

ZUCAS: um jogo sobre a diversidade cultural brasileira

ZUCAS: a game about Brazilian cultural diversity

Eliane Weizmann, Eduardo Siqueira, Giuliana Bolitreau, Maria Gabriela Michielin Dias

Design territorial, produção artesanal, jogo, cultura brasileira, design da informação
Cada lugar carrega em seu território características diversas que o torna único. O presente trabalho tem por objetivo contribuir com a proteção e valorização do patrimônio cultural de cada região brasileira. Para tanto, utilizou o método hipotético-dedutivo e realizou uma pesquisa bibliográfica para fundamentar o desenvolvimento de um jogo de cartas, capaz de expressar características que representam as cinco regiões do Brasil sob a ótica do design territorial em função dos seguintes temas: flora, artefatos, culinária, lugares e cultura. A proposta é que o jogo compartilhe informações como forma de promover um aprendizado dinâmico em um ambiente escolar, a partir do qual os jogadores sejam capazes de se inteirar sobre a diversidade e pluralidade nacional.

Territorial design, craft production, game, brazilian culture, information design

Each place carries in its territory diverse characteristics that make it unique. This work aims to contribute to the protection and enhancement of the cultural heritage of each Brazilian region. To do so, we used the hypothetical-deductive method and carried out a bibliographical research to support the development of a card game, capable of expressing characteristics that represent the five regions of Brazil from the perspective of territorial design based on the following themes: flora, artifacts, cuisine, places and culture. The proposal is for the game to share information as a way to promote dynamic learning in a school environment, from which players are able to learn about national diversity and plurality.

1 Introdução

Aprofundar-se nos diversos aspectos culturais brasileiros e em sua pluralidade, nos leva a entender os motivos pelos quais a preservação dessa diversidade é fundamental. Diante disso, o objetivo da pesquisa foi demonstrar a riqueza da diversidade cultural brasileira, sob a ótica do design territorial e a importância de sua preservação e valorização na construção de projetos e produtos que envolvam a área do design e suas vertentes.

O trabalho teve como intuito investigar a complexidade da construção dos signos e da diversidade cultural presentes em diferentes territórios. A partir desta investigação verificou-se a necessidade e a oportunidade de promover a acessibilidade deste conteúdo para estudantes do ensino fundamental II, de forma dinâmica e divertida em um jogo de cartas. A leitura a seguir irá contextualizar de maneira introdutória o que é cultura, e atrelado a isso, abordar temáticas sobre a cultura brasileira, regionalismo, produção artesanal e design territorial.

Anais do 11º CIDI e 11º CONGIC

Ricardo Cunha Lima, Guilherme Ranoya, Fátima Finizola, Rosângela Vieira de Souza (orgs.)

Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI
Caruaru | Brasil | 2023

ISBN

Proceedings of the 11th CIDI and 11th CONGIC

Ricardo Cunha Lima, Guilherme Ranoya, Fátima Finizola, Rosângela Vieira de Souza (orgs.)

Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI
Caruaru | Brazil | 2023

ISBN

2 Metodologia

A pesquisa foi realizada através da metodologia hipotético dedutiva e design participativo, envolvendo ideias de teóricos, escritores, designers, professores e entrevistados que apresentam significativa importância na construção das narrativas conceituais discutidas no presente trabalho. Nomes como Rafael Cardoso (2016) e Lia Krucken (2009) foram relevantes para a contextualização da pesquisa, assim como as entrevistas destacaram as diferentes nuances culturais.

3 Cultura brasileira

A palavra cultura tem sua origem no latim (*culturae*) e significa “cultivar” ou “cultivar conhecimento”. Cultura, segundo Roque Laraia (2001), é um processo complexo, que nasce da interação entre os homens, sendo possível por meio do desenvolvimento da inteligência, domínio dos símbolos e dos meios de comunicação entre os indivíduos.

No Brasil, a cultura está fortemente ligada à história de apropriação do território. Segundo o antropólogo Darcy Ribeiro, a reunião de negros, brancos e índios para abrir grandes plantações de produtos tropicais ou para a exploração mineira, visando gerar lucros, acabou por formar povos profundamente diferenciados de si mesmos e de todas as outras matrizes formadoras (Giarola, 2012). Deste modo, analisar a importância da miscigenação, tanto em aspectos raciais quanto culturais é fator fundamental para a interpretação do Brasil.

Segundo o dicionário, “regionalismo” é a tendência para defender e valorizar os interesses específicos da região em que se vive. Através do relato da entrevistada B.F., uma residente paulista em Boa Vista, tornou-se evidente como este conceito se materializa em suas vivências, ao explorar diversas expressões regionais, como os hábitos do dia a dia e a culinária local.

O Brasil é um país extenso com uma riqueza de culturas. Não é possível nomear apenas uma tradição ou influência, nossa principal característica é a pluralidade.

4 Design territorial

As mudanças ocorridas ao longo do século passado, transformaram a maneira como nós interagimos com o mundo. Os conceitos lineares existentes, vem se tornando cada vez mais voláteis e estão expostos a diversas interpretações. A conectividade das redes digitais, por exemplo, potencializou o termo “glocal”, neologismo que mescla o global e o local, demandando cuidado e atenção para a distinção e valorização das suas especificidades. As sociedades estão cada vez mais dependentes economicamente de sua produção cultural e criativa, o que torna as identidades dos territórios fontes cruciais de distinção e originalidade no contexto da linguagem e do mundo globalizado (Maciel et al., 2017).

Para tanto, é necessário recontextualizar o design não apenas ao que se refere à estética de produtos, mas também considerá-lo como um campo do conhecimento que tem como

finalidade promover o bem-estar social (Maciel et al., 2017). Recorrer ao entendimento das partes individuais no todo é fundamental para compreender as dinâmicas relacionais entre pessoas, território e rede. Pensar na inter-relação dessas esferas é o caminho para compreender a identidade e as diferenças culturais presentes em um território, garantindo a visibilidade, acessibilidade e a valorização da cultura local.

O foco do design territorial contempla o conjunto de elementos culturais, sociais, regionais e históricos, que promovem a “identidade territorial”. Segundo Krucken (2009), “podem ser considerados como elementos que constroem a identidade de um território: regime político, manifestações culturais e religiosas, recursos materiais e construtivos, aspectos demográficos da natureza e geografia, tradições e propostas artísticas”.

Partindo desse pressuposto, como pensar e integrar o território em práticas estratégicas e projetuais? Essa é uma das principais tarefas do designer, que se constitui em dinamizar os recursos do território, valorizar seu patrimônio cultural imaterial, reconhecer e tornar reconhecíveis valores e qualidades locais. De acordo com Lia Krucken (2009), as contribuições do design para a valorização de produtos locais podem ser agrupadas em três ações:

1. promover a qualidade dos produtos, dos territórios, dos processos de fabricação;
2. apoiar a comunicação, aproximando consumidores, produtores e intensificando as relações territoriais;
3. apoiar o desenvolvimento de arranjos produtivos e cadeias de valor sustentáveis, visando o fortalecimento de micro e pequenas empresas.

Em vista dessas contribuições, a relação do design com o território brasileiro deve buscar uma valorização mútua, onde o produto valoriza o território e o território valoriza o produto. Seja o território considerado uma rua, uma cidade, uma região ou o país de fato.

Da mesma forma que a diversidade proporciona riquezas culturais, essa mesma perspectiva abrangente pode deixar muitos aspectos tão importantes da cultura local passarem despercebidos pelos nativos do território, justamente por se tratar de um cotidiano que de tão próximo, tornam-se invisíveis (Maciel et al., 2017). Para além disso, há a possibilidade de que os recursos existentes não sejam explorados de forma sustentável, consequentemente, não gerando riquezas e melhorias na qualidade de vida da comunidade local, assim como em nível nacional (Krucken, 2009).

Portanto, um dos grandes desafios do mundo contemporâneo é criar materialidades que viabilizem as identidades territoriais locais, capazes de contribuir para a proteção do patrimônio cultural e a valorização de práticas sustentáveis na produção, na comercialização e no consumo.

Como forma de tangibilizar as questões apresentadas, desdobrando a pesquisa realizada em uma experiência de compartilhamento de conteúdo, foi desenvolvido o jogo de cartas “Zucas”.

5 Zucas

Partindo do princípio que “é no jogo e pelo jogo que a civilização surge e se desenvolve” (Huizinga, 2004), o presente trabalho parte dessa linguagem lúdica, para explorar a pluralidade cultural brasileira dentro do contexto do aprendizado escolar. Em seu livro, Huizinga procura entender e refletir sobre o jogo, como elemento da cultura, e não apenas na cultura. Em sua argumentação propõe ao homem a capacidade inata de jogar, conferindo ao jogo uma importância fundamental para o desenvolvimento da cultura e da civilização.

Os seres humanos, em grande parte das circunstâncias, são afetados por instintos e comportamentos primitivos, mas diferenciam-se das demais espécies por buscar superar seus próprios limites. Dito isto, foram cunhados alguns termos que revelam as capacidades adaptativas dos seres humanos, quanto ao raciocínio, produção e jogabilidade.

O termo *homo sapiens* revela a ênfase dada à capacidade de elaboração abstrata e de raciocínio do ser humano. Ao longo do tempo, surgiu uma nova forma de nomear o sujeito moderno, conhecida como *homo faber*, aquele que fabrica, produz. Esse termo problematiza a relação do homem com os meios de produção, e discute justamente a intervenção humana na natureza.

Assim, Huizinga (2004) propõe a adoção de um outro termo, que considera tão importante quanto o próprio raciocínio e a fabricação de objetos: o jogo, daí, *homo ludens*. Dessa forma, o termo cunhado atribui ao homem a capacidade inata de jogar, conferindo ao jogo uma importância fundamental para o desenvolvimento da cultura e da civilização.

Portanto, quanto mais significativos forem, mais os jogos criam uma relação de dependência da cultura em que são praticados. Por isso, muitos jogos podem ajudar a definir e descrever algumas das principais características morais e/ou intelectuais dessa cultura. (Gallo, 2007)

Pensando nisso, o projeto de pesquisa do trabalho buscou unir a estrutura lúdica e cultural presente em um jogo com a pluralidade brasileira, com o intuito de protagonizar aprendizados imersivos de maneira mais dinâmica e divertida.

Idealizamos um jogo de cartas que busca valorizar a riqueza da diversidade cultural brasileira sob a ótica do design territorial, além de disseminar e se apropriar do conhecimento nacional.

Destinado a estudantes do ensino fundamental II, o jogo foi pensado para potencializar de forma mais dinâmica o aprendizado curricular. Sobretudo treinar habilidades cognitivas e socioemocionais, como agilidade de raciocínio, memória e concentração.

Dessa forma, o jogo Zucas trata das 5 regiões brasileiras e da sua diversidade cultural através das seguintes temáticas: flora, culinária, expressões culturais, lugares e artefatos.

O jogo

O nome do jogo partiu de uma gíria portuguesa, "brazucas" de conotação pejorativa para identificar os brasileiros ou algo de origem do Brasil (Rodrigues, 2012). Nos apropriamos do termo "zucas" para criar um sentimento de pertencimento e identidade brasileira.

Inspirado no jogo UNO, Zucas é composto por 123 cartas, 15 de cada região do Brasil, contendo ilustrações explicativas sobre as temáticas abordadas. As demais cartas possuem regras a serem seguidas, tais como: comprar cartas, inverter a direção e pular a vez. O objetivo é ser o primeiro a descartar todas as cartas.

Para a produção tipográfica das cartas do jogo, foram escolhidos dois tipos. A primeira tipografia foi a Brasilêro, desenhada em 1999 por Chystian Cruz e lançada ao público em 2003 como uma fonte gratuita. E a segunda foi a IBM Plex Sans, lançada em 2018, pelo designer Mike Abbink e colaboradores.

Para a produção do lettering, a intenção foi trazer a diversidade presente nas cartas também para o nome do jogo. Escolhemos tipografias com design vernacular produzidas no Brasil que trouxessem à tona não só a pluralidade territorial, como também o saber técnico e artístico de pessoas que não possuem um conhecimento formal e acadêmico do design.

Figura 1: lettering jogo; letra "z" tipografia abençoada; letra "u" tipografia cartazista; letra "c" letras que flutuam; letra "a" tipografia xilosa; letra "s" tipografia brasilêro



A paleta cromática foi inspirada nas características de cada região brasileira: verde para o Norte, presente nas folhagens da Floresta Amazônica; laranja para o Nordeste, presente na culinária afro-brasileira; amarelo para o Centro-Oeste, referência ao pequi, fruto de coloração amarelada muito presente no cerrado; azul para o Sudeste, representando o clima tropical e as

praias que costeiam a região; e rosa para o Sul, predominante nas vestimentas da dança Chimarrita, típica do folclore gaúcho.

Figura 2: Paleta cromática



Por fim, a embalagem do jogo se apresenta em forma de carteira, produzida artesanalmente com tecido de algodão cru, onde as cartas ficam guardadas em dois bolsos. A intenção é facilitar o manuseio e explorar a manualidade da produção proposta em nosso projeto.

Figura 3: Embalagem Zucas



Figura 4: Cartas temáticas I



Figura 5: Cartas verso



Figura 6: Cartas variadas



Figura 7: Cartas de ação



Figura 8: Cartas temáticas II



Figura 9: Cartas temáticas III



6 Considerações finais

O projeto foi de extremo aprendizado para todos os integrantes. Estudar, pesquisar e desenvolver as ideias elaboradas para o jogo foi uma oportunidade de dar forma aos conteúdos que tínhamos em mãos. O jogo se mostrou um excelente recurso informativo para o ambiente escolar trazendo conteúdos de forma interativa e lúdica, contemplando a riqueza da diversidade cultural brasileira e respondendo de forma satisfatória às pesquisas levantadas.

Categorizar as etapas a serem elaboradas, exercitar a seleção e apresentação das informações e, acima de tudo, criar uma identidade visual que fosse agradável, divertida e de fácil compreensão para nosso público, foi um dos maiores desafios e aprendizados com esse projeto. Para além disso, o trabalho nos ensinou sobre como a pluralidade territorial brasileira pode estar atrelada à produção artesanal do design, do ponto de vista territorial, populacional, gestual e do quão fundamental é a introdução de elementos da nossa cultura nas produções gráficas e digitais.

Referências

- Cardoso, R. *Design para um mundo complexo*. São Paulo: Ubu Editora, 2016.
- Castro, I. E. *Revisitando o regionalismo como fundamento da questão regional*. Confins, 15 jun. 2021. Disponível em: <https://journals.openedition.org/confins/35256?lang=pt>. Acesso em: 26 mar. 2022.
- Gallo, S. N. et al. *Jogo como elemento da cultura: aspectos contemporâneos e as modificações na experiência do jogar*. São Paulo: Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Puc-SP, 2007.
- Giarola, Flávio Raimundo. O povo novo brasileiro: mestiçagem e identidade no pensamento de Darcy Ribeiro. *Revista Tempo e Argumento*, v. 4, n. 1, p. 127-140, 2012.

- Huizinga, J. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- Krucken, L. *Design e Território: Valorização de Identidades e Produtos Locais*. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
- Laraia, R. B. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- Maciel, R. C. et al. *Design, Identidade e Território: uma proposta de ensino*. Colóquio Internacional de Design, [S. l.], p. 1-11, 2017.
- Prysthon, A. et al. *Estudos culturais: uma abordagem prática*. São Paulo: Senac, 2019.
- Rodrigues, S. *Brazuca é um nome triste, mas não por ser com 'z'*. [S. l.], 4 set. 2012. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/sobre-palavras/brazuca-e-um-nome-triste-mas-nao-por-ser-com-z/>. Acesso em: 30 maio 2022.