

A narrativa transmidiática do game Sr. White e o fenômeno da interatividade na multiplataforma¹

Lucas Thaynan Gomes dos SANTOS²

Lucas Bezerra de SOUZA³

Ronaldo Bispo dos SANTOS⁴

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

RESUMO

Este projeto explora o ambiente interativo da multiplataforma, a partir da construção do *game* Sr. White, dissolvendo a história principal do jogo por meio de outras mídias, assim como a rede social *Twitter*. A construção deste produto se embasa nos conceitos da narrativa transmidiática e é fruto de trabalho desenvolvido na disciplina de Estética da Comunicação. Tomando como inspiração obras como de Sherlock Holmes e o filme *The Bourne Ultimatum*, o escopo do projeto se atenta a levar o usuário a uma nova experiência, lhes fornecendo mais do que entretenimento, uma nova forma de consumo cultural.

PALAVRAS-CHAVE: game; Sr. White; interatividade; multiplataforma; transmídia.

1 INTRODUÇÃO

Criados inicialmente para o entretenimento, os *games* dessa última década passaram a ter uma conotação mais abrangente no mundo das novas tecnologias, seus designs cada vez mais realísticos nos transportam a quase uma vivência real, onde o consumidor é obrigado a ter um nível de entendimento básico em raciocínio lógico, interpretação textual, estratégia, etc.

Começamos a perceber que os jogos eletrônicos passam a ser produtos de consumo cultural, pois eles nos oferecem bem mais do que apenas diversão, propõem aprendizados, compreendendo aspectos da realidade alternativa como as que se podem viver no dia a dia.

Arquitetura perfeita, uma narrativa que agrega cultura, arte e literatura, assim como: mitologias, cotidiano, crenças, religião e entre vários temas relacionados com a vida humana. Trabalham nossa mente como uma forma de aprendizado e que desperta uma

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Games.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social: Jornalismo, email: lucasthaynan.mcz@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social: Relações Públicas, email: bezerralucas10@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social: Jornalismo e Relações Públicas, email: ijabutre@yahoo.com.br.

curiosidade mútua no que as novas tecnologias podem acrescentar em nossas vidas. Como apresentam Barbosa e Silva (2014) os jogos possuem um papel fundamental na sociedade, provocam desenvolvimentos tecnológicos e possibilitam maior engajamento social.

Talvez na década de 60, ninguém imaginaria que os jogos ocupariam uma posição de destaque no mercado mundial de entretenimento. Talvez também não fosse clara sua utilização na educação, na saúde, no treinamento de pilotos e na produção de notícias. (...) As possibilidades são infinitas quando utilizamos a imaginação. Nesse sentido, podemos dizer que os games nos fazem exercitar nosso cérebro, ampliando nosso poder de concentração para resolver problemas e encontrar soluções (BARBOSA e SILVA, 2014, p. 15 e 16).

Hoje obtemos inúmeras formas de *jogabilidade* em um mesmo jogo eletrônico, seja ele em um console, computador, ou até mesmo em um *smartphone*. Mas, o que diria em juntar algumas destas plataformas numa singularidade e simultaneidade em um jogo apenas. O computador ligado no *game*, e o *smartphone* conectado à internet, com aplicativos necessários para a dinâmica exigida, dando acesso às redes sociais e imagens agregado ao desenrolar do projeto.

Estas são algumas das características desse projeto, que agrega o mundo virtual ao real e parte não apenas de uma proposta de criação de um novo ambiente virtual em formato de jogo, mas se atenta a possibilitar um novo modo de *jogabilidade* entre as ferramentas disponíveis e o usuário. Propomos uma interatividade nunca mencionada no mundo virtual dos games. A particularidade desta ideia é a da exploração das multiplataformas: característica peculiar que fará com que o jogador esteja totalmente imerso nessa realidade reconstruída.

Compreendendo as multiplataformas como uma evolução da gestão de comunicação integrada, a partir de um cenário midiático pulverizado pela quantidade de impactos possíveis, como pela experiência do consumidor, elas permitem diferentes formas de consumo de mídias, favorecem novos tipos de engajamento, baseados na padronização que exclui e no mais pessoal que inclui, aproxima, dá poder, gera a sensação de exclusividade, de acesso, de inclusão – posto que o consumo exclui da massa e inclui no âmbito da diferenciação (CUNHA, 2010, p. 156).

Por muitos anos o consumo de novas tecnologias tem se tornado extremamente necessário, passou de apenas aspecto simbólico social para um artigo de necessidade básica, educação, mobilidade, e outros meios que estão encarregados na procura da melhoria na condição da vida humana.

A ideia de fazer um jogo eletrônico partiu da necessidade de criar um produto midiático para a disciplina de Estética da Comunicação. A partir daí começamos a reunir

aspectos que fariam desta criação um novo formato de interatividade, com uma história baseada no personagem da literatura britânica, Sherlock Holmes - criação de Sir Arthur Conan Doyle – e no filme *The Bourne Ultimatum* (2007), de Paul Greengrass, o produto atrela o conceito da narração transmidiática à multiplataforma.

2 OBJETIVO

Em um país em que a indústria dos jogos ganha a cada ano milhares de novos adeptos, e que segundo Barbosa e Silva (2014) o Brasil já contava com mais de 40 milhões de jogadores ativos em 2012, onde só naquele ano foram gastos cerca de US\$ 2 bilhões de dólares em consoles e em jogos para microcomputadores, o presente projeto propõe a imersão neste ambiente virtual, possibilitando a experiência da interatividade e incorporando novos elementos que funcionam como coadjuvantes na narrativa transmidiática do *game*.

3 JUSTIFICATIVA

O surgimento desse trabalho implica na modificação no perfil e no comportamento dos cidadãos, em virtude da emergência dos novos modelos de tecnologias, que tornam as pessoas mais participativas e cada vez mais atuantes em tempos de convergência. Tais transformações na cultura que, provocam na fragmentação do conteúdo por diversos meios que serão disponibilizados ao público, são expostos por Jenkins em sua obra *Cultura da Convergência*:

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento (JENKINS, 2008, p. 41).

Os conteúdos elaborados neste projeto são distribuídos por mais de um meio e adaptados de acordo com as linguagens específicas de cada suporte e pretendem criar uma experiência similar a diversos produtos culturais, como a saga de *Star Wars*, a série *Lost* e a trilogia *Matrix*, em que as narrativas são amplificadas por outros meios (AURICCHIO, GALO e MATIAS, 2016).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O produto deste projeto é composto por duas peças: o *game* Sr. White e o perfil pessoal do personagem principal da trama na rede social de microblog *Twitter*. Em cada ambiente há uma narrativa, que quando unidas propiciam a elucidação por completa da história do personagem Rick White. Este, por sua vez, detém de habilidades cognitivas similares ao detetive mais famoso do mundo, Sherlock Holmes.

Para o desenvolvimento do jogo foi utilizada a plataforma RPG Maker VX Ace – ferramenta que possibilita a criação de jogos em 2D, com sistema de 256 cores. Os *games* desenvolvidos neste motor lembram os jogos do famoso Super Nitendo do século passado. A plataforma disponibiliza os gráficos de mapas, objetos e personagens para a criação do game e o seu desenvolvimento é iniciado do zero, a partir de uma tela vazia. É preciso se ter um certo conhecimento no código próprio do sistema - RGSS3 (Ruby Game Scripting System). Com esses códigos podem ser feitos os scripts, que são criados para dar a ação ao jogo. Cada texto, imagem, movimento, som, efeito é realizado por meio de um script.

Outros conteúdos em formato de imagem, mapa e página na internet se integram as ferramentas do presente projeto, sendo acessadas pelo usuário a partir de dispositivos eletrônicos, como *smartphones* e *tablets* no ambiente do jogo, por meio de *QR Codes* - código de barras bidimensional que pode ser facilmente traduzido usando a maioria dos telefones celulares equipados com câmera, sendo assim basta que se tenha acesso à internet e um aplicativo que possibilite a leitura do código.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Castro e Freitas (2010) falam que o avanço dos meios digitais deu a oportunidade para o desenvolvimento de “conteúdos com múltiplas narrativas, histórias paralelas e inter-relacionadas” em que muitos especialistas exploram a composição das narrativas subvertendo a ordem habitual (com começo, meio e fim) “ao experimentar contar uma história criando um ambiente imersivo e participativo, em busca da interação dos sentidos e apropriação da representação da realidade pelo público” (CASTRO e FREITAS, 2010, p. 3). Deste modo, as formas narrativas evoluem com junto com as novas tecnologias, em que neste projeto propõe a exploração das plataformas de *game* e da rede social *Twitter* atrelados a outros conteúdos criando, assim, uma maior experiência de interatividade em multiplataformas.

No *game*, que tem como gênero estratégia, é relatada a história da vida de um homem que acordou em um hospital, ao tomar sua consciência ele se dar conta que não se

lembra do seu próprio nome. No decorrer da trama ele é acusado de assassinar sua própria família e precisa fugir da polícia e de seus conspiradores para que possa provar sua inocência.

O protagonista Rick White possui em seu bolso apenas um *smartphone* - aparelho que o jogador terá como auxílio para desvendar os enigmas do jogo - que simboliza a narrativa do *game*, dentro da realidade alternativa. Pistas podem ser acessadas por meio dos *QR Codes* espalhados no ambiente virtual, fixados no cenário da história (em paredes, móveis, entre outros objetos cenográficos).

No Sr. White o jogador será condicionado a ter uma atuação mais participativa e interativa com o *game*. Apesar do jogo ser para plataformas *desktop* e de modo *off-line*, os usuários precisam ter em mãos um dispositivo conectado à rede para fazer a leitura do código QR. Ao ler os códigos vão surgir na tela do celular mapas, recados, páginas da internet, vídeos que se interagem e ajudam a contar história do jogo. Assim, a página pessoal do personagem da trama no microblog *Twitter* funciona como a principal plataforma de obtenção de informações que ajudarão o usuário no prosseguimento no *game* e na elucidação da história. De modo que o conteúdo central é fragmentado e interligado por diversos suportes, criando assim, uma narrativa transmidiática.

Como é conceituado por Jenkins (2009) e detalhado por Fedrizzi (2016) que apontam que o mesmo produto pode ser difundido por várias plataformas, com o intuito de promover uma participação de modo mais ativa por parte do consumidor. Em que a obra é em princípio pensada para criar algo altamente complexo que não conseguiria ser transmitido e entendido em apenas um meio, como ele mesmo exemplifica com a trilogia *Matrix*, que entende ser “entretenimento para a era da convergência, integrando múltiplos textos para criar uma narrativa tão ampla que não pode ser contida em uma única mídia” (JENKINS, 2008, p.134). Deste modo, Sr. White é uma obra puramente criada para a cultura da convergência.

6 CONSIDERAÇÕES

Com o surgimento das novas tecnologias o século XXI tornou-se uma era de experiências nunca vividas em tempos passados, inovação e criatividade fazem dessas vivências uma aproximação da realidade e ficção. Nosso fruto acadêmico ultrapassa a mera coincidência, ele une a possibilidade de levar ao mundo virtual aquilo que é vivido no cotidiano daqueles que se utilizam das tecnologias, passando para o usuário a possibilidade de agregar plataformas em uma conjuntura eficiente e dinâmica.

Os brasileiros gastam cerca de 650 horas por mês em redes sociais e são líderes no mundo no tempo gasto com as redes, com média de 60% a mais do que o restante do planeta, segundo a pesquisa “2015 Brazil Digital Future in Focus”, desenvolvida anualmente pela ComScore. Assim criamos um personagem de *vídeo game*, como uma pessoa comum, que possui perfil em uma rede social, com postagens diárias que formam quebra-cabeças bem elaborados, pistas importantes para o andamento da jornada, despertando o raciocínio lógico do jogador, fazendo deste projeto uma nova modalidade de *jogabilidade*, que não proporcionará exclusividade ao jogo Sr. White, mas sim poderá ser adaptada uma nova forma de jogar para as criações futuras das grandes empresas de jogos eletrônicos.

Acreditamos que nosso produto é uma inovação mercadológica, assim o mercado de tecnologia poderá abrir portas para que possamos lapidar nossa ideia, nossa legitimidade é defendida em conceitos teóricos, onde de todas as pesquisas feitas, não foram encontrados trabalhos que abordassem o assunto em questão da forma que foi colocado neste trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AURICCHIO, Jocelyn; GALO, Bruno; MATIAS, Alezandre. **Exemplos de narrativas transmídia**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,exemplos-de-narrativas-transmidia,1438>>. Acessado em: 15 de maio. 2016.

BARBOSA, Eduardo Fernando Uliana; SILVA, Ana Carolina de Araújo. **A evolução tecnológica dos jogos eletrônicos: do videogame para o newsgame**. In: 5º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, 2014, Campo Grande - MS. Anais do 5º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, 2014.

CASTRO, Cosette; FREITAS, Cristina. **Narrativa Audiovisual para Multiplataforma – Um Estudo Preliminar**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom. Ano 2. Edição bimestral janeiro a abril de 2010.

COMSCORE. **2015 Brazil Digital Future in Focus 2015**. ComScore. 2015. Disponível em: <<https://www.comscore.com/por/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2015/2015-Brazil-Digital-Future-in-Focus>>. Acessado em: 18 de maio. 2016.

CUNHA, Paulo Roberto Ferreira da. **As multiplataformas de comunicação e outras demandas contemporâneas**. Revista da ESPM - Março/Abril de 2010. P. 150-157.

FEDRIZZI, Vitória. **5 Conceitos de Henry Jenkins - Cultura da Convergência**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mBsWb5TWXUQ>>. Acessado em: 15 de maio, 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph. 2008.