

Prince of Persia - Sands of Time: A análise de uma narrativa expressa em trailers para game e filme¹

Mirelly Medeiros WANDERLEY²

Ian COSTA³

Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, PB

RESUMO

Este artigo investiga as particularidades de uma mesma narrativa ao ser expressa em trailers voltados para mídias diferentes, tomando como objeto de análise do game (2003) e filme (2010) intitulados de forma homogênea de *Prince of Persia: Sands of Time*. Valendo-se dos conceitos que apontam as especificidades do trailer como meio de comunicação que se adapta à cada mídia a qual se vincula, analisa-se o diferente uso da sintaxe de som e imagem, sob o mesmo enredo, em cada um dos trailers, destacando a característica únicas de cada um dos suportes midiáticos.

PALAVRAS-CHAVE: Trailer; Narrativa; Game; Filme; *Prince of Persia*.

INTRODUÇÃO

Não faz muito tempo desde que a ideia de trailer remetia maioritariamente a um produto audiovisual, construído a fim de contribuir na divulgação de um filme, antecipando de forma superficial ou selecionada o conteúdo do mesmo. O conceito era como se o trailer fosse uma variável dependente de uma obra cinematográfica, e só existia, caso viesse atrelado a um filme. Talvez seja precipitado dizer que essa noção esteja no passado, afinal, não é difícil encontrar alguém que ainda tenha essa ligação direta em mente. Entretanto, no contexto atual, onde se compreende a multimídia, hipertextualidade e hibridização como temas constantemente discutidos e presentes, que nos levam a voltar os olhos para as mídias, atribuindo novas significações e aplicações para as mesmas, inclusive os trailers.

Mais do que um recurso publicitário aplicado pelo cinema, o trailer passa a ser entendido como uma forma à parte, que existe por ele mesmo, embora remeta à uma narrativa que também existe

¹ Trabalho apresentado no IJ04 – Comunicação Audiovisual do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Graduanda do 7º período do curso de Arte e Mídia pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Email: mirellywanderley@gmail.com

³ Orientador do trabalho, professor do curso de Arte e Mídia pela UFCG. Email: queroafalarcomian@gmail.com

por ela mesma. E por narrativa, compreende-se aqui muito além do universo cinematográfico, mas toda e qualquer história transmitida através de uma mídia. Sendo assim, tomando como base conceitos encontrados em Iuva (2010), pode se entender que o trailer não é uma ramificação do filme, mas algo que *suspende* algo além. Dessa forma, como um produto audiovisual que, assim como os demais, possui sua própria linguagem e especificidades, o trailer é hábil de ser esse instrumento de divulgação, suporte ou comunicação de qualquer produto midiático, seja do próprio cinema, games, teatro, exposição fotográfica, livros, ou qualquer produto diverso, que transmita uma narrativa.

Por assim ser, um instrumento audiovisual, o trailer ganhou um espaço considerável nos mais variados meios nos últimos tempos, afinal, como uma sociedade que consome imagens continuamente e cada vez mais, a sinopse visual de determinada narrativa, segundo apontamentos feitos por Costa (2012), acaba sendo uma ferramenta muito importante no ponto de vista de atingir o público e fazê-lo consumir algo. Por essa razão, os jogos digitais, mídia também crescente no contexto contemporâneo, passaram a se valer do trailer ou dos chamados *cinematics*⁴ na divulgação para o público dos determinados produtos.

Com intuito, consumo e suporte diferente, supõe-se, assim, que tais trailers para games, por atenderem a uma linguagem narrativa distinta, devem apresentar características também díspares dos clássicos trailers para filmes. Com base nessa premissa, o artigo presente busca investigar quais as especificidades do trailer voltado para filme e para game, respectivamente, analisando como uma mesma narrativa é expressa na construção do trailer para cada um desses produtos midiáticos. Os objetos de análise para buscar tais particularidades são o jogo Prince of Persia - Sands of Time (2003) lançado pela Ubisoft e o filme Prince of Persia - Sands of Time (2010) produzido pela Disney, que compartilham de um enredo composto pelos mesmos personagens e universo.

TRAILER: UM INSTRUMENTO MULTIFACETADO

O trailer, como já dito, costuma ser lembrado como uma mídia associada diretamente ao contexto cinematográfico, talvez pelo fato de o cinema ser o “pai do audiovisual”, e o trailer,

⁴ Segundo Schutz (2014, p. 1112) é o nome dado aos vídeos digitalizados construídos pelas empresas de games, que narram a história associada ao game, e funcionam como o trailer.

como derivado do mesmo, inicialmente ter surgido, de fato, como um suporte publicitário para tal. Entretanto, no contexto contemporâneo, a noção de uma mídia que coexiste unicamente com determinado suporte, valendo-se de referências, linguagens e processos únicos está sendo desconstruída, tendo em vista que “a produção criativa contemporânea em novas mídias significa vasculhar sua pluralidade, a partir dos diálogos estabelecidos entre o repertório comum da arte e o universo da ciência e da tecnologia” (MELLO, 2008, p. 211). O próprio cinema, o vídeo e suas variáveis, os programas televisivos, os formatos audiovisuais e as mídias como um todo estão se reinventando, pautados na multimedialidade e hibridez das estruturas de criação.

O que seria então o trailer, se não pode ser definido apenas como um artifício publicitário para o cinema? Iuva (2010) afirma em seu estudo que o trailer “não se define pela existência de um filme, mas sim por aquilo que suspende, ou melhor, pela promessa de algo para além dele” (p. 168), com base nisso, entende-se que é um formato livre, que tem como função primordial gerar uma expectativa, com base em uma narrativa a qual este se vincula, visando, então, promovê-la. Assim, tal mídia se configura como instrumento de comunicação na distribuição dessa narrativa e se molda de acordo com necessidade da mesma. As manifestações desse formato, hoje, são inúmeras, e por essa razão Costa (2015) aponta o termo multifacetado para adjetivá-lo, tendo em vista que suas aplicações e expressões se ampliaram, de modo que nos últimos tempos pode-se pensar em trailer para filme, séries, games, e curiosamente, até mesmo produtos não audiovisuais, como livros.

O trailer, assim como as demais formas textuais, carrega consigo linguagens e modos de expressão que o caracterizam. Não são regras de uso, nem tampouco limitações de criação, mas são direcionamentos de formas de concepção que, uma vez testadas, e cumprindo o papel desejado – de alusão à uma narrativa base e de impulsão de venda da mesma – acabam sendo replicadas a fim de obter o retorno esperado, como aponta Costa (2015). Assim como o vídeo, o trailer não é, mas se torna de acordo com o objetivo traçado.

Nesse sentido, há uma série de características mostradas por Costa (2015) em seu estudo que configuram de modo geral esse caráter narrativo dos trailers – sobretudo aqueles produzidos dos anos de 1990 até hoje –, que parece ser um ponto de partida muito propício para entender a mídia e, como consequência, como ela é aplicada nos produtos que serão analisados posteriormente. Em primeiro caso, o autor atenta para a forma de pensar a autonomia do

formato, que se dá pela construção e disposição de elementos da narrativa em sua própria forma, entretanto, como já dito, ainda deve oferecer uma mostra da narrativa correlata. A partir de fragmentos pontuais derivados da narrativa base, os trailers compõem a forma de contar a história, a fim de aguçar o interesse no público alvo. Para tal, Iuva (2010) destaca que a fim de alcançar esse objetivo, “um aspecto fundamental é a montagem, pois é através da mesma que se constrói o significado pretendido” (p. 166). Essa montagem se vale de vários elementos que, dispostos em função da intenção do trailer, refletem o efeito de marketing almejado.

O uso da “pirotecnia (audio)visual”⁵, ou seja, das imagens impactantes extraídas da narrativa, com cortes estratégicos, dispostas de modo que gere uma incógnita a ser descoberta e cause inquietação para o público, é um dos primeiros aspectos listado por Costa (2015), que se unem à musicalidade aplicada com ritmo definido, também fragmentada e não linear, valendo-se normalmente da própria trilha ou tema do filme ou produto midiático relacionado. Esses elementos de edição e outros processos tecnológicos são as armas da construção dos trailers.

Como consequência desses recursos, especialmente depois da virada do século, a duração dos trailers diminuiu de modo inversamente proporcional ao aumento da fragmentação e aceleração das imagens. Isso porque, como aborda Costa (2015), se deve buscar ser breve para impactar e para não revelar mais que o necessário, embora essa duração se relaciona com o suporte o qual o trailer pertence e a intenção de quanto se quer apresentar da narrativa à qual remete. O uso de cartelas, narrações, “frases de expectativa” em meio ao trailer também promovem esse caráter de surpresa. O autor ainda aponta a importância dos gêneros – cinematográfico, dos games, ou qualquer outra mídia dotada dessa classificação – e da percepção da cultura receptora como fatores indispensáveis de estudo na formação de um trailer, pois essas aplicações de recursos mudam de acordo com o efeito de impacto desejado, que sofre alteração de um gênero de comédia para o drama, por exemplo, ou de um público de diferentes nacionalidades.

Em suma, Costa (2015) apresenta as premissas que norteiam comumente a construção dos trailers a fim de instigar o espectador a consumir a narrativa correspondente. Mas isso não impede que, como formato que constrói essa narrativa de modo autônomo, novas formas de concepções possam ser aplicadas – vide os trailers de filmes de diretores renomados que costumam inovar nesse sentido –, afinal, como Soares (2005, p. 2 in COSTA, 2014, p. 3)

⁵ Este é um termo utilizado por Mahomed Bamba, apud Costa (2015).

aborda, o trailer, independente de sua forma, se define, afinal, como o “lançamento de produtos que compreendem a lógica da existência de ‘alimentação’ do público por meio de fragmentos deste determinado produto lançado”. O modo como este pretende persuadir o público e dar indícios da narrativa, fornecendo identidades visuais e associações a serem relacionadas, se molda de acordo com as necessidades.

Esse caráter fluído do formato se reflete nos variados tipos de trailers, que também são pautas na discussão que Costa (2015) aborda. Os trailers se dividem, dentre diferentes aspectos, com base em duração, discurso e modo de apresentação. O primeiro citado é o *Avant Trailer*, cujo característica é instigar a curiosidade antecipada do público quanto ao enredo, sendo distribuído entre um ano e seis meses antes de lançar a mídia correspondente; o *Teaser Trailer*, subgrupo deste anterior, é geralmente o mais curto dentre os tipos, e não propõe informar lançamento ou apresentar a narrativa, mas foca no impacto sobre o público; o *Standard Trailer*, por sua vez, é veiculado três meses antes ou até na semana da estreia, e neste caso, ele apresenta a narrativa melhor, já destacando pontos importantes da trama; o *Creative Trailer* é um tipo que não se vale de pedaços da narrativa a qual se refere, mas cria novos conteúdos que remetam ao universo e figuras do enredo, e gera o interesse de uma forma mais metafórica; ainda há o *Clip Trailer*, que traz consigo uma estreita afinidade com a narrativa, tendo em vista que se constrói a partir de uma cena ou um trecho da mesma, advinda da própria mídia correlata, podendo usar cartelas ou narração para ajudar na comunicação; o *Behind the scenes* tem um caráter mais descontraído, que mistura fragmentos da narrativa com entrevistas com os realizadores da obra, podendo também conter erros de gravação e makingof’s da produção.

Por fim, destacam-se as categorias *Theatrical Trailer* e *Game Trailer* que, tendo em vista os objetos de análise do artigo presente, são as que mais se mostram necessárias de discussão. Segundo o mesmo autor, o primeiro tipo refere-se àquela forma de trailer a qual já temos em mente de modo mais automático. Utiliza de partes precisas da narrativa base de forma não linear, agregadas a elementos como narrador, cartela e até mesmo frases da crítica renomada que avaliaram a obra de forma positiva e dão um *feedback* que enaltecem o produto midiático, o *Theatrical Trailer* abusa da persuasão, da alusão à narrativa, imagens marcantes e intrigantes, falas pontuais e frases de efeito, visando a identificação e conquista do público alvo.

Já o *Game Trailer* ou trailer para games, segundo Iuva (2009), são os trailers produzidos para games eletrônicos de computador, que são principalmente vinculados na internet e se valem de aspectos visuais e sonoros tanto de caráter cinematográfico, quanto do vídeo e do computador. Sobre isso, Costa (2015) defende que a categoria compete à todas as plataformas de suporte para jogos eletrônicos, não somente videogame ou computador. É fundamental lembrar que, independente da estrutura que apresenta, seja *Theatrical Trailer*, *Behind the scenes* ou outro, qualquer trailer que se refira à games é categorizado nesse grupo. Porém, o autor também ressalta que esse tipo não cumpre apenas a função de apresentar a existência do game ao público, mas também de mostrar as jogabilidades e inovações que o mesmo traz. Iuva (2009) ainda destaca a linguagem dos *game trailers* e como suas montagens carregam referência cinematográficas, considerando o uso dos planos, movimentos de câmera, edição utilizadas e, mais do que tudo, a intensa carga narrativa que leva o usuário a imergir no universo a ser explorado.

Dessa forma, com base nos estudos sobre a mídia em foco neste trabalho e, sobretudo, no entendimento de aplicação do trailer em cada um dos contextos tratados, aborda-se a seguir a história de concepção, o universo e enredo de *Prince of Persia: Sands of Time*, que virá como um auxílio para a análise feita no tópico posterior dos *theatrical trailers* que correspondem ao game e filme, respectivamente, selecionados aqui para discussão.

O UNIVERSO DE *PRINCE OF PERSIA: SANDS OF TIME*

Compreendendo o trailer como mídia e seu uso voltado como suporte para diferentes meios de comunicação, objetiva-se nesse momento, a fim de avaliar com propriedade os elementos apresentados nos trailers que virão a ser analisados, fazer um breve passeio sobre o enredo que acomete o universo do game e do filme intitulados de forma homogênea.

A história de *Prince of Persia* começou há muito tempo atrás, quando no ano de 1989 foi lançado o primeiro jogo da considerável lista que viria a seguir, criado por Jordan Mechner. Na trama, o príncipe sem nome, é lançado nas masmorras do palácio pelo vizir – ministro designado por um rei muçulmano –, o vilão que está tentando obter poder forçando a princesa a casar-se com ele, e, a fim de salvar sua amada, o protagonista, sob comando do jogador, tem

60 minutos para sair do calabouço, usando suas habilidades e alcançar o último nível do palácio para enfrentar o vilão, antes que ele acabe com a princesa. É exatamente esse o tempo do game.⁶

Desde o princípio, mesmo com os suportes gráficos menos favoráveis, o clássico buscava uma verossimilhança precisa nos desenhos, valendo-se, inclusive, de cópias de pessoas reais – através da observação dos movimentos do irmão de Jordan Mechner. Em origem, o jogo foi divulgado pela companhia Broderbund. Várias outras versões foram lançadas até a Ubisoft adquirir os direitos autorais da série no início de 2001. No mesmo ano, a empresa iniciou a criação de uma nova versão e mais uma vez Jordan Mechner foi chamado para o projeto, assumindo diversas funções, como o próprio relata em seu website⁷.

Assim, em 2003 foi lançado *Prince of Persia: The Sands of Time*. Nessa versão, o jogador não interage com a história de amor de princesa e herói que existe no cerne do primeiro jogo, mas sim com a história do príncipe da Pérsia que invade e conquista uma cidade da Índia, junto ao seu pai, o rei Sharaman, auxiliados pelo vizir da cidade, que trai o rei local. Após conquistarem a cidade, o príncipe e seu exército sequestram a princesa Farah, filha do marajá, saqueiam os tesouros – entre estes, uma adaga chamada *Dagger of Time* (“Adaga do Tempo”), que tem o poder de voltar no tempo, e uma ampulheta, a *Hourglass of Time* (“Ampulheta do Tempo”), além de outros. O vizir ludibria o protagonista que, equivocadamente, libera a maldição das *Sands of Time* (“Areias do Tempo”) no palácio da cidade de Azard, que visitavam em sequência. Como consequência disso, todos os habitantes são transformados em areia e ficam sob o controle do tal vizir, exceto o príncipe, Farah e o próprio vizir, por estarem dotados de outros artefatos que os protegeram: a Adaga, o Medalhão, e o Cajado.

Enquanto o vilão tenta tomar posse da adaga, o jogador deve controlar príncipe e usar as suas habilidades de combate acrobáticas, junto aos poderes da adaga, contando com a ajuda da princesa Farah, com o objetivo de desfazer o seu erro. A medida que o jogador avança no jogo, atravessando os locais do palácio, pequenos trechos de animação narram a trajetória do príncipe e também sua relação com Farah. Em sua jornada, ele hesita inicialmente, e não confia na ajuda da princesa – que diz que ele deve cravar a adaga no topo da ampulheta para reverter o feito –

⁶ Informações disponíveis em: <<http://www.mobygames.com/game/prince-of-persia>> Acesso em 20 abr. 2016.

⁷ Declaração disponível em: <<http://www.jordanmechner.com/projects/the-sands-of-time/>> Acesso em 24 abr. 2016.

tendo em vista que o mesmo conquistou sua cidade e a raptou como escrava. Porém, ao longo do jogo, eles se unem para alcançar o objetivo comum e se afeiçoam um pelo outro.

Ao longo do game, ao lado de Farah, o usuário enfrenta diversos monstros, armadilhas e enigmas típicos de games do gênero e para tal, como o próprio trailer mostra, ele usa dos poderes fornecidos pela adaga, o poder de renascimento, de atrasar o tempo, de reter a posição dos inimigos, da velocidade e do destino, isto é, ele tem visões do futuro, até conseguir desfazer o feito. A crítica do site UOL Jogos⁸, no ano do lançamento, afirma que foi um dos mais criativos e bem produzidos games de 2003, principalmente por preservar o ponto principal desde o primeiro game lançado, as habilidades acrobáticas do personagem como meio de combate e desenvolvimento nas fases para o jogador, além da narração do protagonista da história, que aproxima ainda mais o usuário e o induz a imergir no universo. Não é à toa que o filme americano lançado em 2010 pela Disney carrega o mesmo título do game, isso se deu, exatamente, pelo enredo da versão cinematográfica ser baseado nessa versão da série, com os mesmos personagens e contexto.

No filme dirigido por Mike Newell e produzido por Jerry Bruckheimer, mais uma vez Jordan Mechner se fez presente na produção. A respeito da fidelidade à narrativa do game, como o próprio Mechner disse em entrevista ao site Omelete⁹, no ano de lançamento do filme, a mudança de alguns aspectos “acontece simplesmente porque a história do game foi criada para ser jogada com um controle na sua mão, e o filme é para ser compartilhada com uma plateia, então são duas coisas muito diferentes”. Primeiramente, o príncipe até então sem nome, é batizado de Dastan (Jake Gyllenhaal), que significa trapaceiro ou impostor, segundo Mechner na mesma entrevista. Farah também recebe um novo nome, Tamira (Gemma Arterton), visto que no filme sua origem não é indiana, mas persa. Além das novas denominações, novos personagens surgem para compor o enredo. O rei da Pérsia Sharaman (Ronald Pickup), tem outros dois filhos, Tus (Richard Coyle) e Garsiv (Toby Kebbell), e um irmão chamado Nizam (Ben Kingsley).

Na versão cinematográfica, Dastan e sua família, preparam um ataque para a cidade de Alamut, pois creem que os cidadãos estão distribuindo armas aos seus inimigos. Ele se apodera da adaga

⁸ Crítica disponível em: <<http://jogos.uol.com.br/analises/pc/ult398u124.jhtm>> Acesso em 01 mai. 2016.

⁹ Entrevista consultada em: <<https://omelete.uol.com.br/filmes/artigo/principe-da-persia-areias-do-tempo-entrevista-com-elenco-e-cineastas/>> Acesso em 02 mai. 2016.

do tempo após o cerco bem-sucedido à cidade. Tamina, a princesa local também é capturada e, como no jogo, existe uma relação de desconfiança entre Tamina e o príncipe, que depois se torna romântica – e aqui no filme esse teor romântico se torna um plot central. A trama tem início, de fato, quando Dastan presenteia inocentemente seu pai com uma túnica envenenada, que tinha sido cedida pelo irmão do rei. Ele é acusado pelo assassinato, mas descobre que seu tio Nizam é real culpado, pois tem a intenção de tomar posse da adaga do tempo e seus poderes, para conquistar o reino. No entanto, no filme também há consequências na ativação da adaga na ampulheta, que desencadeia a maldição de uma tempestade de areia capaz de destruir o mundo. Nizam contrata os Hassansins – um grupo de guerreiros qualificados – para assassinar o príncipe, que começa então uma luta contra o tempo, e junto à Tamina, tem que se defender dos assassinos, impedir que Nizam capture a adaga e provoque a destruição da humanidade.


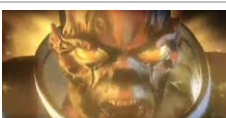
Após uma série de conflitos, combates e mortes, Tamina, assim como Farah, se sacrifica em nome do propósito maior na luta contra o vilão, e o príncipe, incentivado pelo ato, volta à batalha, conseguindo vencer Nizam e retornando o tempo para o momento em que obtém pela primeira vez a adaga. Ele impede o cerco de Alamut, revelando as intenções reais do tio, que é morto por um dos irmãos. Tus, que estava prometido a princesa como sinal de paz, sugere que talvez ela devesse casar-se com Dastan, pelo seu ato de coragem. O príncipe a presenteia com a adaga do tempo, revelando saber dos poderes da mesma.

Embora no filme exista elementos destoantes, mudanças e adições de personagens, o final romântico, entre outras modificações, o cerne do enredo permanece o mesmo: Um príncipe que, equivocadamente, causa um problema com consequências drásticas, e com a ajuda de uma princesa raptada, valendo-se do poder da adaga do tempo, de suas habilidades acrobáticas e os demais artefatos mágicos, busca reverter a situação. É interessante ainda destacar que, de acordo com Linzmayer (2013), para a produção do filme, Mechner criou um trailer com partes dos trechos mostrados no jogo, como uma espécie de prólogo da história que pretendia contar. De acordo com o autor, esse tipo de trabalho contribuiu para se criar a visão realista do filme, que objetivava alcançar um público mais amplo que o dos fãs dos games. É sob esses aspectos, entendendo o game e o filme a fundo, que iremos analisar como o objetivo central dessa narrativa se transmitiu nos respectivos trailers das obras, visando suas diferentes linguagens.

ANÁLISE DOS TRAILERS

As análises propostas nesse tópico consistem na observação da maneira como as narrativas descritas no tópico anterior foram impressas na concepção dos trailers relacionados com o game e o filme, respectivamente, além de destacar os elementos já discutidos que conferem os tipos de trailers, abordando as similaridades e disparidades encontradas nas produções, tendo em vista também o intuito estratégico de cada qual.

Numa leitura inicial sob o *game trailer*, já se destaca os aspectos que se sobressaem no decorrer dos seus dois minutos e vinte e oito segundos de duração – sendo a própria duração um indicativo de um trailer de caráter contemporâneo, principalmente pela categoria ser recente. O trailer inicia e termina apresentando a logomarca da empresa criadora e fornecedora do jogo e as imagens o que transcorrem se mostram de quatro “formas”: primeiramente, trazendo a contextualização de personagens – O rei, o príncipe, o vizir, Farah e os monstros de areia –, elementos importantes – a adaga, ampulheta e a maldição das areias do tempo – e ambiente do game – algumas áreas do palácio e a região em torno do mesmo –, usando os próprios trechos de animação que narram a história presentes no decorrer do jogo, em seguida, a apresentação de jogabilidade – mostrando as habilidades acrobáticas comentadas no tópico anterior e os poderes que adaga fornece – com a atuação dos próprios movimentos do personagem sob controle do jogador, logo depois, cartelas com feedback positivo da crítica especializada, lançadas de modo ritmado sobrepostas à cenas com os movimentos de ação crescente e, por fim, a identificação visual quanto à logomarca e capa do jogo, junto à tipografia informando a data de lançamento (que datava novembro de 2003).

Personagens				
				
Elementos-chave				
				
Ambiente				

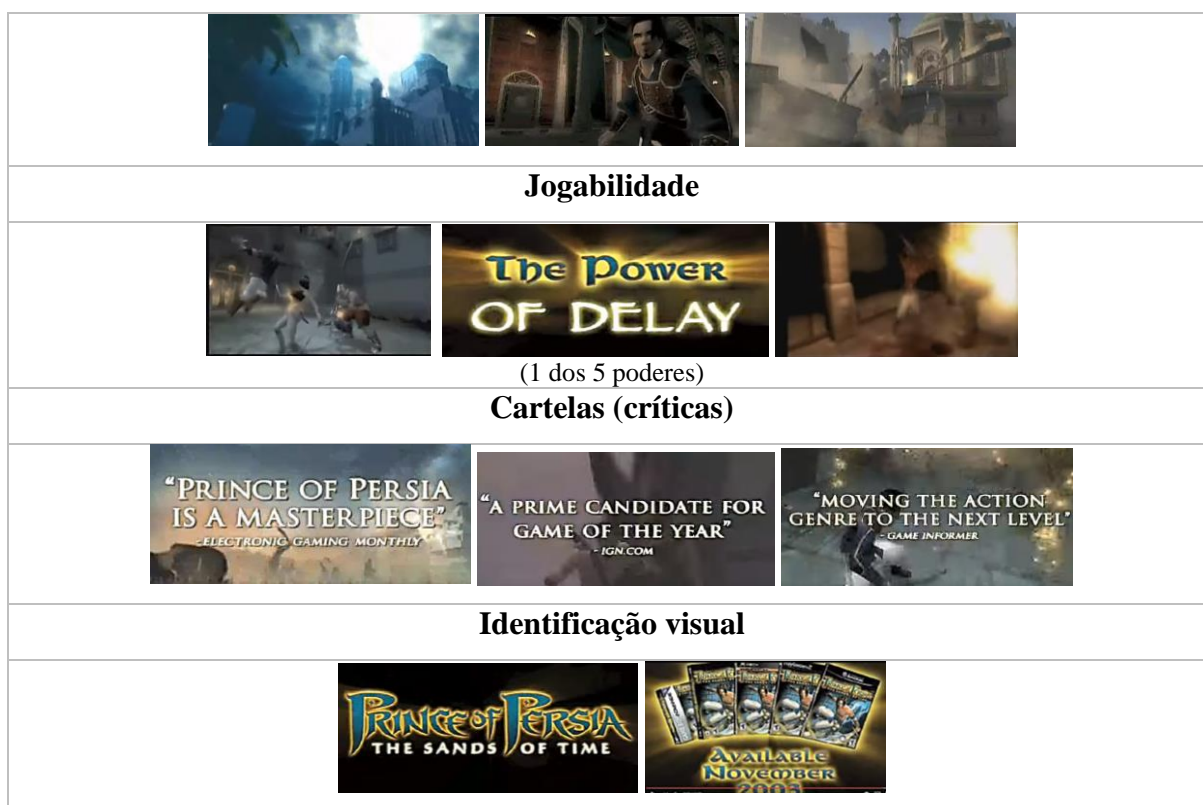


Figura 1 – Frames do game trailer Prince of Persia: Sands of Time (2003)

A musicalidade que acomete o trailer é construída de modo que remete diretamente à categoria do game (ação e aventura), traz um suspense comum ao gênero – de forma que a música ganha intensidade e se torna mais densa progressivamente até alcançar um pico onde é “cortada” – e ainda destaca o quê épico da narrativa, com os efeitos sonoros de luta, do soar da adaga, que acompanham e reforçam de modo ritmado as passagens das ações impactantes das cenas, a fim de manter o público compenetrado. A narração em off é um elemento presente importante, tendo em vista que, colocada sobre às imagens, guia o espectador sobre as relações de causa e efeito que dão margem para os acontecimentos da narrativa, e cria uma sensação de que o narrador está abrindo as portas daquele universo, para que o usuário possa entrar e explorar.

Os trechos dos vídeos digitalizados mostrados, apresenta além de fragmentos da narrativa de modo visual, falas dos próprios personagens, que dão indícios do desenrolar da narrativa e é também uma ferramenta de persuasão do público de modo que desperte a vontade de adquirir o jogo, para que, com base na problemática apresentada, o jogador tenha a possibilidade de, por ele mesmo, solucionar o conflito presente, visto que, como uma mídia interativa, o game oferece esse tipo de possibilidade, e o trailer, por sua vez, parece buscar ressaltar essa premissa,

especialmente quando o narrador fala “Dos estúdios da Ubisoft, o conto épico de um príncipe buscando redenção. E o reino que ele precisa salvar”, que tanto lança o desafio do jogo, quando enaltece a empresa que o publica. Em suma, tendo em vista esses elementos de composição, entende-se que o *game trailer* analisado apresenta um caráter de *theatrical trailer*, principalmente se considerarmos o modo como se vale dos fragmentos do jogo e pontua os destaques da narrativa.

Partindo para o trailer produzido para o filme, que também se trata de um *theatrical trailer*, observamos alguns elementos que são típicos do universo cinematográfico, especialmente se levarmos em conta a linguagem da empresa que o produziu. Isto é, por se tratar de um filme da Disney, famosa pelos contos de fadas, histórias de aventura com toque romântico, o trailer dá uma ênfase muito maior à relação de Dastan e Tamina. A figura de Tamina se sobressai tanto, de modo que até a narração do trailer é feito pela atriz que a interpreta. Apesar disso, como um todo, a estrutura é muito similar à do *game trailer*: A musicalidade segue a mesma premissa, uma música de fundo que remete ao gênero e estimula a emoção da aventura, seguindo um ritmo vinculado às imagens, misturando narração, efeitos sonoros de luta e ação, com falas pontuais dos personagens.

O trailer foca no uso de fragmentos que seguem uma mesma linha encontrada no do jogo, tendo inclusive uma duração muito próxima – dois minutos e trinta e um segundos –: mostra os personagens iguais aos do game, exceto que a figura do vilão é o Nizam, os Hassassins substituem as figuras dos monstros de areia, as habilidades de combate do personagem – que remete às mostradas no *game trailer* – o poder de reversão do tempo da adaga e o uso dela pelo protagonista, a capacidade de destruição da maldição, cenas de combates instigantes e, sobretudo, a relação do príncipe com a princesa raptada, inovando nos ambientes que fogem dos muros do palácio do jogo. O uso das cartelas sobre as críticas que se faz no *game trailer*, é substituído aqui pelas cartelas que indicam a empresa que distribui e o produtor renomado que participa, tendo em vista que no contexto do cinema, isso tem forte influência sobre o público. A identidade visual não atende as referências do game, afinal, se trata de uma produção sete anos mais tarde, feita por uma empresa de ramo diferente, seguindo a estética cinematográfica, entretanto, isso não infere em uma disparidade eminente quanto ao *game trailer*.



Personagens		
		
Elementos-chave		
		
Ambiente		
		
“Jogabilidade” (habilidades do personagem)		
		
Cartelas		
		
Identificação visual		
		

Figura 2 – Frames do trailer do filme *Prince of Persia: Sands of Time* (2010)

Em suma, entende-se a partir da análise de uso de imagem e som nos respectivos trailers que não é à toa que o filme se intitula da mesma forma que o jogo, pois, apesar das adaptações feitas no enredo, ele não foge da estética e proposta de toda a série de jogos. Isso se dá também, talvez, pela participação do criador do game tanto na produção da versão da Ubisoft, quanto na criação do filme. Elementos que tornam o jogo único, como a mobilidade do personagem, os artefatos existentes e o retorno no tempo após todos os acontecimentos, são preservados, e as mudanças ocorridas não refletem, nem nos trailers, um caráter de fuga da narrativa central.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A desconstrução contínua da ideia de que trailer remete unicamente para a publicidade no cinema, abre espaços para maneiras inéditas de aplicação do formato e permite redescobri-lo como uma forma textual autônoma em seu modo de contar. O trailer serve como a sinopse visual¹⁰ de um produto, por isso é, sobretudo, a porta de entrada de uma narrativa, sua primeira impressão. Sua função de gerar expectativa não é vaga, e por mais que esse anseio possa ser refutado pelo que virá a seguir, o trailer toma para si a competência de vender a narrativa, seja ela boa ou não. O modo como o trailer se vale da história correlata é que virá a refletir a procura consequente e sua venda. Sendo assim, compreender o compromisso dos trailers para com a narrativa base é o caminho para entender a forma de expressão e montagem dos mesmos.

No caso de *Prince of Persia: Sands of Time*, foi analisada uma primeira mídia – o jogo – que possui uma narrativa, suas características e plataforma e, com isso, constrói o modo de divulgar e atrair o público alvo, de acordo com a montagem das imagens e sons que confere a categoria que a mídia se encaixa, de modo que imprima as intenções desejadas. Já a segunda mídia analisada – o filme –, traz consigo uma missão redobrada, visto que, ao se afirmar como uma narrativa que referencia outra narrativa audiovisual, que já construiu sua história, modo de apresentação do universo e seu público, ela cria uma expectativa não somente no seu público, mas também, para aqueles que consumiram a narrativa base em um suporte diferente. Assim, se a intenção da produção do filme compete em trazer uma fidelidade a narrativa a qual se refere, ao público desta e também ao novo público, ela deve refletir esses aspectos em seu modo de produção e forma de divulgação, sendo assim, também no seu trailer.

A partir das análises, pode-se concluir que o filme fez um uso sadio da narrativa advinda do jogo, não desconstruiu o caráter do seu trailer e assumiu o papel de mostrar as similaridades. Além disso, a fidelidade à história garantiu a permanência de diversos aspectos principais que tornam o filme (e seu trailer) dignos de pertencer à série *Prince of Persia*, mas que também não limitou às possibilidades de agregar elementos distintos e ramificações, tendo em vista ser um suporte e mídia diferente, com propósitos e consumo díspares. A consequência do uso da mesma narrativa permitiu à série de jogos não somente habitar uma nova mídia, como também alcançar novos públicos. Além disso e principalmente, considerando o estudo presente, a

¹⁰ Costa (2012).

narrativa tratada forneceu a experiência de averiguar em prática as motivações dos trailers de suportes diferentes, suas formas de explorar elementos narrativos e como a montagem utilizada permite compreender os modos de concepção e divulgação da mídia correspondente. Enfim, apreende-se que o estudo sobre o trailer é pertinente, tendo em vista suas possibilidades crescentes de criação e aplicação, como instrumento de difusão das narrativas de acordo com públicos e mídias distintas, que enriquecem a distribuição da produção atual,

BIBLIOGRAFIA

MELLO, Christine. **Extremidades do vídeo**. Senac, 2008.

COSTA, Ian. **A sinopse visual**: o fenômeno do crossmedia dos trailers literários. In: Anais do ECOM. Campina Grande, maio de 2012.

_____. O Trailer remix como ferramenta funcional da cibercultura. **Temática**, v. 9, n. 2, 2014. Disponível em: < <http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/21952>> Acesso em 24 abr. 2016.

_____. **O anjo da anúncio**: a definição do gênero trailer e sua reconfiguração comunicacional. 116 f. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Paraíba/CCTA, João Pessoa, 2015.

IUVA, Patrícia de Oliveira. **Reinventando o trailer**. In: Anais XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, setembro de 2009.

_____. IUVA, Patrícia de Oliveira. A desconstrução audiovisual do trailer. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 16, n. 1, p. 165-177, jan./jun. 2010.

LINZMAYER, Gustavo de Castro. Análise Genética do Filme Príncipe da Pérsia: As Areias do Tempo. **Revista Universitária do Audiovisual**, fev. 2013. Disponível em: <<http://www.rua.ufscar.br/analise-genetica-do-filme-principe-da-persia-as-areias-do-tempo/>> Acesso em 23 abr. 2016.

SCHULTZ, Camila. **Fragmentação no Mercado de Jogos Digitais**. In: Anais XIII SBGames. Porto Alegre, novembro de 2014.

SOARES, Thiago. **O Videoclipe Remix**. In: Anais XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UERJ, setembro de 2005. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0341-1.pdf>. Acesso em 22 de Junho de 2012.

Referências Filmográficas

Prince of Persia: Sands of Time - Príncipe da Pérsia: As areias do Tempo. NEWELL, Mike: EUA, 2010, 116 min.