
As intertextualidades no jogo The BookWalker¹

Ketheryn FISTAROL²

Hilario Junior dos SANTOS³

Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó, SC

RESUMO

O atual artigo tem como principal objetivo apresentar as definições e o objeto de estudo da pesquisa em andamento de trabalho de conclusão de curso em Publicidade e Propaganda, que possui o propósito de mapear os processos de intertextualidades presentes no jogo The Bookwalker. Para isso se identificou como problemática: Como o jogo The Bookwalker estabelece relações intertextuais com a indústria criativa e que significados elas podem conter? Como fundamentação teórica e contextual, adotam-se os conceitos de jogos digitais (bem como terminologias sinônimas), intertextualidade, cultura remix e indústria criativa. A abordagem metodológica se baseia na ciência semiótica, mais especificamente, a semiótica discursiva proposta por Algirdas Julius Greimas (1917-1992).

PALAVRAS-CHAVE: Jogos Digitais; Intertextualidade; Cultura Remix; Indústria Criativa.

Introdução

Considerando que o desenvolvimento de diferentes tecnologias influencia diretamente nas formas de consumo do entretenimento, entendemos que desde os primórdios da humanidade os seres humanos buscam por meios de diversões e que eles se aprimoram com o passar do tempo. Por exemplo, o ato de contar histórias que eram passadas de geração para geração se transformou em manuscritos que preservaram cultura, economia e modo de vida de determinado povo, depois passou a ser contado por meio da literatura, do teatro e da música. Em 1895 a humanidade foi surpreendida com a primeira projeção de um filme, possibilitada pelos irmãos Louis e Auguste Lumière, e foi o cinema, com o ato de projetar na tela cenas que proporcionou o

¹ Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó, e-mail: kekafistarol@unochapeco.edu.br.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó, e-mail: hjs@unochapeco.edu.br.

desenvolvimento de inúmeros meios de entretenimento como os programas televisivos que, por sua vez, promoveu o surgimento das telas de computadores.

O primeiro jogo de computador foi criado pelo físico William Higinbotham em 1958, que simulava de forma bem simples um jogo de tênis (uma linha reta no meio – rede – e uma círculo – bola) e tinha como único objetivo entender o uso que poderia ser feito do computador ao qual estava manuseando. Em 1972, ocorreu o lançamento do Odyssey, o pioneiro console doméstico de videogame, cujo funcionamento dependia inteiramente da integração com a televisão. McLuhan (1974), propôs a teoria de que os meios de comunicação atuam como extensões do corpo humano, gerando mensagens, assim, os consoles de videogames que não se qualificam como meio de comunicação por si só, passam por uma ressignificação quando conectados a uma televisão, permitindo que o receptor controle a informação recebida pela tela da televisão.

Com o advento da internet o entretenimento se reconfigurou novamente. Trocamos longos piqueniques de conversas, por chamadas de vídeos online, o ato de consumir o cinema de forma presencial se tornou em escolher um filme em algum canal de streaming, clubes de livros se transformaram em grupos ou comunidades em redes sociais, os jogos passam a ser consumidos em grande escala e vistos como um “passatempo”. A internet, um local que Pierre Lévy (2003), denominou como ciberespaço, concentra infinitas informações, portanto, os meios digitais passaram a ser enciclopédicos:

Tão importante quanto a enorme capacidade dos meios eletrônicos é a expectativa enciclopédica que eles induzem. Uma vez que toda forma de representação está migrando para o formato eletrônico e todos os computadores do mundo são acessíveis entre si, podemos agora conceber uma única e compreensível biblioteca global de pinturas, filmes, livros, jornais, programas de televisão e banco de dados, uma biblioteca acessível de qualquer parte do globo (Murray, 2003, p. 88).

Em junho de 2023 a TinyBuild (desenvolvedora de jogos) lançou o jogo The Bookwalker: Thief of Tales. Com uma trama envolvente conta a história de Etienne, um escritor condenado pela justiça literária por um crime, cuja sentença foi receber algemas as quais o impossibilitou de escrever durante 30 anos. O personagem logo descobre que o tempo que recebeu como punição é longo e, para não perder a profissão que escolheu para sua vida, recebe uma proposta de adentrar ("fisicamente") em cinco universos literários e roubar objetos importantes deles. Logo a sua narrativa foi aplaudida pelos

jogadores: “Como escritor, a aventura pareceu pessoal e instigante. A trama é bem escrita, o clima é envolvente e o protagonista é carismático e cheio de virtudes e defeitos, assim como todos nós”, comenta um jogador na comunidade do jogo da Steam (Steam, 2024)⁴.

Diante do exposto, tem-se como problema de pesquisa: Como o jogo The Bookwalker estabelece relações intertextuais com a indústria criativa e que significados elas podem conter? Para explorar o problema de pesquisa se levantou três questões de pesquisa: de que maneira o jogo The Bookwalker manifesta os princípios da Cultura Remix, e como essa manifestação se relaciona com os aspectos da indústria criativa? Qual é a abordagem do jogo em relação à integração e representação da publicidade dentro de seu contexto narrativo e estético? O que são os jogos indies e como eles podem ser pensados para as temáticas envolvendo a intertextualidade entre universos artísticos diversos?

O projeto se justifica pessoalmente pelos jogos serem uma grande paixão da pesquisadora e a concretização de uma decisão tomada a alguns anos "Eu vou trabalhar e pesquisar sobre jogos". No campo social, se justifica por analisar e debater os jogos dentro de um contexto de desenvolvimento de habilidades sociais e criativas. Para as áreas de Publicidade e Propaganda ambas as habilidades são fundamentais para a atuação profissional e também para a participação do profissional publicitário dentro de uma cadeia social, em que possua protagonismo e seja um agente social de transformação. Além de propor e analisar o acesso democratizado dos jogos a diversas classes sociais, buscando maneiras de incentivo para que mais pessoas possam ter acesso aos mesmos.

Não foram encontrados pesquisas científicas⁵ sobre o jogo em questão, portanto, o projeto se justifica cientificamente por analisar um tema que ainda não foi explorado pelo curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó, e agregar a todos os outros estudos relacionados a intertextualidades, cultura remix e jogos.

Jogos Digitais e The Bookwalker

⁴ Disponível em: https://store.steampowered.com/app/1432100/The_Bookwalker_Thief_of_Tales/. Acesso em: 29 maio 2024.

⁵ Foram utilizadas plataformas online Google Acadêmico, CAPES, IBICT e ScieLO. Também o repositório de publicações do curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó.

Os brasileiros dedicam cada vez mais tempo ao consumo de jogos digitais⁶. De acordo com a Pesquisa Game Brasil (2024), que visa investigar o perfil demográfico, sociocultural e comportamental dos consumidores de jogos digitais no país, 73,9% dos brasileiros têm o hábito de consumir jogos digitais, e 85,4% destes afirmam que os jogos estão entre suas principais formas de diversão (Pesquisa Game Brasil, 2024). Compreendendo a relevância dessa forma de entretenimento, é crucial entender o que são jogos e jogos digitais e a diversidade existente nesse campo.

Quando adentramos no termo “jogos” de uma forma mais genérica encontramos inúmeras conceitualizações, sob diversos olhares diferentes, no livro “Design de cenários de videogames” Tavares (2022), apresenta o termo como:

Consideram-se jogos aqueles que podem ser jogados em computador, videogame, tabuleiro, papel e nas mais diversas superfícies. Embora existam diferentes modalidades, é possível identificar três elementos comuns entre essas produções: 1) regras, 2) interações e cultura e 3) trabalho. Os três aspectos, juntos, possibilitam aos jogadores uma experiência significativa nesse mundo virtual (Tavares, 2022, p. 15).

Restringindo mais o termo para “jogos digitais” os autores apresentam jogos digitais como:

Sob uma ótica mais pragmática, Battaiola [6] afirma que o jogo eletrônico é composto de três partes: enredo, motor e interface interativa. O enredo define o tema, a trama, os objetivos do jogo e a seqüência com a qual os acontecimentos surgem. O motor do jogo é o mecanismo que controla a reação do ambiente às ações e decisões do jogador, efetuando as alterações de estado neste ambiente. Por fim, a interface interativa permite a comunicação entre o jogador e o motor do jogo, fornecendo um caminho de entrada para as ações do jogador e um caminho de saída para as respostas audiovisuais referentes às mudanças do estado do ambiente (Battaiola, 2003 *apud* Lucchese; Ribeiro, 2009, p. 7).

Para a construção desses ambientes virtuais imersivos existem vários tipos de jogos, uma diversidade de formatos e jogabilidade, para todos os tipos e gostos, com a finalidade de atrair os mais variados tipos de jogadores. Existem 3 grandes grupos principais de jogos digitais: os jogos para *desktop*⁷, jogos de console e jogos de celular.

Os jogos digitais para *desktop*, são aqueles que foram pensados e construídos para serem jogados tendo computadores como facilitadores. Os jogos digitais de

⁶ Os autores ainda divergem sobre qual nomenclatura utilizar, sendo que podemos encontrar: jogos eletrônicos, jogos digitais, jogos de videogame e até mesmo jogos virtuais. Para a atual pesquisa utilizaremos jogos digitais.

⁷ Tradicionalmente conhecido por jogadores como: jogos de PC.

consoles são os que conhecemos popularmente pelos nomes das marcas: Playstation, Xbox e Super Nintendo. Por fim, os jogos digitais de celulares – ou jogos *mobile* – são aqueles jogados de qualquer lugar, ambiente ou período, por ser consumido via celulares. No Brasil os jogos são mais consumidos por mulheres, que equivalem a 50,9% de todos os jogadores, 61% destas jogadoras preferem consumir jogos de celulares, 38,5% jogos de console e 33,1% jogos de computadores. Já entre os homens os jogos mais consumidos são de computadores 9%, depois jogos de console com 61,5% e por fim jogos de celular com 39% (Pesquisa Game Brasil, 2024).

Dentro da categoria de jogos de computadores encontramos inúmeros gêneros, em geral todos necessitam de internet para serem baixados, porém, nem todos precisam do acesso à internet para serem jogados. Os principais são: os jogos digitais de ação, que consiste no jogador controlar o personagem por momentos frenéticos como lutas e tiroteios. Os jogos de aventura que possuem uma história elaborada e vivida através das fases, e para isso acontecer o jogador ao conduzir o personagem precisa desvendar mistérios, dialogar com personagens⁸, encontrar itens, ou seja, um universo que para chegar ao fim, precisa passar por inúmeros desafios. Os jogos de estratégia, onde o jogador precisa utilizar de métodos inteligentes para resolver problemas e sair vitorioso. Jogos online, neste gênero os jogadores jogam contra outros jogadores para atingir um determinado objetivo. Por fim os jogos de simulação, onde sua maior proposta é simular situações ou universos reais, aqui encontramos jogos de esportes, carros ou simuladores de vida.

O jogo *The Bookwalker* enquadra-se no gênero aventura e é estruturado em dois grandes momentos distintos (Steam, 2024)⁹. No universo “real” do personagem, o jogo é baseado em uma perspectiva de primeira pessoa, onde o jogador tem a visão de como se fosse o próprio personagem. O controle do movimento é feito através das teclas W, A, S e D, que permitem avançar, mover-se para os lados e recuar. Além disso, o mouse é utilizado para direcionar o olhar do personagem e interagir com objetos ao clicar com o botão esquerdo. Dentro dos livros, a perspectiva muda completamente para a terceira pessoa, oferecendo ao jogador uma visão panorâmica do ambiente, posicionando-o como um observador, o que se denomina como jogos isométricos. A movimentação

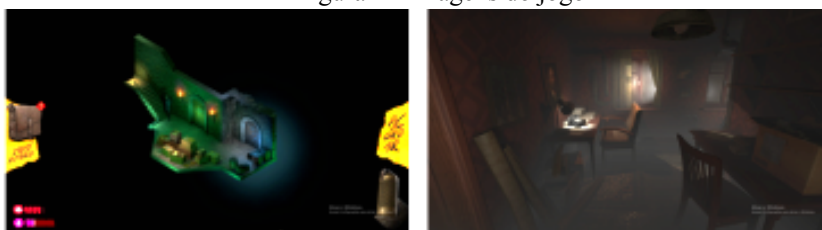
⁸ Os conhecidos *NPCs*: “*Non Playable Character*” (“personagem não jogável”, em tradução livre).

⁹ Disponível em: https://store.steampowered.com/app/1432100/The_Bookwalker_Thief_of_Tales/. Acesso em: 29 maio 2024.

neste contexto é realizada via *point and click*¹⁰. Durante a exploração dos livros, o personagem encontra combates com seres e animais, que são prolongados em um sistema de turnos. Nesse formato, o jogador controla as ações do personagem durante seu turno, enquanto os inimigos agem nos turnos subsequentes.

O jogo como um todo é estimulante e cativante, com uma narrativa linear e misteriosa, que ao longo da trama vai se desvendando, permite ao jogador utilizar de sua imaginação para resolver quebra-cabeças e corriqueiramente instiga debates éticos e morais.

Figura 2 - Imagens do jogo



Fonte: Captura de tela realizada pela autora, (2024).

Cultura Remix e Intertextualidades

Corriqueiramente ao consumirmos diversos conteúdos nos deparamos com o sentimento de “*déjà vu*”, e passamos por situações em que nos perguntamos: onde que eu já vi isso antes? Uma visão sobre este fenômeno, de reconhecer elementos visuais, sonoros e textuais de outras obras e produções já existentes para criar uma nova, é que se denomina como “cultura remix” e entra em interface com o conceito de intertextualidade abordado aqui. “Uma atividade global que consiste da troca de informação criativa e eficiente, possibilitada pelas tecnologias digitais. Remix é sustentado pela prática do cortar/copiar e colar” (Navas, 2012, p. 65, tradução nossa).

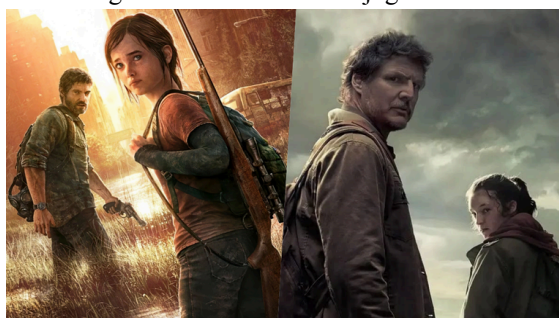
O remix ganhou força nas décadas de 1960 e 1970, com o avanço da tecnologia musical, quando passou a ser mais acessível reproduzir e copiar trechos de música com qualidade. Logo o termo passa a ser utilizado em imagens estáticas e texto, podendo ser remixado vários gêneros culturais (Instituto de Estudos da Linguagem, 2024). Nos dias atuais, a cultura remix se torna exponencial a partir do momento que quase tudo está digitalizado e é facilmente capturado, adaptado, apropriado, ou seja, “remixado” para produzir novas narrativas. Esta concepção é parte uma constatação do contexto atual de mistura possibilitada pelas mídias digitais, parte um tema polêmico sobre a ausência de

¹⁰ (“Apontar e clicar” em tradução livre) é preciso explorar o cenário com a ajuda do mouse.

criatividade, que pode ser vista na indústria cinematográfica, por exemplo, os *live-actions* são filmes que utilizam atores e atrizes reais para interpretar os personagens, diferentemente das animações. Atualmente, o termo tornou-se conhecido como produções que trazem para a tela obras originalmente criadas como animações, e interpretadas por atores e atrizes reais. Exemplos notáveis dessa tendência incluem grandes clássicos de bilheteria, "Mulan", "101 Dálmatas", "Mogli: O Menino Lobo", "Scooby-Doo", "Malévola", diversas adaptações de "Cinderela", "Alice no País das Maravilhas" e "A Bela e a Fera". Esses filmes ilustram como o cinema contemporâneo tem revisitado e reformulado produções já existentes.

Ainda sobre a cultura remix presente no mercado audiovisual, porém, relacionando com jogos, nos deparamos com produções que se apropriam de narrativas presentes em jogos digitais para a criação de novas obras audiovisuais. Em 2023 a HBO Max lançou a *série The Last os Us*, que logo se consolidou como a mais assistida na Europa e América Latina da plataforma de *streaming* (De Splash, 2023). A série é baseada no jogo digital *The Last of Us* lançado em 2013 pela Sony e produzido pela empresa *Naughty Dog*. Logo os fãs do jogo puderam notar como a série se manteve idêntica ao jogo, desde o laço afetivo entre os personagens, até a direção de fotografia. Com uma narrativa emotiva e instigante, coloca o jogador dentro de um universo distópico dominado por zumbis, assim o controle do personagem é para a sobrevivência.

Figura 3 - The Last of Us jogo e série



Fonte: Retirado do site Canaltech, (2023)¹¹

Juntamente com a cultura remix o atual trabalho tem o conceito de intertextualidade como seu norteador. O termo Intertextualidade surge na área de linguísticas, “Julia Kristeva (1980) foi a primeira a usar o termo intertextualidade”

¹¹ Disponível em:
<https://canaltech.com.br/entretenimento/the-last-of-us-comparacao-mostra-como-serie-e-fiel-ao-jogo-236204/>.
Acesso em: 4 jun. 2024.

(Silva; Caiado, 2014), “O termo surgiu no meio da crítica literária. Nos anos de 1960, na França, grandes teóricos se reuniram para publicar uma revista que representa um novo paradigma para os estudos literários: TEL QUEL” (Allen, 2000). Logo o termo se populariza e passa a ser utilizado por outros autores. Para Koch (2002, p. 42):

A intertextualidade compreende as diversas maneiras pelas quais a produção/recepção de um dado texto depende do conhecimento de outros textos por parte dos interlocutores, ou seja, dos diversos tipos de relações que um texto mantém com outros textos. Devido à sua grande relevância para a construção do sentido, será estudada em item à parte.

Para a autora existem dois tipos de intertextualidades: a explícita e a implícita:

A intertextualidade será explícita quando, no próprio texto, é feita menção à fonte do intertexto, como acontece nas citações, referências, menções, resumos, resenhas e traduções, na argumentação por recurso à autoridade, bem como, em se tratando de situações de interação face a face, nas retomadas do texto do parceiro, para encadear sobre ele ou contraditá-lo. Por outro lado, a intertextualidade será implícita quando se introduz no texto intertexto alheio, sem qualquer menção da fonte, com o objetivo quer de seguir-lhe a orientação argumentativa, quer de colocá-lo em questão, para ridicularizá-lo ou argumentar em sentido contrário (Koch, 2002, p. 146).

Assim, ao analisar as intertextualidades de uma produção precisamos compreender que o espectador já possui uma base de conhecimento sobre outras produções, neste caso a pesquisadora, também que consiga diferenciar as duas formas de intertextualidades. É importante ressaltar que devido o consumo de outras produções poder ser diferente de pessoa para pessoa, cada espectador pode encontrar intertextualidades diferentes de uma mesma produção. Além desta, existem mais classificações para a Intertextualidade, as quais conhecemos tradicionalmente como citação, alusão, paródia, paráfrase.

Indústria Criativa

Segundo Bendassolli *et al.* (2009), no trabalho intitulado “Indústrias Criativas: Definição, Limites e Possibilidades”, ao investigarem a definição do termo "indústria criativa", consultaram diversos autores e explicações. Com base nessa pesquisa, construíram um quadro que compila essas definições:

Figura 7 - Quadro definições de Indústrias criativas

Quadro 1 – Definições de indústrias criativas

DEFINIÇÃO	REFERÊNCIAS
"Atividades que têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais)."	DCMS (2005, p. 5)
"A idéia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIs) e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores-cidadãos interativos."	Hartley (2005, p. 5)
"Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo 'indústria criativa' a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual."	Howkins (2005, p. 119)
"[Indústrias criativas] produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio. São indústrias guiadas por um regime de propriedade intelectual e [...] empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação. Em geral, existe uma espécie de acordo que as indústrias criativas têm um <i>core-group</i> , um coração, que seria composto de música, audiovisual, multimídia, <i>software</i> , <i>broadcasting</i> e todos os processos de editoria em geral. No entanto, a coisa curiosa é que a fronteira das indústrias criativas não é nítida. As pessoas utilizam o termo como sinônimo de indústrias de conteúdo, mas o que se vê cada vez mais é que uma grande gama de processos, produtos e serviços que são baseados na criatividade, mas que têm as suas origens em coisas muito mais tradicionais, como o <i>craft</i> , folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias de <i>management</i> , de informática para se transformarem em bens, produtos e serviços de grande distribuição."	Jaguaribe (2006)
"As indústrias criativas são formadas a partir da convergência entre as indústrias de mídia e informação e o setor cultural e das artes, tornando-se uma importante (e contestada) arena de desenvolvimento nas sociedades baseadas no conhecimento [...] operando em importantes dimensões contemporâneas da produção e do consumo cultural [...] o setor das indústrias criativas apresenta uma grande variedade de atividades que, no entanto, possuem seu núcleo na criatividade."	Jeffcult (2000, p. 123-124)
"As atividades das indústrias criativas podem ser localizadas em um <i>continuum</i> que vai desde aquelas atividades totalmente dependentes do ato de levar o conteúdo à audiência (a maior parte das apresentações ao vivo e exibições, incluindo festivais) que tendem a ser trabalho-intensivas e, em geral, subsidiadas, até aquelas atividades informacionais orientadas mais comercialmente, baseadas na reprodução de conteúdo original e sua transmissão a audiências (em geral distantes) (publicação, música gravada, filme, <i>broadcasting</i> , nova mídia)."	Cornford e Charles (2001, p. 17)

Fonte: Bendassolli *et al.*, (2009).

De modo geral, os autores apresentam a indústria criativa como atividades mercadológicas cuja principal “matéria-prima” é a criatividade e o trabalho intelectual. “[...] ou seja, a criatividade deixa de se restringer à ação do chamado artista (aquele que tem a arte como próprio fim), para passar a incluir a ação artístico-funcional (publicidade, moda etc.)” (Feil, 2017).

Para a construção de um jogo, há uma mobilização significativa de profissionais criativos, desde uma pessoa que concebeu a ideia até uma empresa desenvolvedora, passando por ilustradores, redatores e até agências de publicidade, que ajudam a promover o jogo para que ele alcance os jogadores. Dessa forma, podemos propor que um jogo seja um produto, entre muitos outros, produzido pela indústria criativa.

Conceitos básicos da Semiótica

A semiótica surge no mesmo período dos estudos de linguagem e utiliza as mais variadas formas de linguagens como objeto de estudo. Lucia Santaella, em seu livro "O que é semiótica" (1983), denomina linguagem como:

Em síntese: existe uma linguagem verbal, linguagem de sons que veiculam conceitos e que articulam no aparelho fonador, sons estes que, no ocidente, receberam uma tradução visual alfabética (linguagem escrita), mas existe simultaneamente uma enorme variedade de outras linguagens que também se constituem em sistemas sociais e históricos de representação do mundo. Portanto, quando dizemos linguagem, queremos nos referir a uma gama incrivelmente intrincada de formas sociais de comunicação e de significação que inclui a linguagem verbal articulada, mas absorve também, inclusive, a linguagem dos surdos-mudos, o sistema codificado da moda, da culinária e tantos outros (Santaella, 1983, p.11-12).

É aproximadamente nesse debate entre linguagem verbal e não verbal que a autora contextualiza a semiótica como "[...] a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido" (Santaella, 1983, p. 13).

Ao nos aprofundar no tema nos deparamos com dois termos essenciais para a teorização e aplicação da semiótica: signo, ou *representâmen*, e semiose. “O signo é na Semiótica o ente fundamental. Ele foi idealizado por Peirce como o elemento por meio do qual a mente de um intérprete pode conhecer, modificar ou ampliar o entendimento de algo” (Mucelin; Bellini, 2013). Peirce vinculou o signo a três elementos: o fundamento, o objeto e o interpretante.

Nos tratados de Peirce são encontradas várias definições para signo. Uma dessas definições considera que um signo pretende significar de certo modo algo, um fato ou objeto que ele denominou interpretante. Significar o objeto tem como consequência produzir, abstrair em uma mente algo mediado com o objeto. Pela definição de signo, podemos considerar que ele é alguma coisa que pode representar outra e, portanto, o signo não é o objeto, mas está no lugar deste, podendo apenas representá-lo de certo modo (Mucelin; Bellini, 2013).

Divisões tricotômicas de signos: *Representamen* (Quali-signo, Sin-signo, Legi-signo), Objeto (Ícone, Índice, Símbolo) e *Interpretant* (Rema, Dicente, Argumento) (Mucelin; Bellini, 2013).

O segundo termo, semiose, é a maneira como usamos um signo e as significações que damos para ele.

Peirce (1974) definiu a semiose como a inter-relação de três componentes: signo, objeto e interpretante. Estes componentes, mesmo pensados separadamente, possuem uma influência tri-relativa, ou seja, a semiose não pode acontecer aos pares (CP: 5.484)⁴. Ao definir semiose Peirce não convencionou a presença de um intérprete ou

sujeito consciente, considerando-a um processo” [...] “Peirce propôs o termo *semiose* como forma de evidenciar esse processo, que nada mais é que a ação do signo. Peirce também conceituou *semiose* como “[...] o processo no qual o signo tem um efeito cognitivo sobre o intérprete (CP 5.484) (Peirce, 1974 *apud* Mucelin; Bellini, 2013).

Após compreender a teoria de Peirce, ao analisar a narrativa de um jogo para encontrar as suas intertextualidades, podemos adotar a semiótica discursiva proposta por Algirdas Julien Greimas (1917-1992).

A proposta geral da Semiótica Francesa é a de que o sentido parte de uma forma mais simples e abstrata e vai se enriquecendo até atingir o grau de complexidade e concretude com o qual o leitor se confronta quando está diante de uma produção textual efetiva. Trata-se da postulação do chamado percurso gerativo de sentido, que é composto de três diferentes níveis, os quais, por sua vez, apresentam tanto um componente sintático, relativo aos arranjos dos conteúdos, quanto um componente semântico, relativo aos conteúdos investidos sobre os arranjos sintáticos (Brito, 2012).

A semiótica discursiva é dividida em três níveis do percurso gerativo, o fundamental, que é o mais simples e abstrato. “O nível fundamental é o patamar inicial do processo de geração do sentido, sentido esse que se apresenta, do ponto de vista semântico, sob uma forma extremamente simples e abstrata. Essa forma pode ser apreendida como uma oposição semântica [...]” O nível narrativo, “[...] patamar no qual o sentido apresenta-se sob a forma de uma configuração narrativa abstrata em que os sujeitos se relacionam com objetos e outros sujeitos em busca de valores” (Brito, 2012, p. 47). E por fim, o nível discursivo: “Temos nesse nível, “do ponto de vista sintático, os procedimentos de discursivização, que entram em jogo na instância da enunciação” (Lara, 2004, *apud* Brito, 2012, p. 47). “[...] pela ancoragem do texto-enunciado nas categorias de pessoa, tempo e espaço. A sintaxe discursiva compreende ainda os procedimentos que o enunciador utiliza para persuadir o enunciatário a aceitar o seu discurso: o fazer-criar” (Brito, 2012).

Compreendendo a importância da semiótica e sua abrangência, Santaella (1983, p. 9), ao ser questionada sobre a relevância da semiótica em face de problemas como fome e miséria, discorreu:

Há duas espécies de fome: a da miséria do corpo, esta, mais fundamental e determinante, visto que interceptadora de quaisquer outras funções, necessidades e realizações humanas; mas há também a carência de conhecimento, este, outro tipo de fome. Nossa luta tem de ser travada sempre simultaneamente em ambas as direções. A

semiótica está rapidamente se desenvolvendo em todas as partes do mundo. Por que haveremos nós de cruzar os braços, ficando à espera de restos de sopa científica que os outros poderão, porventura, nos deixar de sobra? (Santaella, 1983, p. 9).

Neste contexto, após contextualizarmos sobre jogos digitais, intertextualidade, cultura remix, indústria criativa, e, finalmente, a semiótica enquanto conceito, podemos compreender a importância e relevância do projeto para os campos científicos e publicitários. A atual pesquisa se ampara na semiótica discursiva como metodologia, visando aprofundar a compreensão dos fenômenos de significação e sentido dentro do universo do jogo *The Bookwalker* e sua intersecção com outros discursos.

Procedimentos Metodológicos

Compreendemos metodologia como “[...] a explicação detalhada de toda ação a desenvolver durante o trabalho de pesquisa” (Fonseca, 2002). Também um momento para discorrer sobre as informações cruciais para o desenvolvimento do projeto:

A metodologia envolve, de acordo com (Minayo, 2001), a escolha do espaço de pesquisa, a escolha do grupo de pesquisa, o estabelecimento dos critérios de amostragem, a construção de estratégias para entrada em campo, a definição de instrumentos e procedimentos para a análise dos dados (Minayo, 2001 *apud* Fonseca, 2002, p. 52).

Do ponto de vista da natureza da pesquisa, é possível considerá-la como básica. Segundo Gerhardt e Silveira (2009, p. 34), a pesquisa básica “[...] objetiva gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da Ciência, sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais.”

A abordagem deste estudo será qualitativa, uma vez que estamos lidando com um objeto de análise cujos dados não são passíveis de quantificação:

A pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. [...] para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (Minayo, 2001 *apud* Gerhardt; Silveira, 2009, p. 32).

Quanto aos objetivos, a pesquisa será descritiva, pois analisará e observará as intertextualidades presentes no objeto de estudo, sem uma aplicação prática imediata. “A pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que

deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade" (Triviños, 1987 *apud* Gerhardt; Silveira, 2009, p. 35).

Utilizaremos o método abduativo, assim, serão levantadas hipóteses para a resolução do problema de pesquisa: “Como o jogo *The Bookwalker* estabelece relações intertextuais com a indústria criativa e que significados elas podem conter?”

É importante ressaltar que a abdução pode estar relacionada a: (1) uma lógica de descoberta (i.e., a geração de hipóteses); (2) uma lógica de escolha de hipóteses (i.e. como uma hipótese é selecionada entre o conjunto de hipóteses já formuladas), e (3) uma teoria empírica da plausibilidade (i.e., como uma hipótese pode fornecer experimentalmente uma explicação plausível para um evento surpreendente). (Gonzalez; Haselager. 2002, p. 25).

Para o desenvolvimento do projeto, foi fundamental recorrer a pesquisas bibliográficas e documentais, que se mostraram essenciais para a compreensão dos conceitos e autores que orientarão todo o decorrer do trabalho. Para Mafra (2018, p.26) existem os trabalhos bibliográficos de Sínteses, que são aqueles realizados por graduandos e mestrados e os trabalhos originais, produzidos por doutorandos. Portanto, o atual projeto se qualifica como um trabalho de síntese, por seu uma revisão de conhecimentos adquiridos durante o curso de graduação e outros que foram adquiridos durante a pesquisa. Essas pesquisas proporcionaram à pesquisadora um conhecimento amplo sobre o universo que circunda o objeto de estudo, possibilitando uma base teórica sólida para a análise e interpretação dos dados que serão coletados.

A coleta de dados para a pesquisa será realizada pela pesquisadora através de captura de telas durante o jogo *The Bookwalker*¹², bem como por meio de informações obtidas em plataformas oficiais de comercialização do jogo (*Steam*, *Xbox*, *PlayStation Store* e *Epic Games*). As capturas de telas serão armazenadas via *Google Drive* para acesso direto, preservando todos os direitos autorais.

Considerando que o jogo é estruturado principalmente em torno da exploração de cinco livros, a coleta de dados inicial terá como foco uma cena de cada livro. Dependendo do desenvolvimento da pesquisa, poderá ser estendida para incluir uma cena adicional que ocorre fora dos livros, no universo "real" do personagem.

¹² Jogo adquirido pela pesquisadora via plataforma da *Steam*. Disponível em https://store.steampowered.com/app/1432100/The_Bookwalker_Thief_of_Tales/. Acesso em: 31 maio 2024.

Para a análise dos dados será utilizada como ferramenta de investigação o método semiótico e seguirá o percurso gerativo de sentido. Por tanto, através da semiótica discursiva, a pesquisa mapeará as intertextualidades presentes no jogo *The Bookwalker* e como elas se relacionam com a indústria criativa.

REFERÊNCIAS

BENDASSOLLI, Pedro F. *et al.* Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 49, p. 10-18, 2009.

BRITO, Clebson Luiz de. Elementos de semiótica francesa aplicados à abordagem de textos não verbais e sincréticos. *In: VIII SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ENSINO DA LÍNGUA PORTUGUESA*, EDUFU, Uberlândia, 2012. **Anais [...]**. EDUFU, Uberlândia, 2012.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GERHARTT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

GONZALES, Maria Eunice QUILICI; HASELAGER, Willem (Pim) Ferdinand Gerardus. Raciocínio Abdução, Criatividade e Auto-organização. **Cognitio**, São Paulo, n. 3, p.22-31, nov. 2022. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/cognitiofilosofia/article/view/13248/9763>. Acesso em: 29 de maio de 2024.

INSTITUTO DE ESTUDOS DA LINGUAGEM - UNICAMP. Remix. **Unicamp**, 2024. Disponível em: <https://www2.iel.unicamp.br/tecle/encyclopedia/remix/#:~:text=Mas%20o%20momento%20chave%20para,que%20o%20remix%20se%20popularizou>. Acesso em: 1 jun. 2024.

KOCH, Ingedore Grunfeld Vilaça. **Introdução à Linguística Textual: trajetória e grandes temas**. São Paulo: WMF Martins Fontes Ltda, 2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2003.

LUCCHESI, Fabiano; RIBEIRO, Bruno. **Conceituação de jogos digitais**. São Paulo, 2009

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação: como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 1974.

MUCELIN, Carlos Alberto; BELLINI, Luiza Marta. Semiótica, semiose e signo: análise sócio-semiótica de uma imagem fotográfica com base em tricotomias de CS Peirce. **Revista de Educação e Complexidade**, v. 1, 2013.

MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Editora da UNESP, 2003.

NAVAS, Eduardo. **Remix Theory**: The Aesthetics of Sampling. New York: Springer Wien, 2012.

PESQUISA GAME BRASIL. PGB 2024. **Pesquisa Game Brasil, 2024**. Disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/edicao-gratuita/>. Acesso em: 15 de maio de 2024.

TAVARES, Lucia Maria. **Design de cenários de videogames**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 2 jun. 2024.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SILVA, Gutemberg Lima da; CAIADO, Roberta Varginha. A intertextualidade: um conceito em muitos olhares. *In*: 25ª JORNADA NACIONAL DO GELNE, 2014. **Anais Eletrônicos** [...]. Natal, Rio Grande do Norte, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2014.

Disponível em: <https://www.gelne.com.br/arquivos/anais/gelne-2014/>. Acesso em: 15 abr. 2024.