

As Intertextualidades No Jogo *The Bookwalker*¹

Ketheryn N. Fistarol²

Hilario Junior dos Santos³

Universidade Comunitária da Região de Chapecó - UNOCHAPECÓ

RESUMO

O artigo tem como objetivo mapear os processos de intertextualidade no jogo *The Bookwalker*, partindo da problemática: como o jogo estabelece relações intertextuais com produções da indústria criativa e quais seus possíveis significados? Para isso, foram adotados conceitos de jogos digitais, intertextualidade, cultura remix e indústria criativa. A metodologia baseia-se na semiótica francesa de Algirdas Julius Greimas. Como resultado, identificaram-se intertextualidades que vão de alusões científicas e literárias a referências mitológicas e da cultura pop. Conclui-se que tais referências reforçam o jogo como produção relevante no remix cultural, na comunicação e na indústria criativa.

Palavras-chave: cultura remix; jogos digitais; intertextualidades; semiótica; publicidade.

INTRODUÇÃO

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.

Tem-se como problema de pesquisa: **Como o jogo *The Bookwalker* estabelece relações intertextuais com produções da indústria criativa e que significados elas podem conter?** Para explorar o problema de pesquisa se levantou duas 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? A presente pesquisa tem como objetivo central o mapeamento dos processos de intertextualidade presentes no jogo *The Bookwalker*. Para chegar ao objetivo central levantou-

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT19SU - Semiótica, comunicação e linguagens), evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Bacharel do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da UNOCHAPECÓ, email: kekafistarol@unochapeco.edu.br.

³ Professor Dr. do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da UNOCHAPECÓ, email: hjs@unochapeco.edu.br.

se três objetivos específicos: Investigar o jogo *The Bookwalker* à luz da ciência semiótica greimasiana, analisar como o jogo se relaciona com outros discursos e analisar as intertextualidades presentes que dialogam com a Publicidade ou a Propaganda.

CONTEXTUALIZAÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Quando adentramos no termo “jogos” de uma forma mais genérica encontramos inúmeras conceitualizações, sob diversos olhares diferentes, restringindo mais o termo para “jogos digitais” no livro “Design de cenários de videogames” Tavares (2022), divide o jogo eletrônico em enredo, motor e interface interativa.

Uma visão sobre o 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". “Uma atividade global que consiste na 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).

Juntamente com a cultura remix o atual trabalho tem o conceito de intertextualidade como seu norteador. 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.” 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. 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.

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, onde pode ser encontrado no **anexo 1**. 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 ser restrições 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).

A semiótica surge no mesmo período dos estudos de linguagens e utiliza as mais variadas formas de linguagens como objeto de estudo. Lucia Santaella 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). Após conceitualizar o que é a semiótica, ao analisar a narrativa de um jogo para encontrar as suas intertextualidades, podemos adotar a semiótica francesa proposta por Algirdas Julien Greimas (1917-1992), "A proposta da semiótica Francesa é a de que o sentido parte de uma forma mais simples e abstrata e 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." (Brito, 2012).

METODOLOGIA

Diante do exposto até o momento, do ponto de vista da natureza da pesquisa, é possível considerá-la como básica. A abordagem deste estudo foi qualitativa, uma vez que estamos lidando com um objeto de análise cujos dados não são passíveis de quantificação. Quanto aos objetivos, a pesquisa deu-se de forma descritiva, pois analisou e observou as intertextualidades presentes no objeto de estudo, sem uma aplicação prática imediata. Utilizamos o método abdução para a resolução do problema de pesquisa. A coleta de dados foi realizada pela pesquisadora através de captura de telas e gravações durante o jogo *The Bookwalker*⁴, 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. O jogo é estruturado principalmente em torno da exploração de cinco livros, a coleta de dados inicial terá como foco uma cena amostral de cada um dos três primeiros livros. Foi utilizado como principal critério de escolha das cenas momentos importantes para o discorrer e compreensão da história e construção do personagem.

Para a análise dos dados foi utilizada como ferramenta de investigação o método semiótico e seguiu-se o percurso gerativo de sentido, iniciando pelo Nível Fundamental, o Nível Narrativo e pôr fim chegarmos ao Nível Discursivo. Toda a descrição da pesquisa, com as análises detalhadas de cada cena e os resultados obtidos, estão disponíveis no **Apêndice 1**.

⁴ 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.

RESULTADOS E REFLEXÕES DA PESQUISA

Conforme análises das cenas amostrais relatadas do **Apêndice 1**, percebemos que cada cena possui suas características particulares, mas que formam um todo composto e robusto.

Na primeira cena, na qual Etienne tinha como principal objetivo roubar a poção da imortalidade, por meio da contrariedade entre procura e encontro identificamos intertextualidades explícitas e implícitas, sua maioria em forma de paródia e alusão. Quando o personagem principal descobre que não está em um ambiente medieval, mas sim em um futuro muito mais tecnológico, identificamos uma alusão a saga de filmes *Matrix*, essa intertextualidade vai muito além do ambiente físico, mas também no controle em que ambos os personagens principais possuem sobre seus respectivos universos. Também é de extrema importância ressaltar como a publicidade aparece na cena, a marca citada, “*OrangeBull®*” faz alusão à *Red Bull*, assim pode ser interpretada como um elemento humorístico e irônico, considerando que a poção da imortalidade — algo profundamente místico e fictício — é comparada a um produto comercial extremamente conhecido. Dessa forma, a narrativa explora o consumo da bebida como algo transcendental, a imortalidade.

Por fim, encontramos uma intertextualidade visual com a obra *O Bibliotecário* (1566), do renomado artista maneirista Giuseppe Arcimboldo, na qual nos convidou a refletir sobre a relação simbólica entre a literatura e a identidade (Gombrich, 2018). A escolha dessa representação reforçou a ideia de que os livros moldam tanto os mundos fictícios quanto aqueles que os constroem e exploram.

Na segunda cena, que o objeto a ser roubado era o martelo de Thor, para isso necessitava da bateria do robô presente na cena, a contrariedade entre sobrevivência e renúncia, nos fez identificar traços sentimentais no robô, no ato de construir um boneco de neve, ele apresentou desejos e senso estético. Essa humanização fez com que o personagem principal renunciasse seu senso de certo e errado o qual nos levou a intertextualidade implícita com o filme *Blade Runner* (1982), dirigido por Ridley Scott. Na obra, a personagem Rachael, um androide, é dotada de sentimentos e memórias implantadas. Assim como os robôs no universo do jogo, Rachael desafia as fronteiras entre o artificial e o humano.

Nessa cena também encontramos intertextualidade explícita em forma de paródia com a mitologia do deus Thor. Na mitologia nórdica, Modi e Magni eram filhos de Thor, com Modi representando a coragem e Magni a força sobre-humana (Portal dos Mitos, 2013)⁵. Porém, no

⁵ Disponível em: <https://portal-dos-mitos.blogspot.com/2013/12/magni-e-modi.html> . Acesso em: 22/11/2024.

jogo, esses personagens mitológicos são reimaginados como robôs, desprovidos de suas qualidades divinas. Em vez de coragem ou força, Magni é retratado em uma posição de fragilidade e inocência, essa inversão de papéis cria um contraste marcante entre a mitologia original e a narrativa do jogo. Enquanto a mitologia Magni é celebrado como filho de um deus poderoso, aqui ele é apresentado de uma forma vulnerável, dominada pelo sistema tecnológico que o cerca. Essa representação pode ser interpretada como uma crítica à dependência moderna da tecnologia e ao impacto que ela exerce sobre conceitos tradicionais de poder e identidade. Sugere, de forma metafórica, que até mesmo seres mitológicos, caso existissem nos dias de hoje, estariam subordinados e enfraquecidos diante do avanço tecnológico e das estruturas industriais que moldam a sociedade contemporânea.

Na última cena, o personagem principal possuía como objetivo trazer para seu mundo a varinha de Kornelius intacta. Identificamos uma contradição entre legado e destruição nessa cena, na qual é possível estabelecer intertextualidade explícita com a saga Harry Potter, porém aqui a uma inversão. Em Harry Potter a magia é vista como algo aspiracional e fascinante, com os jovens bruxos demonstrando entusiasmo por preservar as tradições e explorar os mistérios mágicos. Já na cena analisada encontramos uma aversão e renúncia a magia, onde acaba sendo considerado um fardo, a qual leva o menino quebrar a varinha.

Ao final identificamos um elo central entre todas as cenas, o senso de identidade, seja do personagem principal, ou até mesmo dos personagens secundários. Em um contexto geral Etienne perde sua identidade ao perder sua profissão, isso fica evidente na mudança de fisionomia ao adentrar nos livros, o que nos faz refletir sobre como na contemporaneidade o trabalho é colocado de uma forma sublime, ao ponto de que não sermos ninguém se não exercermos uma profissão, ao qual está ligado diretamente ao desejo de poder e status.

Na primeira cena, percebemos a temática de identidade em vários elementos. O homem sentado e encapuzado, está usando uma camiseta da banda “*Division*”, a qual inicialmente nos faria acreditar que o personagem gosta e tem afinidade com a banda, assim gerando todo um pré-julgamento sobre a sua personalidade, porém em determinado momento ele comenta que não sabe do que se trata pois apenas pegou a camiseta de outro homem. Também quando questiona a Etienne se ele já tomou “*OrangeBull®*” pois o gosto é parecido, nos levando a acreditar que ele é consumidor da marca. Na segunda cena, identificamos a identidade em dois momentos. Primeiro pelo robô ao elaborar seu boneco de neve, se constrói um senso estético quando ele comenta que é o seu melhor boneco de neve criado até o momento, assim nos

levando a acreditar que ele possui desejos próprios, emoções e sentimentos. Segundo, por Etienne, sua identidade é colocada de lado quando ele faz algo que está em contrariedade com seus princípios, isso fica claro quando no final, após retirar a bateria ele termina de construir o boneco de neve iniciado pelo robô, demonstrando que o ato cometido por ele, de retirar a bateria, está em contradição com o que acredita.

Já na terceira cena a questão de identidade fica ainda mais clara, o menino está revoltado com a magia pois é obrigado a estar lá, por vir de uma família de bruxos tradicionais, o que naturalmente o coloca em um caminho previamente traçado, onde a magia define sua identidade e seu futuro. No entanto, o seu maior desejo é justamente o oposto: viver uma vida cotidiana comum, frequentar escolas de não bruxos e construir uma existência longe das expectativas impostas pela sua origem. Isso causa um colapso em sua identidade, o qual o faz ver que a única forma de se encontrar é acabar com a magia. A narrativa ainda traz Rodrick, um personagem que esquece completamente sua identidade, nome e de onde veio, ele acompanha Etienne em suas aventuras por meio de uma capsula em formato de colar, a exploração neste momento é também uma forma para encontrar de qual livro Rodrick foi retirado, e por consequência reencontrar sua identidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, foi possível compreender ao longo da pesquisa que o jogo *The Bookwalker* é uma produção rica em intertextualidades, que se relacionam com inúmeros aspectos de produtos da indústria criativa, seja por filmes, livros, música e até mesmo com obras de artes. Também encontramos intertextualidades com construções intelectuais e culturais, por meio de mitologias e teorias. A análise do jogo *The Bookwalker* contribui para os campos da comunicação, semiótica e jogos, ao demonstrar como essas referências culturais e midiáticas agregam camadas de significado ao enredo, ampliando a experiência tanto para jogadores quanto para pesquisadores.

Nos diferentes níveis gerativos de sentido, foram encontradas possíveis fontes de inspiração da equipe criativa do jogo, destacando como os elementos narrativos e visuais não surgem isolados, mas são frutos de um diálogo contínuo com outras obras e contextos culturais. Este ato de referência e ressignificação é especialmente relevante no campo publicitário, onde o uso estratégico de intertextualidades pode despertar conexões emocionais e simbólicas nos públicos, valorizando o produto e enriquecendo sua mensagem.

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.

FEIL, G. S. Comunicação e indústria criativa – modos de usar. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 16, n. 32, 2017. DOI: 10.5902/2175497729463. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/29463>. Acesso em: 7 jun. 2024.

GOMBRICH, Ernst Hans. *A história da arte*. Rio de Janeiro: Editora Gen, 2018.

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

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

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

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.

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.

7 ANEXOS

Anexo 1: Figura de compilado de definições de indústria criativa.

Figura 1 - Compilado de 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 ideia de indústrias criativas busca descobrir a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas (TIC) 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."	Hawkins (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 core-group, um coração, que seria composto de música, audiovisual, multimídia, software, broadcasting 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 craft, folclore ou artesanato, estão cada vez mais utilizando tecnologias de management, 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."	Joffe (2000, p. 123-124)
"As atividades das indústrias criativas podem ser localizadas em um continuum que vai desde aquelas atividades totalmente dependentes do ato de levar o conteúdo a 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, broadcasting, nova mídia)."	Comford e Charles (2001, p. 17)

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

8 APÊNDICES

Apêndice 1: Descrição completa das análises da pesquisa. Disponível em:
<https://drive.google.com/file/d/19e633HQyuhrXBffjKbfq9qs3d-tlrwiR/view?usp=sharing>