

## A indústria dos jogos eletrônicos e as franquias<sup>1</sup>

Fabiana Veiga GUERRA<sup>2</sup>

Genio NASCIMENTO<sup>3</sup>

Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP

### RESUMO

A confluência entre jogos eletrônicos, cultura e novas tecnologias, promove uma relação com a cultura contemporânea. A indústria cultural, e o massivo consumo de conteúdos, impulsiona a indústria de jogos eletrônicos, criando superproduções com o intuito de propiciar novas experiências no ato de jogar e consumir conteúdo interativo. O Surgimento de grandes franquias do cinema e dos jogos eletrônicos ampliam o número de lançamentos de sequências e adaptações. Tal panorama dos jogos eletrônicos, pode gerar uma perspectiva otimista de que conteúdos midiáticos interativos possam resultar em novas experiências e alavancar novas formas de interação entre jogador e jogo, ou, em uma perspectiva pessimista, de um ciclo de padronização e limitação das novas potencialidades que os jogos eletrônicos possam oferecer.

**Palavras-chave:** Indústria Cultural. Indústria de Jogos Eletrônicos. Cultura Contemporânea. Franquias. Adaptações. Experiência

### 1 INTRODUÇÃO

A indústria cultural nos jogos eletrônicos diante da convergência tecnológica, onde cinema, rádio, televisão e os jogos eletrônicos constituem um sistema, possibilitou novas formas de consumo de entretenimento e a expansão do que podemos chamar de franquias. Para justificar essa afirmação, podemos olhar para um fenômeno comum, se está previsto o lançamento de um filme, a sua primeira exibição acontece no cinema, para conseguir mais lucratividade e, talvez para potencializar a experiência narrativa, os empresários fecham contratos com os produtores de jogos eletrônicos e o jogo é lançado

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT Comunicação Digital e Tecnologias, do PENSACOM BRASIL 2017.

<sup>2</sup> Mestra em Comunicação e Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Bacharel em Desenho Industrial pela Faculdade de Belas Artes de São Paulo. E-mail: fabisveiga@gmail.com.

<sup>3</sup> Mestre em Comunicação e Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Bacharel em Letras pela Universidade de São Paulo (USP). E-mail: genionascimento@gmail.com

no mesmo momento que o filme. Além de diversos produtos secundários, como peças de coleção, graphic novels, sites, blogs entre outras formas de consumo. Jenkins fala sobre isso no *Introdução de Cultura da Convergência*:

Cada vez mais, os magnatas do cinema consideram os games não apenas como um meio de colar o logotipo da franquia em algum produto acessório, mas um meio de expandir a experiência narrativa. Esses produtores e diretores de cinema haviam crescido como gamers e tinham suas próprias idéias sobre o cruzamento criativo entre as mídias; sabiam quem eram os designers mais versos final Prova de criativos e incluíram a colaboração deles em seus contratos. Queriam usar os games para explorar idéias que não caberiam em filmes de duas horas. (JENKINS, Henry, pag 35)

O mercado e a indústria de games evoluiu muito nos últimos anos e as consequências disso são investimentos cada vez maiores, chegando a ultrapassar os investimentos em cinema. A maior necessidade de captação de recursos e a aposta financeira dos grandes estúdios são resultados da expectativa do consumidor por superproduções, porém a indústria não consegue produzir novos Jogos com a experiência narrativa esperada pelo público, com a velocidade que o consumo por mídias acontece. Nesse cenário, a indústria de jogos eletrônicos, encontrou uma forma de sanar essa necessidade.

Os *remakes*<sup>4</sup> estão presentes da história dos jogos eletrônicos, isso é fato, muitos jogos produzidos para *Arcade*, migraram para *Atari* e depois para o *Playstation*, devido ao grande sucesso que emplacaram, mas não podemos esquecer que a experiência de jogo no *Arcade*, era diferente, os jogos eram mais curtos e rápidos e o intuito era que o jogador perdesse para comprar mais fichas e continuar jogando, O “console” estava presente em ambientes específicos de jogo, e o jogador ficava em pé manuseando os controles, quando o “console” ficou portátil, e se deslocou para a sala de estar das casas, o conforto permitiu a indústria de jogos, criar experiências mais narrativas e longas, onde o jogador poderia ter a experiência do jogo durante horas, ou dias para concluir uma trajetória, portanto nesse momento,

---

<sup>4</sup> Refilmagem é o termo em português equivalente ao inglês *remake* (tradução literal: "refazer") e é a designação usada para novas produções e regravações de filmes, telenovelas, jogos, seriados ou outras produções do gênero de ficção.

esses *remakes*, possuíam uma significativa justificativa, onde a narrativa inicial, era complementada graficamente e com novas formas de interagir no jogo.

Os *remakes*<sup>2</sup>, remasterizações, adaptações, continuam sendo utilizados pela indústria dos jogos eletrônicos, porém, o ponto, é que hoje, isso parece ser extremamente voltado a interesses comerciais, apenas. Talvez para resolver a questão de velocidade de lançamento *versus* velocidade de consumo da sociedade contemporânea. O presente artigo, lança um olhar sobre esse cenário, no intuito de identificar possíveis problemas na qualidade da experiência do jogo em detrimento do mercado e do consumo de franquias.

## 2 EXPERIÊNCIA

A experiência é definida pelo dicionário<sup>5</sup> como conhecimento ou aprendizado, obtido através de práticas e vivências, o conteúdo de uma experiência pode ser o que ela mesma representa, e está diretamente ligada a percepção.

O protagonista da experiência é definido por sua receptividade, sua disponibilidade para com a experiência, está lhe deixa marcas e o afeta diretamente.

Para Larrosa<sup>4</sup> (2002), a experiência é aquilo que “nos passa, o que nos acontece, o que nos toca”. Experiência não é somente o saber que vem do fazer ou da prática. Experiência como algo qualitativo,

[...] requer parar para pensar, para olhar, para escutar, pensar mais devagar, olhar mais devagar e escutar mais devagar; para sentir, sentir mais devagar, demorar-se nos detalhes, suspender a opinião, suspender o juízo, suspender a vontade, suspender o automatismo da ação, cultivar a atenção e a delicadeza, abrir os olhos e os ouvidos, falar sobre o que nos acontece, aprender a lentidão, escutar aos outros, cultivar a arte do encontro, calar muito, ter paciência e dar-se tempo e espaço (LARROSA, 2002, p. 24).

Os jogos eletrônicos, possuem um espaço rico de significação, onde os jogadores interagem potencializando conhecimentos, um espaço virtual, porém real, que pode

---

<sup>5</sup> Dicionário online de português - <http://www.dicio.com.br/experiencia/>

indicar a capacidade dos jogadores de reinventarem situações, construindo novas vivências e novos saberes.

Para entender melhor a experiência nos jogos eletrônicos, alguns autores como Luiz Gonzaga Motta<sup>6</sup>, defendem que a experiência dos jogadores vai além das questões de usabilidade, e interface, a experiência pode ser entendida como subjetiva e individual. Mesmo que jogadores compartilhem uma vivência, cada um deles dará um sentido para a mesma, criando uma experiência narrativa individual.

No Jogo em dupla, por exemplo, a experiência do jogador que ganhou o jogo é diferente da do jogador que perdeu. Mesmo jogadores que atuam em parceria terão experiências diferentes dependendo de suas habilidades. Se é um fenômeno, supõe uma alteração, o estado subjetivo da pessoa é modificado. Podemos dizer inclusive que a experiência com um produto qualquer, começa antes da própria interação, continua durante a interação e pode se estender após, inclusive alternando as mídias em que estão alocadas.

Bertocchi (2006), resumindo o pensamento do professor Luiz Gonzaga Motta, escreve:

A nossa tendência para organizar a experiência em forma narrativa é certamente um impulso humano anterior à aquisição da linguagem [...]. Diz-nos ele que são as narrativas que produzem significações e dão sentido às coisas e aos nossos atos. Traduzem o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo – o saber sobre a natureza física, as relações humanas, as identidades, as crenças, os valores e os mitos – em forma de relatos. Temos, segundo Motta, uma predisposição primitiva e inata para a organização narrativa da realidade (Bertocchi, 2006 p. 68)

A indústria de jogos eletrônicos faz parte de um mercado extremamente competitivo e amplo, em parte, devido ao advento das novas tecnologias em conjunto com a nova geração de consoles como *Playstation*, *Xbox* e *Nintendo Wii*, bem como o desenvolvimento para dispositivos portáteis, tais como *smartphones* de alto desempenho, *PSP Vita* e *Nintendo DS*, impulsionam as empresas que investem no desenvolvimento de jogos eletrônicos.

---

<sup>6</sup> Luiz Gonzaga Motta é jornalista, mestre pela *Indiana University* (USA), doutor pela *University of Wisconsin* (USA).

Mas apenas investir no desenvolvimento técnico para garantir o sucesso dos jogos que são lançados; não parece assegurar que o jogo que está sendo produzido é interessante e pode atrair a atenção dos jogadores e mais importante, propiciar uma boa experiência.

Mas como nós podemos medir a qualidade dos jogos (por exemplo, não só do ponto de vista técnico de qualidade do *software*), mas também de um ponto de vista mais conceitual (por exemplo, a experiência de jogo)?

Um grande problema que permeia a indústria de jogos digitais é que não há nenhum material formalizado que especifique a qualidade nos jogos eletrônicos. O que existe é a adoção de um conjunto de boas práticas que são de conhecimento comum dentro da indústria.

Vamos considerar um jogo de qualidade nesse artigo, como um jogo que valorize o potencial gráfico, estético, narrativo e a jogabilidade<sup>7</sup> (*gameplay*) de uma produção em ambiente digital.

### 3 FRANQUIAS CINEMATOGRAFICAS E ADAPTAÇÃO PARA OS JOGOS ELETRÔNICOS

Muitos filmes lançados na década de 70 e início dos 80 iriam desenhar de forma fundamental um panorama do que seria o cinema blockbuster, uma das maiores franquias atuais do momento surge a partir desse panorama, a franquia *Star Wars*, que causou na época do seu lançamento um grande impacto cultural e contínua influenciando a cultura pop.

Desde 1975 os filmes se tornam os responsáveis pelos maiores lucros dos estúdios. Os estúdios começariam a ter cada vez mais o surgimento de outros produtos midiáticos como televisão, vídeo, jogos eletrônicos, parques temáticos, brinquedos e qualquer outra mercadoria que pudesse de alguma maneira ter relação com o filme.

Uma das grandes mudanças sentidas no meio cinematográfico foi no fim do Código Hays<sup>8</sup>. O Código Hays sugeria três pontos que deveriam ser seguidos pela indústria

---

<sup>7</sup> **Jogabilidade** (em inglês, *gameplay* ou *playability*) é um termo na indústria de jogos eletrônicos que inclui todas as experiências do jogador durante a sua interação com os sistemas de um jogo, especialmente jogos formais, e que descreve a facilidade na qual o jogo pode ser jogado, a quantidade de vezes que ele pode ser completado ou a sua duração.

cinematográfica, não era obrigatório, porém caso não fosse seguido o filme poderia não ser liberado para exibição nas grandes salas:

- 1 – Não deve ser produzido nenhum filme que diminua os padrões morais do espectador, por isso a simpatia do público nunca deve ser direcionada para o lado do crime, da má conduta, do mal ou do pecado.
- 2- Padrões corretos de vida, sujeitos apenas aos requisitos do drama e do entretenimento, devem ser apresentados.
- 3 –A Lei, natural ou do homem, não deve ser ridicularizada, e não se deve criar simpatia por sua violação.

Com o término do Código Hays e da Liga de Decência, a classificação dos filmes veio a ser etária o que mostra que a sociedade conservadora de antes tinha mudado em vários aspectos. As novas ideias, e os jovens produtores e diretores, acabariam tendo destaque nos filmes seguintes, devido a grande necessidade dos estúdios em reaver o público que havia perdido desde a popularização da televisão. Uma visão nova e dinâmica acabaria sendo aplicada por diretores como Francis Ford Coppola, Martin Scorsese, George Lucas e Steven Spielberg.

Os filmes eram lançados simultaneamente em várias salas de cinema, o espectador seria massacrado pela publicidade criada a partir do filme, os diretores que melhor aproveitaram o marketing massivo foram Steven Spielberg e George Lucas. O primeiro criando uma vasta gama de produtos para serem comercializados antes e após o lançamento de *Star Wars* e o segundo apostando em divulgar o suspense da trama e os recursos tecnológicos para o filme *Tubarão*.

O custo de produção dos filmes estava se ficando cada vez mais alto, o investimento no marketing e na divulgação poderia, em muitos casos, se aproximar do de produção, mas mesmo que o filme não tivesse a bilheteria esperada e não gerasse o lucro esperado, uma alternativa vista pelos estúdios era tentar recuperar o que foi investido através de um mercado secundário.

Voltamos então para o que Jenkins citou em cultura da convergência:

---

<sup>8</sup> Will H. Hays foi diretor da Associação de Produtores e Distribuidores de Hollywood, criou em 1927 uma lista informal de sugestões para melhorar a imagem da indústria. Em 1934, a Igreja Católica criou uma Liga da Decência para ajudar a impor o código. Cf. Almanaque do Cinema Omelete, p. 21

Esses produtores e diretores de cinema haviam crescido como gamers e tinham suas próprias ideias sobre o cruzamento criativo entre as mídias; sabiam quem eram os designers mais final criativos e incluíram a colaboração deles em seus contratos. Queriam usar os games para explorar ideias que não caberiam em filmes de duas horas. Tais colaborações significariam tirar todo mundo de suas “zonas de conforto”, como explicou um agente de *Hollywood*. Seriam relações difíceis de sustentar, já que todas as partes temiam perder o controle criativo, e já que o tempo necessário para desenvolvimento e distribuição era radicalmente diferente. A empresa de games deveria tentar sincronizar seu relógio ao imprevisível ciclo de produção de um filme, na esperança de chegar ao *Wal-Mart* no mesmo fim de semana da estreia do filme? Os produtores do filme deveriam aguardar o também imprevisível ciclo de desenvolvimento do game, esperando sentados, enquanto um concorrente rouba sua ideia? O game seria lançado semanas ou meses após todo o barulho em torno do filme já ter acabado ou, pior, depois de o filme fracassar nas bilheteiras? O game deveria se tornar parte do planejamento publicitário para um grande lançamento, mesmo que isso significasse iniciar o desenvolvimento antes mesmo de o estúdio dar “sinal verde” para a produção do filme? Trabalhar com uma produção para TV é ainda mais desgastante, já que o tempo é bem mais curto, e o risco de a série nem ir ao ar, bem mais alto. (JENKINS, Henry, pag 35 e 36)

Pensando em todo esse processo, envolvendo duas grandes indústrias, a de cinema e a de jogos eletrônicos, um ponto importante a questionar, é com tantas adaptações, será que o processo criativo está sendo valorizado? Será que estamos criando um referencial a partir de uma experiência anterior, ou meramente criando expectativas de uma história já conhecida, jogos eletrônicos possuem um eixo distinto, que é a interatividade, e para que o jogador crie um envolvimento, e possa imergir, envolvendo-se assim na narrativa, de forma participativa, é preciso levar isso em conta, transportar uma narrativa linear sem considerar certos pontos de especificidade podem distanciar o propósito do jogo eletrônico ou simplesmente tornar a experiência pobre do ponto de vista da jogabilidade.

Entretanto, veja a citação de Linda Hutcheon sobre um trecho de Benjamin:

Por sua própria existência, as adaptações nos lembram que não há algo como um texto autônomo ou um gênio original capaz de transcender a história, seja pública ou privada. Elas também afirmam, entretanto,

que esse fato não deve ser lamentado. Para utilizar a forte imagem de Benjamin, “os traços do contador de histórias agarram-se à própria história do mesmo modo como as impressões digitais do ceramista prendem-se ao vaso” (BENJAMIN, 1968, p. 91). O mesmo acontece com os traços do adaptador intérprete-criador em relação a adaptação. (HUTCHEON, Linda. 2001 p. 156)

Meu ponto é que as adaptações dos filmes para os jogos eletrônicos podem ser positivas, desde que pensadas como uma experiência contínua, relacionada com as especificidades e possibilidades que a mídia proporciona, e não apenas mais do mesmo, vendendo ideias já consolidadas pelo estouro de vendas ou de bilheteria pensando apenas no consumo e no lucro. Cinema e Jogos eletrônicos são desdobramentos de uma indústria que vende experiências na área do entretenimento, onde seu retorno tende a gerar benefícios mútuos.

Jogos de videogames derivados de filmes populares, e vice-versa, são formas óbvias de capitalizar uma “franquia” e expandir seu mercado. Mas quão diferente isso é da decisão de Shakespeare de escrever uma peça baseada naquela antiga história de dois adolescentes apaixonados, ou, a propósito, da escolha de Charles Gounod de compor o que ele esperava que fosse uma ópera de sucesso sobre eles? (HUTCHEON, Linda. 2001 p. 57)

#### **4 AS FRANQUIAS NA INDÚSTRIA DE JOGOS ELETRÔNICOS**

Pessoas que formavam fila nas lojas de Jogos no dia 26/10/2015 à noite para comprar o novo jogo da franquia *Halo* no momento de seu lançamento, essas pessoas eram, em sua maioria, mais jovens que o próprio *Halo*. A franquia do jogo mais popular da *Microsoft* está completando 14 anos, e embora o jogo lançado em outubro se chame *Halo 5*, ele é, na verdade, a 13ª versão do *Halo* a ser publicada.

Esse é apenas um exemplo da massiva repetição de jogos consagrados no mercado de jogos eletrônicos, temos outros nomes importantes, como *Tomb Raider*, *Call of Duty*, *Assassin's Creed*, entre muitas outras franquias que além de se repetirem no universo dos jogos eletrônicos, foram adaptadas para o cinema (*Tomb Raider*, por exemplo) e para a literatura (*Assanssin's Creed*).



Na maior parte dos casos de adaptação de jogos eletrônicos para cinema, os resultados são meros “*commodities*”<sup>9</sup> da indústria cultural, cuja função é, acima de tudo, poupar investimentos de criação e aproveitar um público já fidelizado.

Mas voltando para os jogos eletrônicos, vejamos o que Marie-Laure Ryan em entrevista para o artigo *Videogames* por uma poética da interatividade de Júlia Pessôa<sup>10</sup> diz a respeito das franquias de jogos eletrônicos:

*Júlia Pessôa – A narrativa se tornou um campo crescente nos Game Studies. Você acha que os aspectos da narrativa dos jogos realmente estão sendo tomados em consideração pelos designers de games da atualidade ou a relevância acadêmica da narrativa nos ajuda a identificar características desta natureza em videogames com mais facilidade? (Ou mesmo as duas opções).*

*Marie-Laure Ryan – Infelizmente, os games são fortíssimos produtos comerciais, caros para serem criados, e o objetivo das empresas que os desenvolvem é lucrar. Isso significa que eles tendem a usar a mesma fórmula repetidamente para garantir o sucesso financeiro. Se os jogadores gostaram de Prince of Persia, Doom, Fable ou qualquer outro jogo, eles vão querer Prince of Persia 2, 3, 4, 5, etc. Para as pessoas realmente interessadas na inovação, é preciso olhar para games independentes. Estes jogos não têm os recursos financeiros de que os comerciais dispõem, e talvez por isso mesmo, os designers sejam forçados a se concentrar mais no enredo e menos em efeitos especiais.*

Talvez a fórmula mais fácil do sucesso nas franquias de jogos eletrônicos seja a dos jogos de esportes, que vêm com uma justificativa natural para as atualizações anuais, com novos campeonatos, jogadores e times. As franquias de jogos de esporte estão entre as mais vendidas no mundo, e hoje já são organizados campeonatos online, com uma participação que se iguala a de um estádio de futebol.

Esse ciclo anual de lançamentos parece bom para a produtora, mas, na realidade, está por trás dos problemas que a indústria enfrenta para criar jogos que alcancem as expectativas de consumo, com narrativas complexas, gráficos deslumbrantes e uma alta

---

<sup>9</sup> *Commodity*: termo da língua inglesa (plural *commodities*), que significa mercadoria.

<sup>10</sup> Júlia Pessôa é graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2008), é mestre pela linha "Estética, redes e Tecnocultura" do Programa de Pós-Graduação "Comunicação e Sociedade", da Facom-UFJF.

jogabilidade. Muitas vezes a produtora se vê obrigada a relançar títulos remasterizados, exatamente iguais aos originais, apenas prometendo melhores gráficos, o que hoje é possível graças a tecnologia 3D de alta qualidade, gerando renda, enquanto jogos que demandam muito tempo e investimento são processados.

Nesse ponto podemos olhar para o fator gráficos de alta performance, esse com certeza, sozinho, não é um ponto que possa ser caracterizado como qualidade em um jogo, a qualidade de que falamos aqui está ligada a qualidade narrativa, gráfica e de jogabilidade, a experiência tem que ser completa, para que o jogador possa participar interativamente da história.

Há um pessimismo da própria indústria de games no que diz respeito ao exagero de sequências e repetições.

Em entrevista à *MTV Multiplayer em 2008*, o CEO da empresa *Electronic Arts*, John Riccitiello, disse acreditar que "o que guia nossa indústria é a qualidade, e acho que a cada vez que compramos licenças para adaptação e a exploramos com uns games porcaria damos um passo para trás. Não é isso que somos", declarou.<sup>11</sup>

Acredito que sua declaração seja a respeito do potencial criativo, técnico e tecnológico que as indústrias de jogos possuem hoje, e que novas narrativas, novas formas de interação podem ser exploradas, porém as produtoras ficam estagnadas fazendo mais do mesmo. Marie-Laure Ryan em entrevista para o artigo *Videogames* por uma poética da interatividade de Júlia Pêsoa diz:

[...]O problema é se esse “mais” pode ou não ser utilizado a serviço da narrativa. Os obstáculos para o potencial narrativo de jogos são (1) econômicos – os pedidos de “mais do mesmo”, trazendo apenas mais realismo a versões antigas; e (2) o paradoxo interativo.

#### **4.1 O CASO ASSASSIN'S CREED**

A franquia *Assassin's Creed*, é massivamente explorada, em uma série de jogos eletrônicos de aventura e ficção jogados em um ambiente de mundo aberto (o jogo permite que o jogador explore o mapa em missões simultâneas a narrativa central). Além da série de jogos para consoles, temos uma infinidade de aplicativos e jogos para

---

<sup>11</sup> <http://m.omelete.uol.com.br/games/noticia/electronic-arts-cansou-de-adaptar-franquias-do-cinema/>

dispositivos móveis, a franquia foi adaptada para a literatura, o cinema e os quadrinhos. A trama central dos jogos *Assassin's Creed* envolve-se a partir da rivalidade entre duas sociedades secretas antigas: os Assassinos e os Templários.

O jogo *Assassin's Creed II*, por exemplo, foi desenvolvido pela *Ubisoft*, com uma proposta intermediática, lançado para os consoles *Playstation 3*, *Xbox 360* e *PC's*. A partir do jogo eletrônico, o enredo se desdobrou para outras mídias, em alguns casos apenas adaptações, em outros houve a expansão do universo original. Considera-se uma franquia transmídia<sup>12</sup>, já que em seus produtos existem fronteiras midiáticas, por onde a narrativa se estende.

Há fortes motivações econômicas por trás da narrativa transmídia. A convergência das mídias torna inevitável o fluxo de conteúdos pelas múltiplas plataformas de mídia. Na era dos efeitos digitais e das imagens de alta resolução, o universo dos games pode ter quase exatamente a mesma aparência do universo dos filmes - pois estão reutilizando muitos dos mesmos recursos. Tudo sobre a estrutura da moderna indústria do entretenimento foi planejado com uma única ideia em mente - a construção e expansão das franquias de entretenimento. (JENKINS, 2008, p.148)

Apesar das motivações econômicas do mercado para criação de narrativas transmídias, nesse caso, a produtora acertou, tanto o jogo como os produtos derivados, foram bem aceitos e fizeram muito sucesso, vendendo milhões de cópias. Talvez por isso a *Ubisoft* se motivou a continuar explorando vorazmente a série.

Vejamos a cronologia dos lançamentos, desde o surgimento da narrativa inicial.

Período histórico	Título	Ano	Consoles
Terceira Cruzada	<i>Assassin's Creed</i>	2007	<i>PlayStation 3, Xbox 360</i>
	<i>Assassin's Creed: Altair's Chronicles</i>	2008	<i>Android, iOS, Symbian, webOS, Windows Phone</i>
	<i>Assassin's Creed: Bloodlines</i>	2009	<i>PlayStation Portable</i>
Renascimento	<i>Assassin's Creed II</i>	2009	<i>PlayStation 3, Xbox 360</i>

<sup>12</sup> **Transmídia** é o fenômeno do transporte da informação para as múltiplas plataformas de comunicação.

	<i>Assassin's Creed II: Discovery</i>	2009	iOS
	<i>Assassin's Creed: Brotherhood</i>	2010	PlayStation 3, Xbox 360
	<i>Assassin's Creed: Revelations</i>	2011	PlayStation 3, Xbox 360
<u>Era Colonial</u>	<i>Assassin's Creed III</i>	2012	PlayStation 3, Xbox 360, Wii U
	<i>Assassin's Creed III: Liberation<sup>a</sup></i>	2012	PlayStation 3, Xbox 360
	<i>Assassin's Creed IV: Black Flag</i>	2013	PlayStation 3, Xbox 360, Wii U, PlayStation 4, Xbox One
	<i>Assassin's Creed Rogue</i>	2014	PlayStation 3, Xbox 360
	<i>Assassin's Creed Identity</i>	2014	Android, iOS
<u>Revolução Francesa</u>	<i>Assassin's Creed Unity</i>	2014	PlayStation 4, Xbox One
<u>China Imperial</u>	<i>Assassin's Creed Chronicles: China<sup>b</sup></i>	2015	PlayStation 4, Xbox One
<u>Era Vitoriana</u>	<i>Assassin's Creed Syndicate</i>	2015	PlayStation 4, Xbox One

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Assassin%27s\\_Creed](https://pt.wikipedia.org/wiki/Assassin%27s_Creed)

O jogo eletrônico, *Assassin's Creed Rogue* de 2014, possui alta qualidade gráfica, uma jogabilidade fluida, já que, existem muitas missões para realizar, escolha de rotas, envolvimento com a narrativa, possibilidade de escolhas interativas, porém, para quem já jogou todos os jogos da série, ou pelo menos, alguns, tudo é muito repetitivo e clichê, e a impressão geral do jogador, é que está passando pelas mesmas tramas e mesmos cenários dos jogos anteriores.

As desenvolvedoras de jogos eletrônicos, em geral, têm potencial para desenvolver novos jogos com um universo ficcional tão rico quanto o de *Assassin's Creed*, com novas possibilidades de interação e novas experiências em jogos de mundo aberto, ou pelo menos explorar a mesma série, mas com novos recursos e possibilidades, valorizando uma experiência de qualidade por parte do jogador, já que o usuário já está totalmente adaptado com a mecânica do jogo, e bastante habituado aos cenários históricos.

## **5 CONCLUSÕES GERAIS**

O consumo de jogos eletrônicos na sociedade contemporânea cresce aceleradamente, portanto é importante pensar em como estes produtos da indústria cultural estão sendo pensados e desenhados, a finalidade do consumo é inegável, já que a movimentação financeira da indústria de jogos eletrônicos ultrapassa o da indústria do cinema, tornando-se um dos meios mais lucrativos de entretenimento, mas é possível, mesmo dentro do universo das franquias e das superproduções, criar experiências de qualidade, que criem narrativas que priorizem as especificidades do meio interativo a qual o jogo eletrônico faz parte, evitando um esgotamento da franquia ao ponto de tudo parecer mais do mesmo.

## **6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

HUTCHEON, Linda. *Uma teoria da adaptação*. Trad. André Cechinel. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2011. 280p.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Editora Aleph, 2014

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: *Obras escolhidas. Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1994.

PESSÔA, Júlia. Videogames por uma poética da interatividade – entrevista com Marie-Laure Ryan. *Revista Lumina*. Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF, 2010

RYAN, Marie-Laure. *Avatars of Story*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006