

Paper Do Roteiro Duplo Mundo¹

Henrique Nazar RABELO²
Lamounier Lucas PEREIRA JÚNIOR³
Instituição Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Esse Paper fala sobre o roteiro do jogo Duplo Mundo, feito em 2013 na Instituição Newton Paiva. O jogo foi feito com base em jogos já existentes (Independentes, ou já de grandes empresas), vídeos sobre jogos, e tendo também sites e a bíblia (roteiro final de um jogo) de outro jogo como base de como organizar os pedaços. O roteiro foi feito com objetivo de chamar a atenção de uma empresa de jogos (grande ou independente) para que entendam bem como o jogo funciona e facilite para que seja feito. Após uma pequena análise sobre jogos em geral o Paper explica mais sobre o objetivo ao fazer o jogo, sua justificativa e sobre como foi feito.

PALAVRAS-CHAVE: *Roteiro de jogos; Duplo Mundo; Dimensões; Criaturas; Portais;*

1 INTRODUÇÃO

Jogos eletrônicos existem de diversas formas, desde os mais simples até os mais complexos. Muitos, mesmo com a simplicidade, chamam muito a atenção das pessoas, assim como outros, por mais complexos e futuristas que possam ser, podem não ser muito aclamados.

Mesmo com grande tecnologia usada, sem uma boa história pode desapontar muito os jogadores, mas uma história boa, mesmo sem muita tecnologia, ou apenas possuindo algo que prenda a atenção dos jogadores, ou faça com que eles interajam com o que está acontecendo.

Cada ano que se passa, os jogos ganham cada vez mais ênfase na sociedade, sendo utilizados, permitindo as pessoas ganharem dinheiro através deles, não só em criá-los, mas também para informar sobre eles ou simplesmente por jogá-los como é visto em canais do youtube. Também são utilizados pela publicidade como forma de venda, como são os advergaming e os advergimes.

Com início nos *In-game advertising* (publicidade inserida nos jogos) e, mais tarde, a produção e desenvolvimento dos *advergimes* (jogos feitos exclusivamente como pelas publicitárias e objetivos publicitários), o mercado publicitário encontrou espaço para interações e momentos de imersão do público no ambiente de seus clientes. Marcas, produtos, serviços e ideais se difundem em várias mídias ao mesmo tempo em que o mercado consumidor, não apenas ligado e interessado em novas formas de comunicação, está constantemente ajudando no desenvolvimento

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Roteiro de Games.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: hiquenazar@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso Lamounier Lucas, email: raolt@bol.com.br.

de um negócio que movimentava bilhões mundialmente, mas que ainda está aprendendo a se desenvolver no mercado brasileiro. (Paloma Leite, 2013, p.1)

Além de tudo isso, os jogos também estão sendo mais bem produzidos para cada país de formas diferentes, como no Brasil, que nos últimos anos cada vez mais jogos estão sendo produzidos com legendas e dublagem brasileira, demonstrando como alguns pontos estão sendo analisados e feitos com mais capricho até para lugares específicos.

Tendo cada vez mais ênfase no mundo atual, se tornar um designer ou um roteirista de jogos deixou de ser um sonho distante e começou a ser cada vez mais buscado por fãs de jogos, o que é algo que justamente está fazendo com que a esperança de que o roteiro que está sendo apresentado saia do papel também seja grande.

2 OBJETIVO

Este trabalho tem como objetivo, criar o roteiro de um jogo que, mesmo não muito complicado, chame a atenção dos jogadores e crie uma interação com eles, com uma história chamativa, mistério que os deixe curiosos e um final que os surpreenda.

É também um roteiro que permita alguma empresa de jogos entender o que é requerido nesse jogo e que também possa inspirar e servir de base para outros que também tenham o objetivo de criar um roteiro de jogos.

3 JUSTIFICATIVA

Tendo, por muito tempo, uma aproximação com jogos eletrônicos, sobre a forma como estabelece uma ligação com o jogador, os personagens carismáticos, histórias que nem sequer as pessoas poderiam imaginar e as formas como inspirou a tantos, surgiu o grande objetivo de querer criar jogos com histórias interessantes, que façam os jogadores se ligarem a ela, conhecerem os personagens e se divertirem. Com isso várias idéias começaram a ser geradas.

Depois de algum tempo, o interesse começou a se perder, por complicações que poderiam aparecer. Mas então foi descoberto o canal do youtube do Zangado⁴ (o qual foi a inspiração para o nome do protagonista do jogo), que fez voltar o foco de fazer jogos, chamando a atenção para os jogos que ele analisa, e dando idéias de como preparar jogos, o que mudar, o que fazer, entre outras coisas. Além de inspirar as pessoas em vários sentidos, com várias frases, como a que ele diz em um de seus vídeos: “Se vocês querem alguma coisa, tem que lutar por ela. Se essa coisa é difícil, é porque vale muito mais a pena. A recompensa é maior”.

⁴ Canal do Youtube em que Thiago, conhecido como Zangado faz análise de jogos para ajudar as pessoas a saberem se vale ou não a pena gastar dinheiro com tais jogos.

Após assistir um vídeo do Jovem Nerd⁵ sobre cenas de explodir a cabeça⁶ (especialmente quando falou sobre o filme Matrix), surgiu também o objetivo de fazer um jogo que tivesse esse objetivo de surpreender o jogador com o que está por trás da história que inicialmente parece simples, o que também foi inspirado por um vídeo do Zangado falando sobre o jogo Amnésia, então o jogo começou a ser pensado e bolado.

Começou então o objetivo de procurar um final poderia surpreender os jogadores. Em seguida o roteiro começou a ser feito, sendo colocada a troca de dimensões como a base do jogo, com partes inspiradas no jogo Amnésia (pelo personagem ter perdido a memória, também a aparência das criaturas em uma das dimensões), e para não deixar a outra dimensão do jogo muito monótona, foram pegas inspirações do jogo Portal (justamente pelos portais do jogo).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Esse trabalho teve o objetivo de fazer um roteiro mais próximo possível de um profissional, sendo utilizado como base o Doombible (bíblia do jogo Doom), o canal do youtube do Zangado (que analisa jogos, mostrando pontos que são necessários de se avaliar), e o site dicasderoteiro.com para saber quais partes normalmente são analisadas, formas de descrever os personagens, fases, situações, entre outros pontos

Para as ilustrações que aparecem, foi utilizado o Paint, o Flash 5 e desenho feito a mão, escaneado.

Os nomes de dois dos personagens foram inspirados em pessoas do youtube que mexem com jogos. Sendo Thiago (o protagonista) inspirado no nome do Zangado. E Raphael (amigo do protagonista) inspirado no nome do MFWalkthrough⁷

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para fazer o roteiro, vários pedaços foram feitos de formas diferentes.

Ao fazer o storyboard foi feito como um simples roteiro, contando o que acontecia em cada local, e o melhor lugar para se seguir em cada um. Falando sobre os controles e características, muito foi pego das explicações do Zangado quando cada jogo é analisado no canal dele.

Outras características do jogo como formas de terminar o jogo, personagens, criaturas, resumo, menu, finais, foram utilizados como base o doombible e no site dicasderoteiro.com.

Os mapas do jogo foram feitos no flash, com a onion skin ligada, para que se possa ver os lugares da outra dimensão de forma que não confundisse com a que está sendo vista no

⁵ Canal do Youtube onde assuntos considerados “nerds” são discutidos

⁶ Cenas em que acontece algo que quem estava assistindo não esperava por aquilo

⁷ Canal de gameplays (a pessoa vê o dono do canal jogando em tempo real) e walkthroughs (o dono do canal ensinando como terminar um jogo, muitas vezes ou da melhor forma possível ou em mais de uma forma também, e descobrir alguns segredos).

momento, e também feitos de forma que permita o jogador conhecer bem as duas dimensões do jogo.

As criaturas do jogo foram desenhadas a lápis em um caderno de desenhos e escaneadas, elas foram feitas de forma que aterrorizem o jogado, com a forma de andar dos Walkers, as surpreendentes aparições dos Watchers e a sensação de caçada que os Hunters trazem.

E o desenho do aparelho e o menu foram feitos no Paint, com o menu feito justamente para já familiar o jogador com o aparelho que ele usaria durante o jogo.

A idéia do aparelho no jogo apenas poder ser acionado com o mínimo de tempo sendo de um em um minuto foi feita para que não fique fácil para o jogador mudar de dimensão sempre que um problema aparecer.

O jogo conta a história de Thiago, um cientista carioca que acorda dentro de uma sala estranha, sem portas nem janelas. Sem recordação do que aconteceu, Thiago encontra um aparelho junto a ele, que o permite mudar de dimensão, enviando-o para uma dimensão monstruosa, cheia de criaturas assustadoras, e mandando-o de volta para a instalação, cheia de quebra-cabeças. Utilizando deste artifício, Thiago tenta escapar do local onde está preso. Chegando ao final onde surpreendentemente, Thiago descobre que a dimensão monstruosa, na verdade é a sua dimensão. Permitindo o jogador a possibilidade de uma escolha no final, possibilitando-o atingir dois finais diferentes no jogo, sendo um deles o final ruim e o final bom.

6 CONSIDERAÇÕES

Depois de tudo o que foi falado sobre o roteiro do jogo, algumas considerações podem ser feitas. Os jogos independentes estão ganhando cada vez mais destaque na indústria de jogos, alguns até se tornando mais famosos que vários jogos profissionais atuais, o que demonstra que para conseguir fazer um bom jogo não é necessário fazer parte de uma grande empresa. Apenas é necessário dedicação ao fazer seus jogos.

Também pode-se ver que cada vez há mais evolução no ramo dos vídeo-games, com cada vez mais possibilidades, mais histórias e, algumas vezes também, mais surpresas. Trazendo também personagens muito carismáticos que geram muitos fãs, ambientes que, mesmo tão diferentes uns dos outros, atraem muito a atenção das pessoas, e algumas vezes musicas que se tornam muito aclamadas.

O público alvo dos jogos eletrônicos é extremamente vasto, atingindo vários públicos, sem haver distinção de raça, idade, sexo ou qualquer outra. Até os dias atuais ainda há um enorme preconceito com jogos eletrônicos, sendo também criadas várias teorias com o objetivo de afastar as pessoas dos jogos, colocando-os como algo errado, havendo inclusive empresas que já sofreram processos pelo conteúdo de seus jogos, mas mesmo com tudo isso que está acontecendo, quem procura entender mais sobre os jogos, vê o grande universo de novidades que são apresentadas.

Com esse trabalho também há o objetivo de trazer uma nova história, tendo um roteiro feito com base em tópicos que são normalmente analisados em um jogo e em uma bíblia de um jogo profissional, tentando trazer um novo estilo de jogo juntando o formato de jogos

diferentes, trazendo, mesmo que mais uma história no meio de várias, traga mais possibilidades para as pessoas que conhecerem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LEITE, P. Pesquisa Mercadológica: Advergames e In-Game Advertising. Belo Horizonte,

<https://www.youtube.com/user/Zangado> <acesso 10 Mar 2013>

<http://www.youtube.com/watch?v=T1U3nz6hTe0&index=42&list=PLE471915CE2636484>
<acesso 29 Mai 2013>

<https://www.youtube.com/user/MFWalkthroughs><acesso 5 Abr 2013>

HALL, Tom. **DOOM BIBLE**: Revision Number. 02. 1992