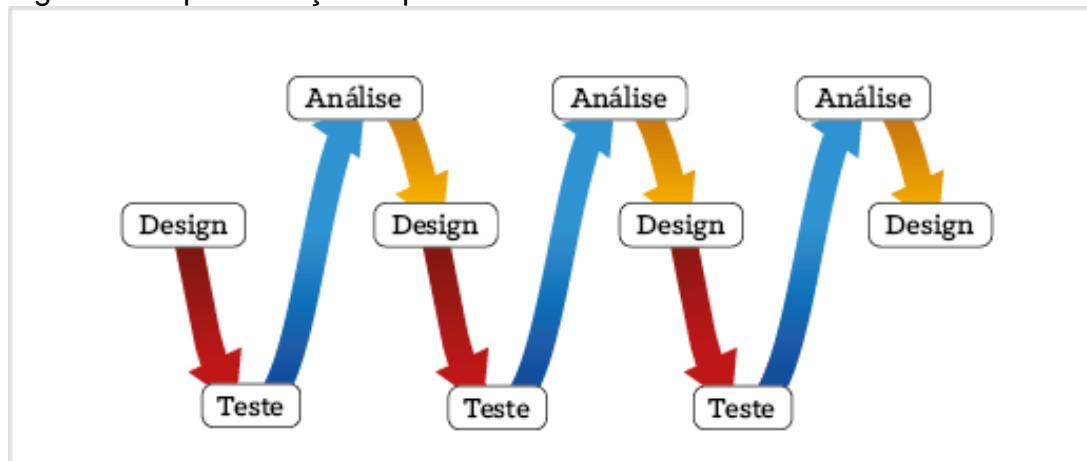
4 METODOLOGIA PROJETUAL

Com os conceitos de gamificação estudados, é importante a presença de um sistema que permita a organização e desenvolvimento do projeto. Foi então escolhida uma metodologia destinada a criação de jogos, proposta por Zimmerman

(2003), cuja importância se destaca pela infinidade de iterações que podem estar presentes em seu ciclo, permitindo uma refinação constante das mecânicas.

Zimmerman (2003) propõe a utilização de um ciclo iterativo destinado à criação de jogos composto por três etapas: design, teste e análise, que estruturam o desenvolvimento do projeto através de objetivos repetíveis. Apesar de seu processo se assemelhar ao de um movimento cíclico em seu padrão de repetições, a metodologia poderia ser melhor representada por uma espiral crescente, como na figura 1, visto que, após a refinação do produto analisado, ele não retornará à antiga prototipação, mas sim a uma nova, com as iterações aplicadas.

Figura 1: Representação espiral.



Fonte: Baseado em Zimmerman (2003)

4.1 DESIGN

Esta etapa da metodologia tem como foco o desenvolvimento do jogo em si, a criação de regras e mecânicas que serão futuramente prototipadas e alteradas ao decorrer do percurso espiral.

4.2 TESTE

Após o primeiro conjunto de regras estar preparado, estas precisam ser submetidas a testes. Nesta fase, serão aplicadas as prototipações com o grupo de usuários escolhidos, observando o comportamento e a interação destes com o produto.

4.3 ANÁLISE

Ao final do ciclo, as informações coletadas durante os testes são analisadas, destacando as mecânicas do jogo que necessitam de alterações para que o ciclo continue.

5 GAMIFICANDO O FOLCLORE

O primeiro passo para o desenvolvimento das mecânicas de um jogo é a definição do caminho que será tomado durante esse processo. Essas escolhas consistem de características básicas que devem ser consideradas previamente à criação das regras que darão identidade ao jogo. Ele será digital ou analógico? Cooperativo ou competitivo? Qual será seu público alvo?

A partir disso, foi definido que o jogo seria composto por cartas, analógico, competitivo, e destinado a um público jovem-adulto. O mesmo envolve questões mais estratégicas, inspirado em jogos como *Yu-gi-oh*⁵, *Magic: the gathering*⁶ e *Gwent*⁷.

Para a criação das cartas, foi necessário escolher os personagens e mitos que seriam representados dentro do jogo. Com isso, foram escolhidas figuras importantes do folclore, como Tupã, Jaci e Guaraci. Também monstros lendários, como Teju Jagua, Moñai e Luison. E, de forma a destacar a presenças dessas cartas lendárias, foram criados *cards*⁸ baseados na fauna comum aos povos tupi-guarani como jararacas, piranhas e onças.

A história desses personagens está presente nas cartas por meio de suas mecânicas e habilidades. Essas conversam com características peculiares a cada um deles, junto com pequenos textos explicativos e *cards* de magia, baseados em criaturas da mitologia tupi-guarani.

Para a criação das mecânicas do jogo, levou-se em consideração os seis princípios da gamificação de Salen e Zimmerman (2012) citados anteriormente.

⁵ Presente em <https://www.yugioh-card.com/lat-am/pt/index.html>

⁶ Presente em <https://magic.wizards.com/pt-br>

⁷ Presente em <https://www.playgwent.com/pt-BR>

⁸ Termo utilizado por jogadores deste estilo para se referir as cartas.

5.1 DESIGN I

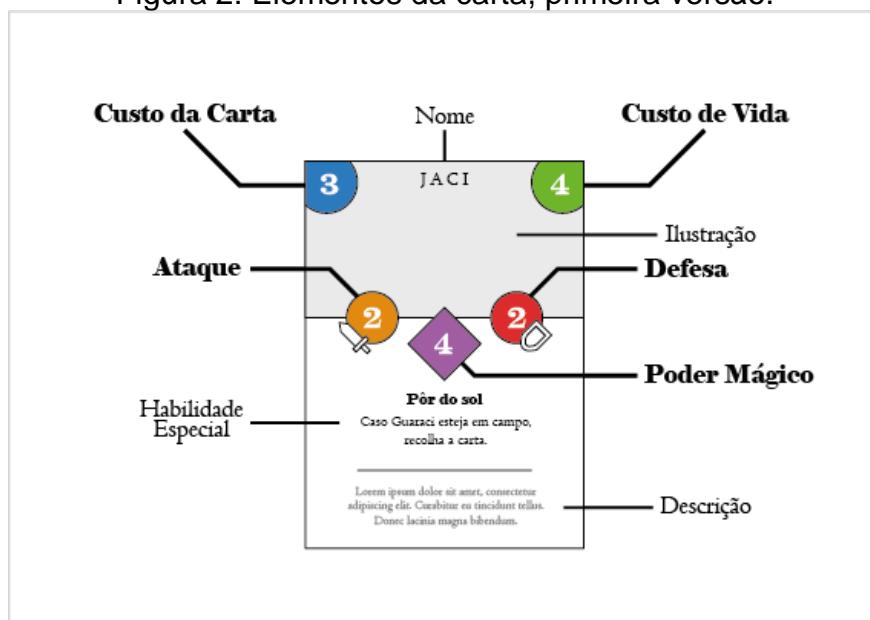
Com os princípios do jogo estabelecidos, começou o desenvolvimento da primeira iteração do jogo, iniciando a metodologia espiral de Zimmerman (2003). Nessa primeira versão o jogo teve o seguinte conjunto de regras.

5.1.1 Informações Iniciais

Um jogo seria realizado entre dois jogadores, cada um possuindo um total de 25 pontos de vida, tendo como objetivo principal reduzir os pontos de vida do oponente à zero. Para conseguir isso, os jogadores usam as suas cartas para atacarem o oponente e defender os seus pontos de vida.

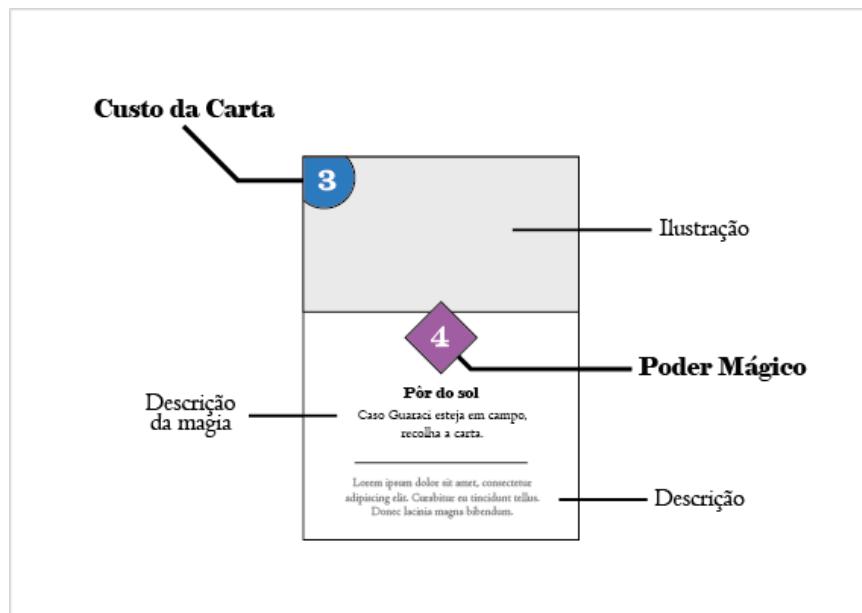
Existem dois tipos de *cards*: cartas de personagens e de magias. Elas possuem as informações necessárias para o decorrer da partida, cada carta possuindo valores e habilidades distintos. O custo da carta define quantos pontos, dos sete disponíveis, seriam gastos no turno para utilizar a carta. Já o custo de vida é o total de pontos de vida perdidos caso a carta seja eliminada. O valor de ataque define o poder de ataque da carta e o valor de defesa define quanto poder de ataque essa carta pode aguentar. O nível de poder mágico define quais cartas de magia podem ser lançadas.

Figura 2: Elementos da carta, primeira versão.



Fonte: Do autor (2019)

Figura 3: Carta de magia, primeira versão



Fonte: Do autor (2019)

5.1.2 Atacar e Defender

Ao posicionar uma carta na mesa, essa terá que aguardar um turno para que possa realizar um ataque. Após essa espera, cada carta de personagem poderá atacar uma vez por turno.

Ao ordenar uma carta ao ataque, ambos os *cards* trocam golpes. Para que um ataque tenha sucesso, o nível de ataque da carta atacante deve ser superior à defesa do *card* oponente. Caso a carta que esteja sendo atacada também possua um nível de ataque maior que a sua defesa, sua carta também será destruída.

Um jogador pode atacar diretamente os pontos de vida do oponente caso ele não possua nenhuma carta em campo.

5.1.3 Habilidades Especiais

Algumas cartas possuem habilidades especiais, que permitem que elas realizem ações especiais dentro do jogo, como por exemplo Guaraci e Jaci. Essas possuem, respectivamente, a habilidade Nascer do sol e Pôr do sol, que não permitem que o jogador possua as duas em jogo ao mesmo tempo.

Essas *skills*⁹ podem ser passivas ou ativas. Passivas estão constantemente em efeito durante o jogo, como a habilidade bruxaria, que reduz o custo de magias enquanto Cuca estiver em campo. Já as ativas podem ser ativadas uma vez por turno, como investida, que permite Ao Ao atacar diretamente os pontos de vida do oponente, ignorando as cartas em campo.

5.1.4 Cartas de Magia

Magias possuem o mesmo sistema de custo dos outros *cards*, porém, a única informação é seu poder mágico. Esse número define se ela poderá ser utilizada ou não no seu turno.

Uma carta de magia só poderá ser utilizada caso haja um *card* de personagem com um nível de poder mágico igual ou superior ao seu.

5.1.5 Iniciando um jogo

Ao início de uma partida, os jogadores receberiam cinco cartas de seu *deck*¹⁰, composto por um total de trinta cartas, como mão inicial. Também receberiam sete pontos de custo, que seriam utilizados para que as cartas possam ser colocadas em campo – esses pontos seriam totalmente recuperados ao início do seu próximo turno.

5.1.6 Fluxo do turno

Com os pontos de custo recuperados, o jogador inicia o turno comprando uma carta de seu *deck*. Então, se posicionam os personagens desejados e utilizam as cartas de magia dentro do seu custo máximo. Após o posicionamento, são feitos os ataques e são utilizadas as habilidades desejadas.

Com essas ações feitas, o turno chegará ao final e esse ciclo seria feito múltiplas vezes até que os pontos de vida de um dos jogadores alcancem zero.

⁹ Termo utilizado por jogadores para se referir à habilidades.

¹⁰ Grupo de cartas utilizados para o jogo.

5.2 TESTE I

Com o primeiro conjunto de regras definido, foi desenvolvido um *layout* simples no qual as cartas foram inseridas e então impressas para que o teste pudesse ser realizado. Nesse primeiro contato com as mecânicas, três participantes foram introduzidos às regras através de uma explicação e demonstração.

Cada jogador recebeu um *deck* composto pelas mesmas 30 cartas. Com o início dos testes, foram percebidas certas dificuldades no entendimento de algumas mecânicas, mais especificamente, o custo de vida e o custo de carta estavam sendo confundidos constantemente.

O sistema de custo de cartas se revelou ligeiramente irrelevante para o ciclo estabelecido na jogabilidade. Percebeu-se também que as cartas possuíam informações demais que dificultaram o entendimento e deixaram o jogo menos fluído.

5.3 ANÁLISE I

A partir das informações coletadas com a prototipação, foram tomadas decisões a respeito dos pontos problemáticos na jogabilidade. As mecânicas de custo de vida e custo de carta são as que mais necessitam de alterações em como operam dentro do jogo. Também foi destacada a urgência em um balanceamento melhor entre valores de ataque, defesa e poder das cartas existentes para que existam mais opções de jogadas em um turno.

Em relação a mecânicas de habilidades e magias, os testes obtiveram resultados positivos, somente destacando a necessidade de simplificação de certas habilidades, para uma compreensão mais rápida.

5.4 DESIGN II

Iniciando um novo ciclo na metodologia de Zimmerman (2003), retorna-se a etapa de design de regras. Algumas das alterações necessárias estão presentes no sistema de custo das cartas, por ter se mostrado uma mecânica pouco pertinente e também a simplificação do custo de vida, por ser uma regra que gerou confusão.

5.4.1 Alterações

A mecânica de custo foi substituída por uma nova, chamada presença, na qual cada *card* de personagem possui um determinado valor, e a soma desse não pode ser superior a doze. Após a remoção dos custos, cartas de magia passaram a possuir apenas seu nível de poder mágico como barreira.

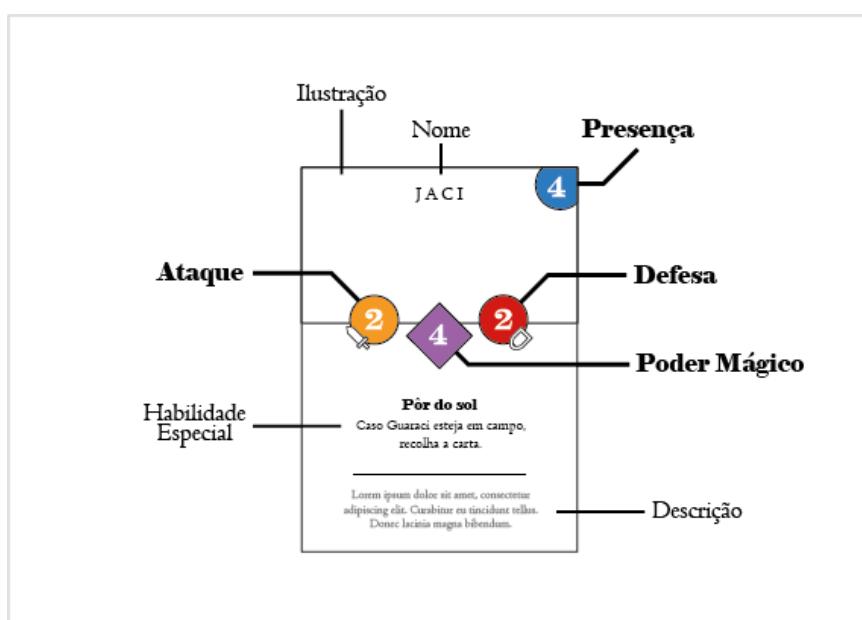
O custo de vida passou a ser equivalente ao valor de defesa do *card*. Portanto, esse valor será subtraído dos pontos de vida do oponente ao eliminar uma carta.

Junto com essas alterações, foi realizado um novo balanceamento dos valores de todas as cartas, visto que algumas estavam fortes demais para serem destruídas ou muito fracas para serem úteis.

5.4.2 Adições

Foi adicionada a possibilidade de realizar ataques combinados, somando o poder de ataque de duas cartas, para eliminarem um alvo que possua pontos de defesa muito altos com mais facilidade, destacando que todos os *cards* presentes nesse golpe estão submetidos à serem destruídos pelo poder de ataque do defensor.

Figura 4: Elementos da carta, segunda versão.



Fonte: Do autor (2019)

5.5 TESTE II

Com o segundo conjunto de regras definido, foi adaptado o *layout* anterior às novas mecânicas das cartas e então reimpressas para que um novo teste pudesse ser feito. Nessa segunda prototipação, foram chamadas duas novas pessoas para testarem o novo conjunto de regras.

Após a distribuição das cartas, as novas dinâmicas foram explicadas e os participantes iniciaram a partida. Durante este teste, foi observado que essas novas regras permitiram que os aspectos que estavam sendo problemáticos na versão anterior foram aperfeiçoados, possibilitando uma experiência mais dinâmica.

Ainda nessa prototipação, observou-se a necessidade de um ajuste fino nos valores presentes nas cartas para um melhor balanceamento, garantindo que não existam cartas extremamente fortes no jogo, abrindo espaço para uma diversidade maior de estratégias.

5.6 ANÁLISE II

Através do *feedback* recebido na etapa anterior, notou-se que o sistema de mecânicas do jogo estava funcionando de maneira satisfatória com a remoção das características problemáticas anteriormente analisadas. A maior dificuldade presente no processo é alcançar o balanceamento ideal dos valores de ataque, defesa e poder mágico.

Esse balanceamento é um processo que quaisquer jogos que apresentem a capacidade para mais de um jogador enfrentam como constante problema e são repetidamente analisados e consertados. Jogos digitais possuem a vantagem de poderem ser atualizados, mas quanto a jogos analógicos são necessários ajustes mais finos para que a versão final seja a mais satisfatória possível.

5.7 VERSÃO FINAL

A versão final da carta foi desenvolvida com base nos últimos testes e também considerando os princípios de Salen e Zimmerman (2012) e também nos quatro pilares apresentados por Kapp (2012).

Em relação a Salen e Zimmerman (2012, p.26), “1. As regras limitam a ação do jogador. 2. As regras são explícitas e inequívocas. 3. As regras são compartilhadas por todos os jogadores. 4. As regras são fixas. 5. As regras são obrigatórias. 6. As regras são repetíveis”. Com base nesses princípios, foram criadas regras como o sistema de presença, que limitam a quantidade de cartas que um jogador pode ter em campo, e o nível de poder mágico que impede ele de utilizar magias mais fortes sem que antes ele cumpra o requisito necessário.

As regras do jogo foram pré-estabelecidas de modo que facilitem a compreensão de quem tenha o primeiro contato com o jogo. Todas as regras abrangem ambos os jogadores de uma partida e são repetíveis em novas rodadas.

Quanto as regras serem fixas e obrigatórias, existem as cartas de magia e habilidades especiais dos personagens que permitem que o jogador realize ações que seriam consideradas fora do círculo mágico, esse sendo o espaço no qual as regras existem, de acordo com Salen e Zimmerman (2012) e corroborado por Juul (2008).

Quanto aos pilares definidos por Kapp (2012), foi criado um ambiente que incentiva a criatividade e criação de estratégias utilizando as diferentes mecânicas e habilidades presentes no jogo, gerando uma sensação satisfatória quando essas estratégias possuem sucesso. Com mecânicas bem definidas e uma estética própria, tanto nas ilustrações, que possuem uma característica mais estilizada e traços mais rabiscados e cores intensas, quanto na diagramação das cartas que dão destaque à ilustração e às informações com elementos simplificados.

Em relação ao pilar do *game thinking*, são trazidos elementos da mitologia tupi-guarani para um universo gamificado, evocando suas histórias e personagens por meio das características do jogo. Dessa forma, através dos valores utilizados nas mecânicas de presença, ataque, defesa e magia, e também das habilidades especiais presentes em alguns *cards*, como Jaci e Guarac, que possuem habilidades que refletem sua história, como a relação de ambos com o dia e a noite.

Figura 5: Layout e versão final das cartas.



Fonte: Do autor (2019)

O formato e diagramação das cartas remete a jogos já existentes, na maneira como as informações são distribuídas dentro do *layout*. Essa escolha traz uma familiaridade com jogos já existentes. Também neste *layout*, os valores principais de cada carta são destacados através de formas e cores intensas, que contrastam com os outros elementos visuais da carta. Foram também adicionados signos, que representam uma espada e um escudo, para facilitar o reconhecimento das mecânicas. Para representar o poder mágico da carta, foi utilizado uma forma distinta das outras, visto que essa regra é a que possui mais identidade dentro do círculo do jogo e também para que as cartas de magia possam ser assimiladas com as de personagem com mais facilidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O folclore é uma parte rica da cultura brasileira. Por meio dos mitos, que tiveram suas origens dos povos indígenas e dos colonizadores, muitas histórias foram passadas de gerações em gerações. Por mais que essas narrativas estejam presentes no cotidiano e na memória da população, as imagens do folclore que são apresentadas são, de modo geral, representações lúdicas e que tendem ao público infantil.

Com isso, a gamificação e o design trazem ferramentas e princípios que auxiliam a tradução dessas histórias e mitos folclóricos para uma plataforma que permita suas informações serem transmitidas de maneira lúdica e interativa, facilitando seu entendimento. Também se ressalta a importância da metodologia proposta por Zimmerman (2003), que permite através de seu ciclo infinitamente repetível uma constante análise e melhora das mecânicas propostas dentro do jogo até um ponto em que seja julgado satisfatórios os resultados.

Observa-se que o processo dessa metodologia está presente não somente no mundo dos *games*, mas também em quaisquer produtos que possuam a necessidade de *feedback*. Ela também se dá muito útil pela simplificação das etapas, permitindo que o foco do processo se mantenha nas iterações do jogo.

Desse modo, pode-se perceber que, unindo as ferramentas que são abordadas pelo design e a gamificação, bem como as ilustrações, é possível representar o folclore de maneira mais adulta, sem que, para isso, se perca o lado de incentivo a criatividade e as sensações de satisfação que são trazidas quando um jogo está sendo jogado.

REFERÊNCIAS

ALVES, Lynn Rosalina Gama. A cultura lúdica e cultura digital: interfaces possíveis. In: **Entreldeias**. Salvador, v. 3, n. 2, p. 101-112, jul./dez. 2014.

ALVES, L. R. G.; MINHO, M.; Diniz, Marcelo . Gamificação: diálogos com a educação. In: Luciane Maria Fadel, Vania Ribas Ulbricht, Claudia Regina Batista e Tarcísio Vanzin.. (Org.). **Gamificação na educação**. 1ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014, v. 1, p. 73-95.

AMARAL, Amadeu. **Tradições Populares**. São Paulo: Hucitec. 1982.

BENJAMIN, Roberto. Conceito de folclore. In: **Projeto Encontro com o Folclore**. Campinas: Unicamp, s/d. Disponível em: <http://www.unicamp.br/folclore/Material/extra_conceito.pdf>. Acesso em: 28 mai. 2019.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é folclore**. São Paulo: Brasiliense. 1 ed. 1994.

BURKE, Brian. **Gamificar**: como a gamificação motiva as pessoas a fazerem coisas extraordinárias. São Paulo: DVS Editora, 2015.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Folclore do Brasil**. São Paulo: Global Editora. 3 ed. 2017.

_____. **Geografia dos Mitos Brasileiros**. São Paulo: Global Editora. 3 ed. 2010
CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro; VILHENA, Luís Rodolfo da Paixão. Traçando Fronteiras: Florestan Fernandes e a Marginalização do Folclore. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, 1990, vol. 3, n. 5, p. 75-92.

COMISSÃO NACIONAL DE FOLCLORE. 1951. **Carta do Folclore Brasileiro**. Rio de Janeiro: CNF.

_____. 1995. **Carta do Folclore** Brasileiro. Salvador: CNF.

DELBEM, Danielle Conte. Folclore, Identidade e Cultura. **UNAR**. Araras, 2007, vol. 1, n. 1, p. 19-25.

EDELWEISS, Frederico. **Apontamentos de Folclore**. Salvador: EDUFBA, 2001.

HUIZINGA, Johan. **Homo Iudens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2001.

JUUL, J. The Magic Circle and the Puzzle Piece. In: **The Philosophy Of Computer Games Conference**. 2008. Anais Potsdam: Potsdam University Press, 8-10 maio 2008.

KAPP, K. M. **The gamification of learning and instruction**: Gamebased methods and strategies for training and education. San Francisco: Pfeiffer, 2012.

MINDLIN, Betty. **O primeiro homem e outros mitos dos índios brasileiros**. São Paulo: CosacNaify, 2001.

PELLEGRINI FILHO, Américo (Org.). **Antologia do folclore brasileiro**. São Paulo: Edart, 1982. 387 p.

RIBEIRO, Berta G. **O índio na cultura brasileira**. 2. ed. Rio de Janeiro: Global, 1987.

RIBEIRO, João. **O Folclore**. Rio de Janeiro: Organizações Simões. 1969.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do jogo: fundamentos do design de jogos**. São Paulo: Blucher, 2012.4 v. (v.4)

THOMS, William John. **Folk-Lore – Folclore**. Londres: The Atheneum. 1846.
Disponível em: <https://www.unicamp.br/folclore/carta_folk.html>. Acesso em 28 mai. 2019.

VIANNA, Ysmar; VIANNA, Maurício; MEDINA, Bruno; TANAKA, Samara.
Gamification, Inc.: Como reinventar empresas a partir de jogos. MJV Press: Rio de Janeiro, 2013.

ZIMMERMAN, Eric. Play as Research: the interactive design process. In: LAUREL, Brenda. (Ed.) **Design Research: methods and perspectives**. Cambridge: MIT Press, 2003.