NINTENDO BLAST

WWW.NINTENDOBLAST.COM.BR



POKÉMON

#146 FEV 2022

CC BY NC ND

LEGENDS ARCEUS:
REFERÊNCIAS QUE POSSAM TER SERVIDO DE INSPIRAÇÃO

POKÉMON BLAST:
LEGENS: ARCEUS OS PRIMEIROS PASSOS PELA REGIÃO DE HISUI

POKÉMON
E AINFLUÊNCIA SOCIAL CAPAZ DE MUDAR VIDAS

Feliz Pokéversário!

Os monstrinhos de bolso estão completando **26 anos**, você conhece a história de sua criação? Sabia que **Miyamoto** teve influência decisiva para que Pokémon existisse? Preparamos um especial com essas e outras curiosidades, além de uma matéria sobre **a importância da franquia**, que vai muito além do universo dos videogames. E você já está jogando **Pokémon Legends: Arceus**? Que tal umas dicas iniciais para dar os primeiros passos no jogo e se habituar melhor com as novas mecânicas? E saiba quais as **inspirações reais** que retratam a região De Hisui. Boa leitura! - **Alberto canen**



DIRETOR EDITORIAL
Alberto Canen

NINTENDO BLAST *Editorial*

DIRETOR GERAL / PROJETO GRÁFICO
Leandro Alves
Sérgio Estrella



DIRETOR DE PAUTAS
Farley Santos
Nicholas Wagner
Vinícius Veloso



DIRETOR DE REVISÃO
Pedro Franco



DIRETOR DE ARTE/ CAPA
Leandro Alves



REDAÇÃO
Mauricio Katayama
Renan Rossi
Rhuan B. Rodrigues
Victor Hugo Carreta



REVISÃO
Davi Sousa
Diogo Mendes
Janderson Silva
Juliana P. Zapparoli



DIAGRAMAÇÃO
Felipe Castello
Felipe Dantas
Walter Nardone



ILUSTRAÇÃO
Lucas Mathias



04 COMEMORAÇÃO
Aniversário da franquia Pokémon - 26 anos pegando todos!



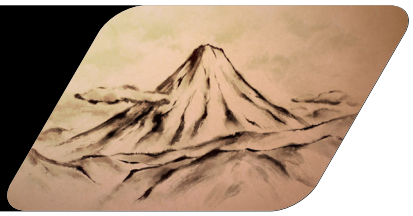
14 POKÉMON BLAST
A franquia Pokémon e a influência social capaz de mudar vidas



24 PKM: LEGENDS ARCEUS
Os primeiros passos pela região de Hisui



33 POKÉMON BLAST
Inspirações reais que retratam a região de Hisui



FAÇA SUA ASSINATURA
GRÁTIS
DA REVISTA
NINTENDO BLAST!

E receba todas as edições em seu computador, smartphone ou tablet com antecedência, além de brindes, promoções e edições bônus!

ASSINAR!



Ilustra Blast



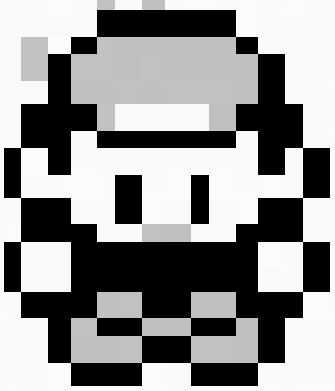
"Evoluíndo a cada geração" por ***Lucas Mathias***





por Mauricio Katayama

Revisão: Juliana Paiva Zapparoli
Diagramação: Walter Nardone



Aniversário da franquia Pokémon - 26 anos pegando todos!

Pokémon é um fenômeno cultural praticamente sem paralelos na cultura contemporânea. É a franquia mais lucrativa da indústria do entretenimento, superando marcas como Star Wars, Marvel, Mario ou Harry Potter. Quem diria que esse império bilionário teve uma origem tão humilde, com um despretensioso jogo em preto e branco, lançado em 27 de fevereiro de 1996, exclusivamente no Japão, para um console portátil no final do seu ciclo de vida?

Como eu e você



Satoshi Tajiri

O criador de Pokémon, Satoshi Tajiri, nasceu em 1965 e cresceu em Machida, nos subúrbios de Tóquio. Naquela época, a urbanização da metrópole ainda não havia chegado à região, que era praticamente uma área rural, e uma das diversões mais comuns dos garotos era capturar e colecionar insetos nas matas locais, colocando-os para brigar entre si.



Machida

Eventualmente, o progresso da cidade grande chegou a Machida. As paisagens bucólicas foram substituídas não apenas por ruas e lojas, mas também por fliperamas, despertando uma nova paixão no garoto, que passou a frequentá-los diariamente.

O jovem Tajiri era alguém como você e eu. Ele não via os games meramente como entretenimento, mas sim como um assunto interessante para discussão, algo que valia a pena escrever e ler a respeito. O que fazia um jogo ser bom ou ruim? Que mecânicas eram mais interessantes? Que inovação em design cada título trazia?



Antiga Sega

Esse interesse por analisar e discutir os games levou o jovem a participar de um concurso da Sega, no qual apresentou uma ideia para uma continuação de Space Invaders. Ele conquistou o primeiro lugar e, como prêmio, ganhou uma quantia em dinheiro e uma visita à sede da desenvolvedora. Essa visita mudaria sua vida para sempre: agora ele estava decidido que sua carreira estaria na indústria dos games.



Revista Game Freak

Cada vez mais entusiasmado com esse universo, Tajiri começou a produzir um fanzine, uma publicação não profissional feita por fãs. Essa revista abordava assuntos do universo gamer, trazia dicas e análises técnicas de jogos. O próprio garoto, que na época cursava o ensino médio, redigia, escrevia, montava e distribuía a publicação, que recebeu o nome Game Freak.

O trio inicial

Mesmo sendo uma publicação amadora, o fanzine tinha conteúdo de qualidade e começou a fazer sucesso em uma época na qual não existia internet e praticamente não havia publicações profissionais abordando o assunto. A popularidade da revista acabou atraindo novos talentos para a equipe, entre eles Ken Sugimori, um garoto da mesma idade que Tajiri, com um grande interesse pela parte artística dos games e que pretendia seguir carreira como ilustrador. Sugimori tornou-se o ilustrador oficial da Game Freak e um grande amigo pessoal de Tajiri.



Ken Sugimori

Com a arte de Sugimori, o fanzine ganhou uma estética muito melhor e começou a atrair o interesse das lojas, que o distribuíam para jogadores sedentos pelas dicas e análises. A Game Freak chegou a vender dez mil cópias por mês, um número bastante impressionante para uma publicação amadora artesanal em 1983.



Ilustração de Ken Sugimori

Nintendo Famicom



O sucesso fez com que Tajiri e Sugimori concluíssem que poderiam dar um passo além e utilizar todo o conhecimento acumulado não apenas para analisar e escrever sobre jogos, mas também desenvolvê-los. Naquela época, o console de maior sucesso do mundo era o Famicom, e para produzir jogos para ele, a dupla usou seu contato com a Namco, para a qual já haviam colaborado em um guia especial para Xevious, o arcade favorito de Tajiri.

Após muitas negociações, a Namco aprovou a ideia e concordou em publicar o primeiro jogo da Game Freak, um puzzle de tabuleiro chamado Quinty. A equipe precisou encontrar um compositor, já que essa função não era necessária quando produziam apenas revistas. O cargo foi preenchido pelo jovem compositor Junichi Masuda, que se mostrou muito talentoso.



Junichi Masuda



Quinty

Assim, em 1989, a Game Freak estreou como desenvolvedora de games, publicando seu primeiro jogo por meio da Namco, e formou o trio composto por Satoru Tajiri no game design, Ken Sugimori nas artes e Junichi Masuda na composição musical. Essa foi a base fundamental para a criação daquele que seria seu maior sucesso.

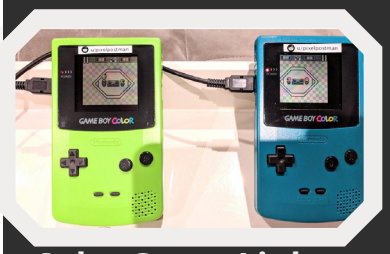
Esse meu jeito de viver...

No mesmo ano, a Nintendo lançava no mercado um videogame portátil revolucionário, o primeiro Game Boy. A novidade entusiasmou todos os amantes de games da época e obviamente chamou a atenção de Tajiri, que ficou especialmente empolgado com um acessório específico: o cabo Game Link, que permitia a comunicação entre dois Game Boy permitindo jogabilidade portátil multiplayer, algo extraordinário para uma época anterior à internet.

O cabo Game Link era uma novidade incrível, mas os jogos da época, como Tetris, o utilizavam meramente para jogatinas em modo competitivo, algo que Tajiri viu como um potencial subaproveitado. Enquanto discutia com Sugimori sobre as possibilidades do acessório, ambos tiveram um estalo quando pensaram em um problema que haviam percebido no RPG Dragon Quest II.

Acontece que os dois amigos adoravam esse jogo, e Tajiri precisava muito de um item específico que Sugimori tinha de sobra. Seria muito legal se houvesse a possibilidade de transferir itens de um amigo para outro. Essa ideia foi a semente que culminou em uma das características mais geniais de Pokémon: a possibilidade de comunicação com amigos não só para multiplayer competitivo, como era o pensamento comum da época, mas também para trocar itens com os amigos e trabalhar de forma cooperativa.

O jovem designer decidiu unir os conceitos de capturar e colecionar insetos do seu hobby de infância com as novas possibilidades de comunicação entre aparelhos, permitindo aos jogadores colaborarem entre si trocando monstrinhos para completar sua coleção e também travar batalhas multiplayer competitivas emocionantes com eles. Como as criaturas seriam guardadas em cápsulas, ele chamou seu novo produto de Capsule Monsters, um conceito inspirado em Ultraman e nos colecionáveis Gashapon (nome que também inspirou o conceito de jogos do tipo Gacha).



Cabo Game Link

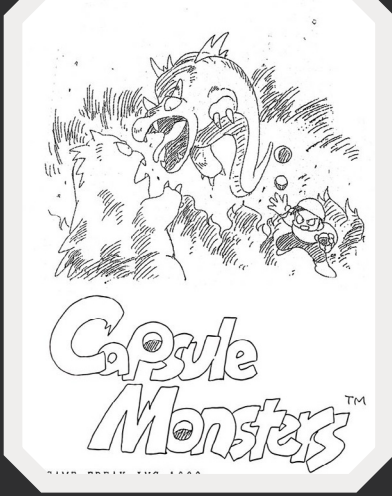


RPG Dragon Quest II



Gashapon Físico

Capsule Mosters Artwork



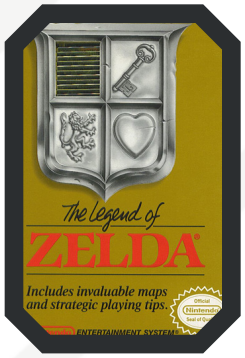
Quem nunca foi igual?

A ideia foi apresentada para os executivos da Nintendo com grande empolgação por Tajiri em 1990. Ele tentava explicar como gostaria de trazer para as crianças de hoje, confinadas nos ambientes urbanos, a emoção de sair pela natureza capturando e colecionando criaturas, além de dividir essa emoção com os amigos não apenas competindo, mas também colaborando uns com os outros.



Shigeru Miyamoto

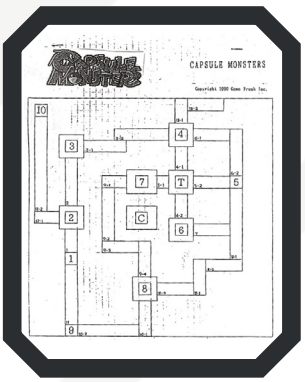
Quase todos os executivos da Nintendo acharam o conceito absurdo e fadado ao fracasso. Todos, menos um: Shigeru Miyamoto, reclinado em sua cadeira, viu a empolgação nos olhos de Tajiri, que se esforçava ao máximo para explicar seus conceitos. Por um momento, Miyamoto lembrou de si mesmo quando apresentou seu projeto para trazer às crianças de hoje a alegria e a aventura de explorar as matas e montanhas perto da sua casa de infância em Kiyoto, projeto este que culminou em The Legend of Zelda.



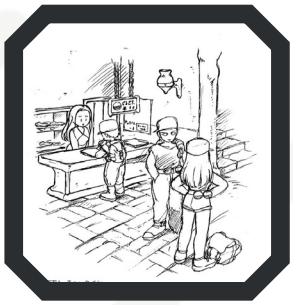
The Legend of Zelda

Miyamoto viu o potencial de Capsule Monsters e seu apoio foi essencial para que o projeto fosse aprovado pela Nintendo. Como homenagem ao idealizador do projeto e ao seu maior apoiador junto à diretoria da Nintendo, o protagonista e o principal rival nos primeiros jogos foram batizados, respectivamente, de Satoshi e Shigeru.

Capsule Monsters Artworks









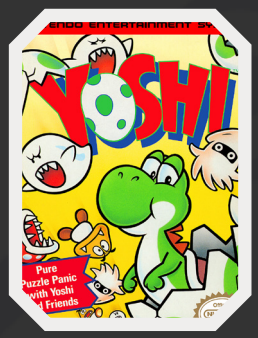
A minha vida é fazer o bem vencer o mal

Contudo, a Game Freak era uma empresa pequena, inexperiente e sem recursos para tocar um projeto desse porte. Entre a apresentação do conceito em 1990 e o lançamento do primeiro jogo, passaram-se nada menos que seis anos.

Como não é possível para uma empresa pequena se sustentar por muito tempo sem a entrada de recursos, a Game Freak desenvolveu uma série de trabalhos menores que pagaram as contas enquanto o projeto principal estava em desenvolvimento.

Nesse período, foram desenvolvidos jogos como Yoshi (NES), Mario & Wario (SNES) e Pulseman (Mega Drive). Esse foi um momento muito difícil para a Game Freak, especialmente pela inexperiência da equipe e diversos problemas financeiros. O próprio Tajiri teve que abrir mão de seu salário e ser sustentado pelo pai para conseguir manter a empresa aberta e prosseguir com seu sonho. Muitos funcionários abandonaram a Game Freak nessa época.

Outro problema foi a impossibilidade de registrar o nome Capsule Monsters, então o designer teve que pensar em outras alternativas. Primeiramente, ele cogitou contrair o nome para “Capomon”, mas a sonoridade não agradou à equipe. Depois, decidiram substituir a palavra “capsule” por “pocket”, resultando no nome que todos conhecemos: Pokémon.



Yoshi (NES)



Mario & Wario (SNES)



Pulseman (Mega Drive)

Pelo mundo viajarei, tentando encontrar...

Após muitos percalços, em 27 de fevereiro de 1996 finalmente chegaram às lojas os primeiros jogos Pokémon. Eles não tinham gráficos lindos, seu roteiro não tinha nada de mais e o código estava cheio de bugs e gambiarras devido à fragmentação nos trabalhos de programação que foram interrompidos e retomados diversas vezes durante seu longo desenvolvimento.
Então, por que fez tanto sucesso?



Pokémon Red bug

Pokémon é um produto genuinamente revolucionário e tem muitos conceitos geniais. Além do componente social competitivo e cooperativo que já falamos, seu objetivo não é tão somente vencer batalhas ou derrotar o inimigo final. Há um propósito maior por trás de tudo, que é capturar todos os monstrinhos disponíveis no jogo. Esse objetivo desperta a sensação do colecionismo no jogador e, de fato, reproduz o conceito de captura e coleta do antigo hobby de infância de Tajiri.

Outro conceito brilhante, sugerido por Miyamoto, foi lançar o jogo em duas versões distintas – Pokémon Red e Pokémon Green. Nenhuma das versões, isoladamente, possibilita a captura de todas as criaturas, sendo algumas exclusivas da versão Red e outras da versão Green. Isso faz com que haja incentivo para seus amigos comprarem uma versão diferente do jogo para que vocês possam realizar trocas entre si. Além disso, alguns Pokémon só evoluem por meio de condições específicas, como serem trocados entre jogadores, característica que reforça a necessidade de interação.

Pokémon Red



Pokémon Green

O hype foi às alturas para valer quando foram divulgados rumores sobre um Pokémon especial secreto que seria distribuído em uma promoção da revista CoroCoro Comic. A existência de um monstrinho inédito (Mew) atiçou a curiosidade dos jogadores a níveis estratosféricos, catapultando as vendas.



Revista CoroCoro Comic



Mew (Pokémon)

No Japão, as vendas combinadas de Pokémon Red, Green e Blue (uma versão revisada) superaram dez milhões de cópias e deram uma sobrevida inesperada ao Game Boy, que já estava no fim de seu ciclo de produção.

Muitos analistas imaginaram que o jogo não faria sucesso no Ocidente por possuir conceitos "japoneses demais", mas estavam redondamente enganados. Os jogos, lançados em 28 de setembro de 1998 nos Estados Unidos, repetiram o sucesso nipônico, com Pokémon Red e Blue combinados vendendo também dez milhões de cópias, com o detalhe de que Pokémon Green não foi lançado por essas bandas.

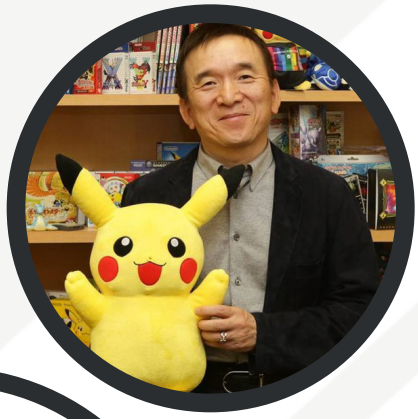


Pokémon Blue

Um Pokémon e com o seu poder, tudo transformar!

Com esse início humilde, surgiu um império de centenas de produtos licenciados, de jogos, revistas, livros e brinquedos a músicas, alimentos e roupas — Pokémon estava em tudo o que você pode imaginar. A marca segue cada vez mais forte, e novos jogos da série, como o recente Pokémon Legends: Arceus, para Nintendo Switch, são ansiosamente recebidos por uma legião de fãs. Uma jornada que, tal qual uma aventura de videogame, começou com um garoto que acreditou no seu sonho e conquistou o mundo com muito esforço, sacrifício, trabalho e o apoio de amigos fiéis.











Pokémon 26 anos!

Seleção N-Blast /GameBlast

É designer e gostaria de fazer parte da equipe?

Você tem experiência em design/diagramação, é apaixonado por jogos e sempre sonhou em produzir conteúdo para revistas especializadas em games? Então chegou o seu momento! Clique no link abaixo e vanha fazer parte da equipe GameBlast/Nintendo Blast.

DIAGRAMADOR* - Responsável pela diagramação das páginas das revistas.
Necessária experiência com o software Adobe InDesign e boa noção de design.
*Não remunerado.



INSCREVA-SE AQUI!



por ***Rhuan Bastos Rodrigues***

Revisão: Janderson Silva
Diagramação: Felipe Dantas

A franquia Pokémon e a influência social capaz de mudar vidas

Consolidada como a franquia de entretenimento mais lucrativa do mundo de acordo com dados da consultoria Title Max, a marca Pokémon vem se tornando cada vez mais intrínseca na vida das pessoas ao atingir um patamar que transcende o universo dos videogames e qualquer outra mídia. Arrisco-me a dizer que o universo dos monstrinhos de bolso possui uma influência que vai além do entretenimento ao tentar ativamente conectar a vida das pessoas, criando laços eternos e memórias especiais por onde quer que passe.

A importância da socialização

Após mais de vinte anos desde o início da grande febre Pokémon, que tomou conta do mundo inteiro no final dos anos 90, a icônica franquia dos monstrinhos de bolso iniciou o ano de 2022 mostrando que ainda sabe muito bem como capturar o coração de novos fãs, ao mesmo tempo em que se renova e evolui para atender às exigências do seu público mais antigo.







O sucesso crítico e comercial do recém-lançado Pokémon Legends Arceus (Switch) ajudou a colocar a série de jogos de volta ao topo dos holofotes no mundo dos videogames de grande porte, depois de passar muitos anos recebendo críticas e mais críticas por parte da comunidade de fãs. Apesar disto, é curioso notar que mesmo durante esse período conturbado em relação aos videogames, o constante crescimento da marca Pokémon como um todo nunca chegou a ser questionado. Muito pelo contrário, pode se dizer que o poder midiático de Pokémon hoje em dia já supera com facilidade a influência que a marca possuía no “auge da febre” dos anos 90.

O principal motivo para tanto sucesso não é apenas o merchandising, as cartas, animações, filmes ou outros tipos de produtos midiáticos. O que faz Pokémon ser especial sempre foi o aspecto social que a franquia busca promover desde a sua origem no Game Boy. A estratégia de vender o mesmo jogo em duas versões diferentes com o intuito de encorajar as trocas e interações entre os jogadores foi algo revolucionário e muito ousado para a sua época.

A partir dessa filosofia inicial, tudo de novo que envolve a franquia sempre tenta implementar algo que promova a socialização dos jogadores, sendo o maior exemplo disso a constante organização de eventos especiais que reúnem treinadores em lugares específicos do mundo real para que eles possam obter Pokémons raros dentro do seu jogo.





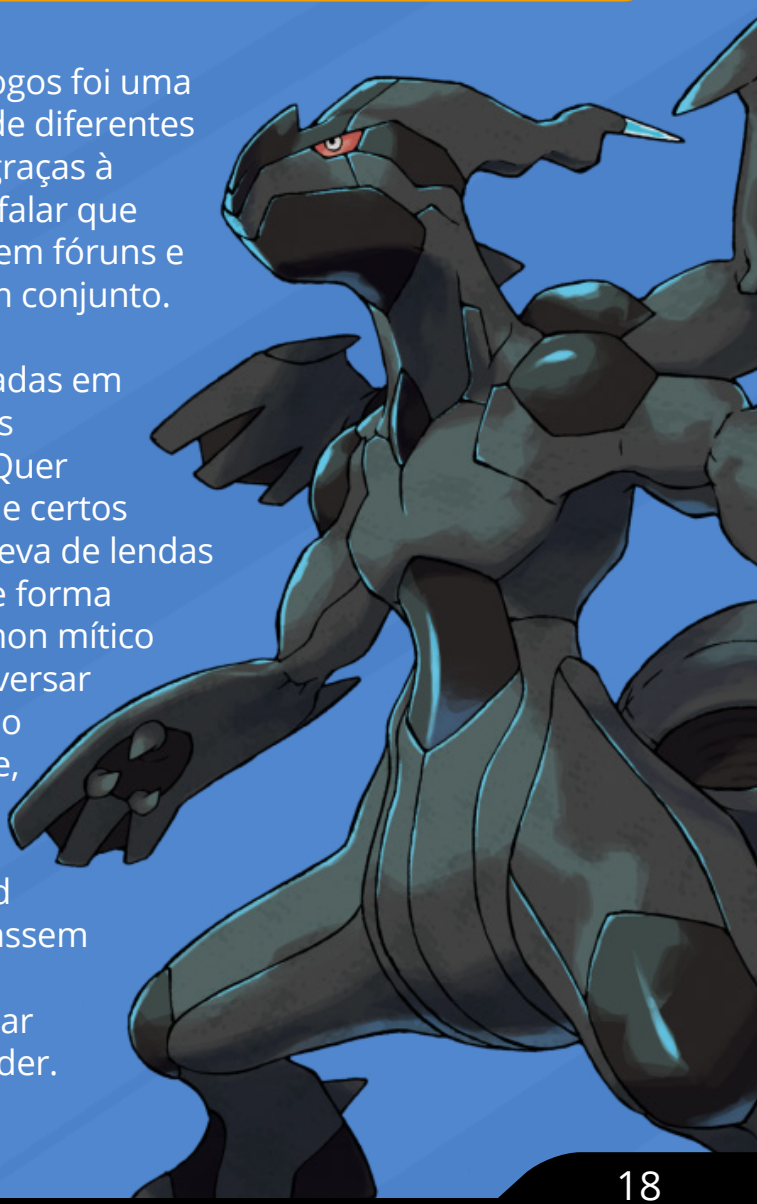
Chega a ser impressionante notar que quanto mais você se aprofunda na história da franquia, mais vai ficando claro que a socialização está interligada com o conceito inteiro de Pokémon. Por exemplo, você sabia que o cruzamento entre Pokémons capturados por jogadores de diferentes regiões do mundo real tem mais chances de resultar no nascimento de um Pokémon “Shiny”?





A adição dessa mecânica na quarta geração de jogos foi uma maneira de impulsionar a troca entre jogadores de diferentes países, que agora finalmente poderia acontecer graças à conexão Wi-Fi do Nintendo DS. Não preciso nem falar que isso estimulou diversos jogadores a se reunirem em fóruns e redes sociais na internet para organizar trocas em conjunto.

Longe de ser um caso único, essas mecânicas criadas em prol da socialização estão literalmente espalhadas por todo lado nos jogos e produtos da franquia. Quer mais exemplos? A mística em torno da raridade de certos Pokémons nos jogos foi gasolina para toda uma leva de lendas urbanas e histórias passadas de boca em boca de forma natural nos anos 90. Em Diamond/Pearl, o Pokémon mítico Spiritomb só pode ser encontrado depois de conversar com outros jogadores 108 vezes através da função Wireless do Underground Tunnel. Em Black/White, os jogadores podiam ganhar buffs especiais para utilizar na campanha ao interagir com outras pessoas no Entralink. Em X/Y, o advento do Friend Safari proporcionou que os jogadores se adicionassem como amigos no 3DS para facilitar a captura de Pokémons com habilidades raras. Poderíamos ficar aqui o dia inteiro, mas acho que já deu pra entender.





Transcendendo mídias

Há também diversos casos fora do mundo dos jogos que reforçam o quanto essa filosofia da socialização é interligada com a essência da marca. Por exemplo, a famosa série de animação japonesa que adapta o mundo da franquia para as TVs dedica com frequência episódios inteiros para mostrar os benefícios que a construção de amizades e rivalidades amistosas trazem para o seu desenvolvimento pessoal. O departamento responsável pelo jogo de cartas ilustradas oficial de Pokémon também promove a união de grupos de trocas e reuniões semanais de jogatinas, além de sediar campeonatos oficiais em diversos países do mundo. Se existe algum produto com o nome Pokémon, basicamente dá pra dizer que ele promove a socialização de alguma forma.

Às vezes essa característica ficava tão escancarada nos produtos que parecia que a marca tinha algum tipo de "dever social" a ponto de ficar obcecada em "melhorar a vida dos consumidores". Esse foi o caso do PokéWalker, um curioso apetrecho vendido em conjunto com os jogos HeartGold/SoulSilver, que basicamente misturava um pedômetro com Tamagochi. Não bastasse socializar com outras pessoas, quiseram te fazer praticar exercícios físicos na rua? Acho que encontramos o arqui-inimigo do sedentarismo e da solidão social.









Todos esses anos de dedicação à filosofia da socialização resultaram na criação de um fenômeno sem precedentes que juntaria todas essas ideias da forma mais acessível e social possível. Qualquer ser humano que vive fora das cavernas provavelmente já sabe que estou falando de Pokémon GO, o jogo de celular que foi responsável pelo segundo grande *Boom* de popularidade da franquia japonesa.

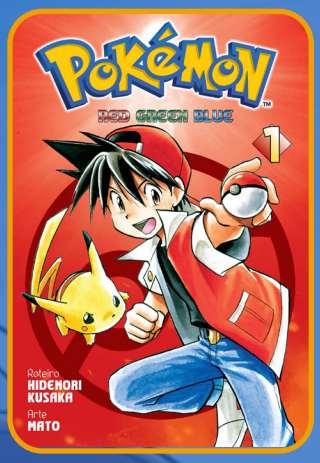
Unindo pessoas de todas as idades e países diferentes para caçar Pokémons e socializar nas ruas, o sucesso de Pokémon GO foi um furacão que protagonizou a cultura pop no ano de 2017. Não havia como fugir, pois até o papagaio da vizinha estava jogando ou comentando algo sobre o jogo. Artigos e pesquisas científicas foram produzidas para tentar explicar de alguma forma o fenômeno que ocorria na frente dos nossos olhos. É possível que nada na história do entretenimento chegue perto de replicar algo próximo do tamanho efeito que Pokémon GO provocou na sociedade.

Famílias e jogadores de todas as idades reunidos em parques e shoppings para competir, trocar e caçar Pokémons juntos. Amizades e laços eternos se desenvolvendo graças ao interesse em comum. Comunidades se formando e aglomerando multidões em eventos sociais e beneficentes. Pessoas saindo de suas casas para caminhar e se tornarem mais saudáveis. Era basicamente tudo que a franquia tentava promover em seus jogos, só que agora em uma escala global nunca antes vista. Não dá para explicar o que Pokémon GO fez. Você tinha que estar lá para ver.

Conectando o mundo

Hoje em dia, a franquia oferece produtos e experiências dos mais variados tipos e gostos para todas as pessoas. Não curte RPGs por turno, mas gosta de MOBAs de equipe competitivos? Jogue Pokémon Unite. Não gosta de videogames, mas ama histórias de ficção? Assista ao anime ou então leia os mangás baseados na obra. Assim por diante, a marca foi se expandindo para todos os lados, furando novos tipos de bolhas sociais a cada lançamento.

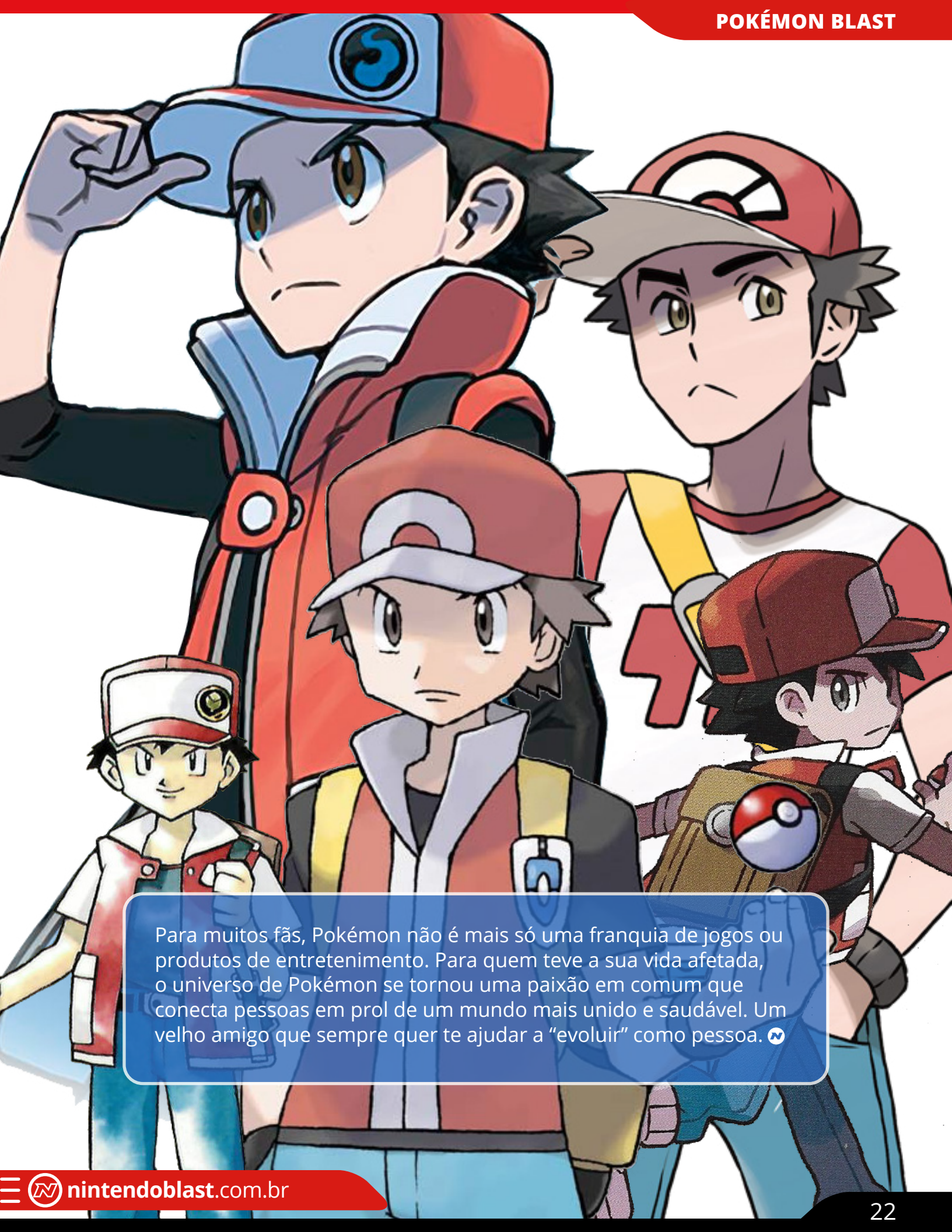




O que antes era um hobby, acaba terminando como algo que começa a mudar e fazer parte da sua vida de alguma forma. O redator que vos escreve, por exemplo, estabeleceu diversas amizades duradouras graças ao interesse em comum pela franquia. Seja no parquinho da colônia de férias ou buscando trocas específicas com pessoas de outros países nas redes sociais, o fato é que Pokémon foi responsável por me motivar a interagir com novas pessoas e formar laços com elas.

E não sou só eu que passei por algo parecido. Pergunte a qualquer pessoa que gosta ou já gostou de qualquer coisa de Pokémon. Eu garanto que é mais fácil encontrar um “Shiny” do que alguém falando que não teve a sua vida influenciada de alguma forma graças à paixão pela franquia.

Não importa se você atualmente não gosta mais da franquia por algum motivo, pois todo mundo que já foi fã sempre acaba lembrando com um carinho imenso da influência e das boas memórias proporcionadas pelos queridos monstrinhos de bolso. Existem até mesmo fãs que atualmente ganham suas vidas em cima de trabalhos relacionados, seja trabalhando de forma oficial com os direitos da marca ou cobrindo novidades e organizando eventos por fora.



Para muitos fãs, Pokémon não é mais só uma franquia de jogos ou produtos de entretenimento. Para quem teve a sua vida afetada, o universo de Pokémon se tornou uma paixão em comum que conecta pessoas em prol de um mundo mais unido e saudável. Um velho amigo que sempre quer te ajudar a “evoluir” como pessoa.

Guia N-Blast

Pokémon Let's GO Pikachu/Eevee

Fire Emblem: Three Houses

Essas edições estão disponíveis na Google Play Store!



E-BOOK POKÉMON LET'S GO R$ 1,99

E-BOOK FIRE EMBLEM: THREE HOUSES R$ 5,99

COMPRAR NO Google play

COMPRAR NO Google play

Disponível na amazon.com



por Victor Hugo Carreta

Revisão: Davi Sousa
Diagramação: Walter Nardone

Pokémon Legends: Arceus - Os primeiros passos pela região de Hisui

O mais novo jogo da franquia Pokémon chegou aos nossos consoles há pouco tempo e já conquistou milhares de jogadores ao redor do mundo. Com sua mecânica inovadora, temos em Pokémon Legends: Arceus uma fórmula que pode ser usada pelos próximos 25 anos. No entanto, novas mecânicas exigem uma curva de aprendizado diferente dos jogos clássicos. Pensando nisso, criamos para vocês um guia para o começo de sua aventura, que para muitos, inclusive este que vos escreve, será a parte mais difícil. Boa leitura!

Sempre saiba onde está

Em virtude do espaço geográfico das áreas presentes no game ser maior do que estamos acostumados, saber onde estamos e quais Pokémon podemos encontrar em uma determinada porção do mapa é crucial para nossa sobrevivência. Ainda, os recursos naturais como o **Medicine Leek**, erva presente na receita de poções, podem ser vistos de longe pois estão destacados graficamente. Ou seja, é fácil identificar quando é o chão



Medicine Leek no chão



Árvore de Apricorns

O mesmo vale para as árvores de frutas e apricorns: sua coloração é mais escura e são as únicas árvores do jogo que carregam folhas e frutos, as demais árvores presentes no jogo, por padrão, possuem apenas folhas e são mais claras. Sem falar que Pokémon como Burmy e Cherrim só aparecem em árvores frutíferas, logo, temos mais um indicativo de que podemos coletar recursos.



Acampamentos

Por mais que haja o sistema de *Fast Travel* (viagem rápida), não podemos fazer isso em qualquer lugar do mapa, e sim, nos acampamentos ou assentamentos. Portanto, se você não se lembrar de como se chega a determinado local, use a ferramenta de marcação (ícone da bandeira) e a distância em relação ao seu personagem será exibida.

É importante ressaltar também que cada porção possui um nome específico. Assim que passamos pelo local, seu nome será gravado no mapa e sempre remete a um determinado tipo de Pokémon, exemplo: **Horseshoe Plains** é famosa por abrigar uma Rapidash alfa e Ponyta selvagem.



Fast Travel

Torne-se um membro três estrelas

Em Pokémon Legends: Arceus temos um sistema de ranking do jogador, que permite a criação de novos itens e também aumenta o nível dos Pokémon selvagens que irão nos obedecer. Dessa forma, não pense que um Heracross alfa no Lv.45 lhe obedeça plenamente sendo um membro de apenas uma estrela. Então, como fazer para aumentar esse ranking?

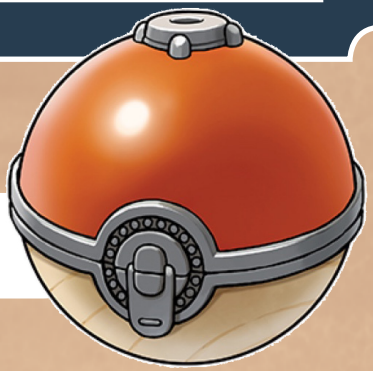


Ranking nível 1

A resposta é simples: complete missões da Pokédex e reporte ao professor Laventon em um dos acampamentos. Ao fazer isso, não só descobrimos mais sobre um determinado Pokémon, como também teremos acesso a novas receitas de itens que darão aquela mãozinha camarada nesse começo de jogo. Quem faz a promoção é a capitã Cyllene, presente no QG do Galaxy Team.


Capitã Cyllene

Para se ter uma ideia, os primeiros itens que temos acesso são pokébolas simples e poções. Ao atingirmos o nível 3, os Pokémon até o Lv.40 irão nos obedecer sempre (e ainda assim, alguns comandos podem falhar, então, tente manter seus Pokémon até o Lv.39), ganhamos diversas novas receitas e a principal delas é a da Great Ball, que nesse ponto do jogo é muito superior às pokébolas comuns, aumentando e muito nossas chances de capturar um Pokémon raro, como o Pikachu ou até mesmo um Pokémon alfa entre os níveis 20 e 30.


Pokébola de Hisui

Escolha bem sua equipe



Kleavor

Uma das características mais marcantes desse jogo é a capacidade de termos diversos exemplares da mesma espécie. Com isso, a chance de capturarmos um Pokémon com uma **Nature** favorável aumenta e temos condições de montar uma equipe bem equilibrada, capaz de responder às adversidades ou facilitar a captura de um Pokémon alfa.

Como todos sabem, o primeiro Pokémon que enfrentaremos como chefe é o Kleavor, evolução do Scyther, dos tipos BUG e ROCK. Sendo assim, Pokémon do tipo WATER são os mais indicados para causar dano. Na primeira área do jogo, Obsidian Fieldlands, a predominância é de Pokémon do tipo BUG além dos clássicos Bidoof, Starly e Shinx.

Durante a noite, a coisa muda um pouco de figura: Drifloon e Zubat infestam os campos e acredite, são mais úteis do que se pode imaginar. A combinação de tipos GHOST/FLYING do Drifloon por exemplo é perfeita para derrotarmos o Heracross alfa, já que nenhum - repito - nenhum de seus golpes causará dano dobrado. Inclusive, nem dano neutro pode ser causado.



Pokémon iniciais de Hisui

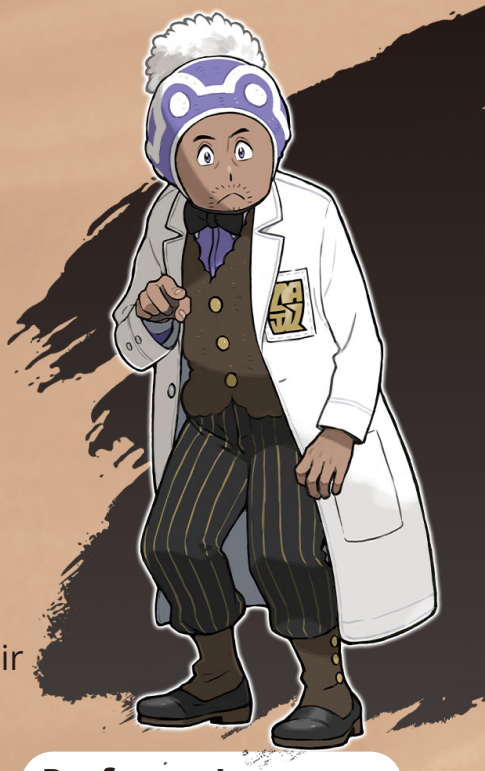
A escolha do Pokémon inicial também pode ser determinante para uma jornada bem equilibrada. Ainda que Cyndaquil tenha desvantagem contra o Kleavor, a predominância de Pokémon fracos para o tipo FIRE no começo do jogo é grande, logo, poderemos treiná-lo com facilidade.

Outro ponto positivo sobre a escolha do inicial é que, diferente dos outros jogos, ao atingir o nível em que normalmente se evolui, o Pokémon na verdade não ativa o processo instantaneamente. Com isso, podemos “prorrogar” o treinamento e pesquisa da Pokédex por mais tempo.

Retorne para a cidade mais vezes

Parte do processo de aumento de nível gira em torno da Pokédex. A cada novo marco atingido para um determinado Pokémon, como capturar 10 Bidoof por exemplo, ficamos mais perto de completar o registro daquele Pokémon e também para melhorar nossos ganhos de pesquisa ao reportarmos os avanços ao Professor Laventon.

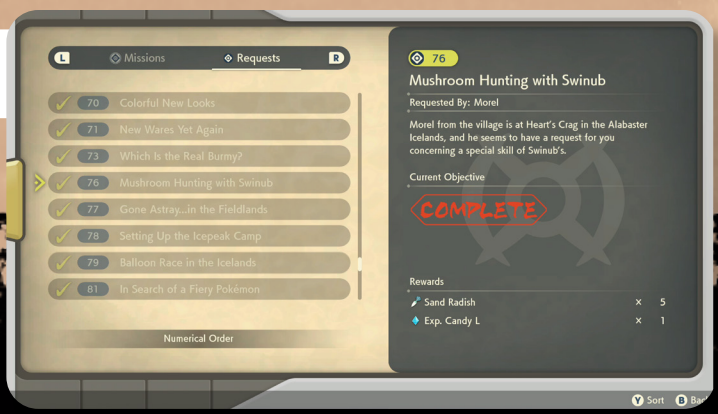
A ideia aqui é alcançar vários marcos de uma vez e reportar para o Professor. Assim que atingir um novo nível, retorne para a cidade e fale com a capitã Cyllene. Ao sair, veja se há side quests a serem feitas e as inicie. Passe em sua casa e durma até que o tempo ultrapasse um dia inteiro. Minha sugestão é sempre dormir até o meio dia, assim não precisamos fazer contas. Voltando para os campos, reinicie o processo para aumentar seu nível de estrelas e, de quebra, melhorar a qualidade da Pokédex.



Professor Laventon

Esse processo ainda nos ajuda na caça de Pokémon Alfa, que surgem de tempos em tempos em seus ninhos. O processo de volta para a cidade e retorno aos campos após a passagem de um dia faz com que esses poderosos Pokémon ressurjam, permitindo novamente a sua captura ou batalha para acumular experiência.

Missões de registro







Pokémon Alfa (Olhos Vermelhos)

Seja Organizado

Desde sempre, os itens são essenciais para nossas aventuras pelas regiões do universo Pokémon, e para otimizarmos algumas rotinas, é de suma importância que nossa mochila esteja sempre organizada. Na região de Hisui somos os responsáveis pela fabricação das ferramentas que iremos utilizar, logo, é imprescindível que nossa mochila não seja mais um empecilho.



Mochila

Garantir espaço suficiente para a coleta dos materiais que encontramos durante nossa expedição é tão importante quanto os itens que farão parte de nosso inventário. Use e abuse da reorganização automática através do botão de menos "-" do controle.

Ah, e tem como marcar aqueles que mais usaremos como favoritos, dessa forma, a cada nova organização automática, não sairão do lugar, uma vez que os itens definidos como favoritos sempre ocuparão as primeiras fileiras de nossa mochila. Se você acha que está carregando mais itens do que deveria, não exite em voltar para o acampamento para guardar os excessos ou, em último caso, expandir a quantidade de itens que você pode carregar em troca de um dinheirinho extra.



Itens de compra

E olha, vai uma grana para aumentar a quantidade de espaços: o ideal é aumentar aos poucos. Assim que tiver dinheiro suficiente para suas compras, faça o processo até esgotar ou até que seja possível incrementar três novas linhas, o equivalente a 15 espaços a mais.



NPC que aumenta a mochila

Instinto de sobrevivência

Pokémon Legends: Arceus irá nos testar das mais variadas formas, seja durante as missões, as batalhas ou até mesmo aquele cantinho escondido do mapa que está reservando um desafio acima de nossas capacidades. Por isso, tenha a seguinte frase como guia: “Se é arriscado, está errado!”. Em outras palavras, atente-se para o local onde está, quais Pokémon carrega consigo, quantos itens de cura e Pokébolas possui e por último (porém menos importante), retorne sempre que possível para a cidade e se reorganize, a fim de otimizar o tempo da jornada.



Ilustra Blast



"Pokebolas" por *Lucas Mathias*

POKEBOLAS

POKÉMON - RED



POKÉMON - LEGEND ARCEUS



Guias Blast

Super Smash Bros. Ultimate

The Witcher III: Wild Hunter

Essas edições estão disponíveis na Google Play Store!



COMPRAR NO Google play

COMPRAR NO Google play



por ***Renan Rossi***

Revisão: Diogo Mendes
Diagramação: Felipe Castello

POKÉMON LEGENDS ARCEUS

E AS INSPIRAÇÕES REAIS QUE RETRATAM A REGIÃO DE HISUI

A cada lançamento da franquia Pokémon, os fãs iniciam uma verdadeira jornada para conhecer quais espécies inéditas ou formas distintas de monstrinhos já conhecidos estarão presentes, além de regiões e histórias ainda não reveladas. Mais que isso, como se houvesse uma pokédex da curiosidade pronta para ser preenchida, realidade e ficção misturam-se numa receita formidável para entendermos referências e inspirações. O ciclo se repete em **Pokémon Legends: Arceus,** revelando as origens de Sinnoh num passado longínquo que atravessa o mundo dos games para alcançar a história e cultura japonesas.

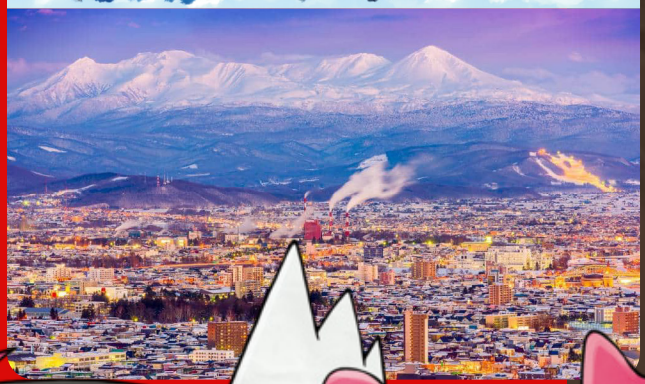
Já vimos essa ilha antes



Muitas regiões retratadas em Pokémon são alusões a localidades reais, sejam do Japão ou de outros países. Kanto, Johto e Hoenn, por exemplo, são referências diretas a territórios japoneses, enquanto Unova, Kalos e Galar compartilham elementos ocidentais baseados em aspectos culturais americanos, franceses e ingleses, respectivamente.

Sinnoh, a ilha onde ocorrem os eventos de **Pokémon Diamond/Pearl,** é retratada em um período de tempo muito anterior durante os eventos de Legends: Arceus. Eventos tão antigos que antecedem o próprio nome da região, chamada nessa época de **Hisui.**





De acordo com os mapas que reúnem todas as regiões presentes na franquia, Hisui/Sinnoh é localizada no extremo norte de Kanto, Johto e Hoenn, exatamente como a ilha de **Hokkaido** é localizada no ponto mais ao norte do Japão.

A referência vai muito além de sua posição geográfica. Hokkaido, a segunda maior ilha do arquipélago que forma o território japonês, é conhecida por reunir vários tipos de clima, desde ambientações com alta vegetação, regiões montanhosas e localidades portuárias, motivo pelo qual sua culinária é fortemente associada aos frutos do mar. Eventos tradicionais como o Festival de Neve de Sapporo ou a cozinha distinta da cidade portuária de Otaru nos trazem muitas ligações com cidades e vilarejos presentes em Sinnoh.





O mesmo vale para as várias encostas e vulcões de Hokkaido. A região abriga um complexo de vulcões ativos e inativos, servindo de popular destino turístico aos viajantes, sobretudo o **Monte Asahi,** um estratovulcão de aproximadamente 2.300 metros de altitude, considerado o ponto mais alto de Hokkaido e visível a vários quilômetros de distância. Em Legends: Arceus, temos o **Mount Coronet** na área central da ilha agindo como referência visual. Outro local inspirado em vulcões reais é a Stark Mountain.



A temporalidade de Hisui

Ao mergulharmos no passado de Legends: Arceus, somos apresentados ao vilarejo de Jubilife, o mesmo que se tornaria a Jubilife City de Diamond/Pearl séculos mais tarde. Além da pequena vila, muitos elementos, cenários e personagens do novo game ligam-se, direta ou indiretamente, aos eventos futuros de Sinnoh, tornando Hisui num tipo de ponte histórica entre as realidades temporais.

Sabemos que a cultura japonesa trilha um caminho muito semelhante no que diz respeito à preservação do passado como parte integrante do presente, desde aspectos religiosos, culinários, moda e costumes.

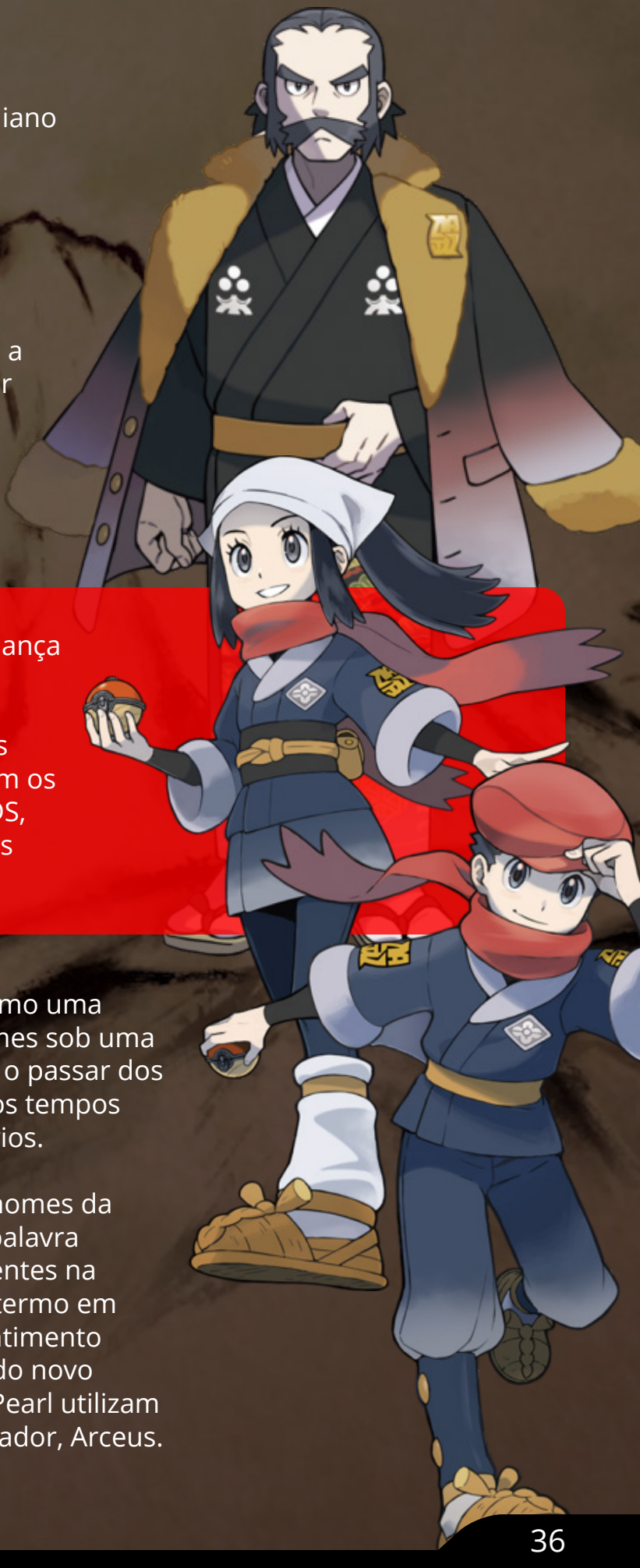




Legends: Arceus traz o mesmo sentimento, revelando ao jogador traços de uma época distante que ainda encontra espaço no cotidiano da série. As pokébolas, frutas, vestimentas, localidades geográficas e a incessante busca pelos monstrinhos estão todas lá, mas com aspectos diferentes dos que conhecemos.

O próprio termo hisui pode nos ajudar a esclarecer esse entendimento. Literalmente, a palavra significa “jade”, mas é possível aplicar um significado mais tradicional no contexto japonês. Hisui também é uma expressão utilizada como forma de título dado aos descendentes de pessoas de alto escalão.

Você já deve ter percebido o grau de semelhança entre os protagonistas de Legends: Arceus e os protagonistas de Diamond/Pearl, não é mesmo? Outros personagens e organizações também merecem atenção, como os clãs com os mesmos nomes das versões originadas no DS, que realizam cultos a pókemon considerados divindades dentro de suas crenças.



Ao que tudo indica, a expressão funciona como uma forma de aproximar elementos dos dois games sob uma perspectiva cultural e histórica. Mesmo com o passar dos anos, a cultura enraizada de Hisui chegou aos tempos de Sinnoh, mantendo suas nuances e mistérios.

O próprio Junichi Masuda, um dos grandes nomes da Game Freak, atribui uma aura misteriosa à palavra Sinnoh, em referência às várias lendas presentes na região do game. Significado parecido ao do termo em si, algo como “deus interior” ou um forte sentimento relacionado à crença de seu povo. Na Hisui do novo game de Switch, os antigos clãs Diamond e Pearl utilizam Sinnoh para denominar o deus pókemon criador, Arceus.

A cultura Ainu



Por ser a última região japonesa colonizada pelos povos do sul, processo ocorrido há cerca de 150 anos, Hokkaido é um ótimo exemplo dessa mescla cultural e religiosa. Antes da chegada dos outros japoneses, o local era habitado pela tribo indígena **Ainu,** adepta de costumes e culturas muito semelhantes aos retratados pelos povos presentes na Hisui de Legends: Arceus.



Os Ainu viviam numa região considerada isolada do mundo, tendo forte ligação com a natureza em todos os seus afazeres, desde danças e rituais até vestimentas e trabalhos manuais. Suas vilas compartilham uma arquitetura muito parecida com a retratada em Jubilife Village: pequenas casas de madeira ou pedra distribuídas uma ao lado da outra no entorno de rios ou à beira mar.

Quando apenas os Ainu viviam em Hokkaido (chamada por eles de *ainu moshiri,* ou “terra dos ainu”), boa parte do território era livre da ação humana, com sua flora e fauna intocados. A mesma ideia é trabalhada na Hisui de Legends: Arceus, trazendo uma natureza praticamente intacta com os pókemon vivendo em total liberdade.



Suas roupas, constituídas geralmente por túnicas coloridas e acessórios para a cabeça, como lenços e bandanas, são exatamente as vestimentas tradicionais entregues ao jogador no início de sua aventura por Hisui. Outros apetrechos, tais como bordados e desenhos de formas geométricas, também garantem uma boa relação cultural histórica entre o mundo real e o mundo pokémon.





Outra característica que liga a realidade ao game é o artesanato dos Ainu, em sua maior parte constituído de objetos com padrões únicos, desde vasos, panelas, cestas, agulhas de ossos e ferramentas de pedra. Além disso, ficaram muito conhecidos por sua cerâmica ornamentada.

Ao reunir os recursos espalhados por Hisui, o jogador pode manufaturar poções, remédios e as tão conhecidas pokébolas, que apresentam um aspecto mais rudimentar e amadeirado que, assim como os demais itens, passam realmente a ideia de algo feito à mão. Até mesmo a flauta Celestica, utilizada para chamar as montarias no game, tem uma certa ligação com o mukkuri, instrumento tradicional dos Ainu, feito à base de bambu.





Pokémon Legends: Kamui

Uma das grandes novidades de Legends: Arceus são os encontros com os chamados Noble Pókemon, criaturas cobertas por uma aura dourada e que exigem o trabalho conjunto entre treinador e pokémon para serem acalmadas. No enredo do game, eles são venerados pelos habitantes como divindades que protegem regiões específicas de Hisui. O primeiro encontro com um Noble Pókemon nos leva a conhecer Kleavor, considerado o “senhor das florestas”.

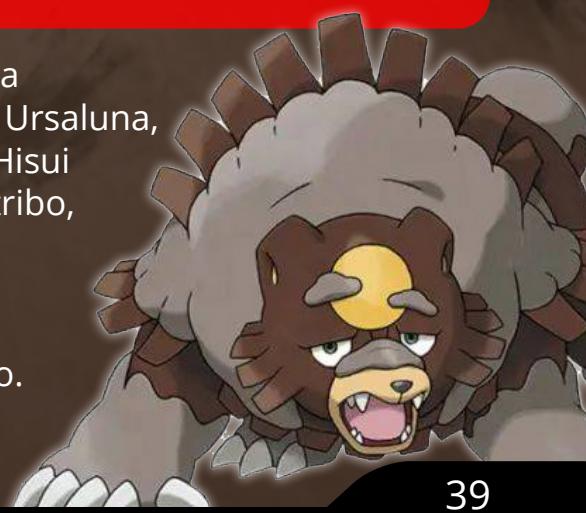




Na cultura Ainu, de religião monoteísta, existe a crença de que **Kamui,** o Deus Supremo, criador do universo e da natureza (qualquer relação com Arceus não é mera coincidência), geralmente é representado por um aglomerado de energia espiritual ou através de seres que conseguem possuir essa energia. Kamui está presente em todos os elementos, como fogo, vento, água, terra, som, plantas, animais, eletricidade e luz. Deu para notar a semelhança com alguns dos tipos existentes de pokémon? Pois é.

Muitos animais e plantas, para os Ainu, conseguem absorver a energia de Kamui, tornando-se servos guiados pelo ser supremo para zelar pela vida do povo. Tal premissa pode ser interpretada em Legends: Arceus com os Noble Pókemon, seres considerados guardiões e que agem sob influência do pókemon criador.

Outra característica dos Ainu presente no jogo de Switch é a colaboração entre humanos e pokémon, como é o caso de Ursaluna, a nova evolução de Ursaring, utilizado como montaria em Hisui para a obtenção de recursos escaváveis. Traço cultural da tribo, a sintonia com a natureza faz dos Ainu verdadeiros amigos dos animais, convivendo com eles desde filhotes até a vida adulta, quando alguns são sacrificados para tornarem-se alimento e outros devolvidos à floresta em sinal de respeito.





Assim como Ursaluna, mais três montarias encontradas no game (Basculegion, Wyrdeer e Braviary) também são alusões aos animais considerados sagrados pelos Ainu: salmão, lobo, falcão e urso.

Atualmente, existe uma forte atuação do governo japonês em preservar a cultura Ainu através de festivais, programas de socialização e resgate cultural, sobretudo seu dialeto, em respeito ao legado desse povo e sua contribuição para a história do Japão. Em apenas algumas referências, Pokémon Legends: Arceus parece ter feito um ótimo trabalho nesse sentido.

Hisui na arte

Partindo da história para a arte, encontramos um nome que é considerado o pioneiro do design gráfico japonês moderno: **Hisui Sugiura** (1876-1965). Após alguns trabalhos em capas de jornais e revistas, o artista estudou novos conceitos na Europa, retornando ao Japão para tornar-se um dos precursores no ramo de design comercial. Inaugurada em 1927, a hoje famosa Tokyo Metro Ginza Line, que aparece em muitos jogos de RPG japonês, teve seu pôster de inauguração desenhado pelo artista.



Boa parte do trabalho de Sugiura, publicado a partir de 1912, aproveitou-se de uma mudança cultural no Japão, que aos poucos apresentou a chamada *new woman,* ou a "nova mulher", em uma série de ações políticas e sociais que permitiram a ascensão das mulheres no mercado de trabalho. Além da contemporaneidade, os desenhos de Hisui Sugiura são carregados de cores e tons muito semelhantes aos trabalhados nas ambientações de Legends: Arceus, assim como na retratação de pessoas e paisagens.

Hisui no espaço

A palavra que dá nome à antiga região de Sinnoh também é encontrada na ciência espacial japonesa. Lançado pela SpaceX em 2019 da Estação Espacial Internacional (ISS) e acoplado no módulo experimental Kibo, o **HISUI** (*Hyperspectral Imager Suite*) é um sistema de observação cujo objetivo é a obtenção de dados para detecção remota de recursos no espaço, como petróleo, gás e minérios, bem como aplicações nos campos da agricultura e florestação.

Pode não haver uma relação aparente entre o sistema de satélite e a aventura de Legends: Arceus mas, como estamos falando de exploração no espaço, por que não relacionarmos o fato aos pókemon lendários de Sinnoh, Dialga e Palkia? Seriam os dois seres divinos uma espécie de observadores do espaço-tempo? E onde Giratina entraria nessa história de ficção?

Só uma coisa é certa: há muito mais entre o céu e a terra do que sonha nossa vã filosofia pókemaníaca.



Ilustra Blast



"Almighty Sinnoh" por ***Lucas Mathias***



Leve a **Revista Nintendo Blast** com você nas redes sociais! É só clicar e participar!



twitter.com/nintendoblast

Seguir



facebook.com/nintendoblast

Curtir



instagram.com/gameblast

Seguir



gameblast.com.br/podcast

Inscrever-se



nintendoblast.com.br/newsletter

Assine

Revista GameBlast 57

Neste mês de Novembro, a revista GameBlast traz todas as informações sobre o futuri em Cyberpunk 2077 (Multi)!



Contamos o que acontecerá de melhor na metrópole futurista Night City e sobre o RPG de mesa Cyberpunk 2.0.2.0 e muito mais

Baixe já a sua!

NINTENDO BLAST

Confira outras edições em:

nintendoblast.com.br/revista