



## **Game – The Life Of David – In Search Of Their History<sup>1</sup>**

Aline Mendonça Régis<sup>2</sup>  
Camillo Emanuel de Albuquerque<sup>3</sup>  
Cássia Marina Guirao Tasca<sup>4</sup>  
Éricson Alexandre Bezerra Estevam<sup>5</sup>  
Nathália Maria Campos de Carvalho<sup>6</sup>  
Rosinara da Silva Borges Santana<sup>7</sup>  
Samilla Karolina Leitão de Araújo<sup>8</sup>  
Josenildo Soares Bezerra<sup>9</sup>  
Universidade Potiguar – UnP

### **RESUMO**

Utilizando da Narrativa Transmídia, um recurso que possibilita transmitir uma mensagem através de vários meios midiáticos, e do método Action RPG <sup>10</sup>de games, nossa metodologia foi criar um game para mostrar este cenário socioeconômico que as pessoas enfrentam nos dias atuais, mostrando a importância de sair desta produtividade acelerada e encontrar um equilíbrio entre a industrialização de massa e o indivíduo. Para a criação deste game se fez necessário que programas de animação 3D e manipulação de fotografias para trazer essa realidade encontrada neste tipo de jogo multiplataformas.

**PALAVRAS CHAVES:** game; transmídia; RPG; imersão.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido XXI Expocom 2014, na Categoria Publicidade, modalidade game.

<sup>2</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Pubilidade e Propaganda da Universidade Pontiguar – UnP E-mail: alinemendonca.r@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Pubilidade e Propaganda da Universidade Pontiguar – UnP E-mail: camilloemanuel@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Pubilidade e Propaganda da Universidade Pontiguar – UnP E-mail: cassiamarinagt@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Pubilidade e Propaganda da Universidade Pontiguar – UnP E-mail: ericsonalle@gmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Pubilidade e Propaganda da Universidade Pontiguar – UnP E-mail: nmcamposc@gmail.com

<sup>7</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Pubilidade e Propaganda da Universidade Pontiguar – UnP E-mail: rosinara@gmail.com

<sup>8</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Pubilidade e Propaganda da Universidade Pontiguar – UnP E-mail: millarn@hotmail.com

<sup>9</sup> Orientador do Trabalho

<sup>10</sup> Action RPG - Role-Playing Game

## 1 INTRODUÇÃO

Desenvolvemos esse projeto para comunicar o complexo Sombra e Água Fresca em Pipa/RN cliente da agência experimental UAU Brand Management do curso de publicidade e propaganda da Universidade Potiguar. Criamos um personagem (David), compulsivo em trabalho, descobrindo que a vida pode ser melhor vivida.

Para o Sombra e Água Fresca criou-se uma narrativa que soa bem familiar aos clientes e possíveis clientes do complexo. A ideia é fazer com que o espectador se identifique com o personagem e dessa forma também reflita sobre sua rotina. Espera-se despertar nas pessoas a vontade de passar um tempo com sigo, relaxar um pouco, parar com o estresse do dia a dia e curtir mais sua família.

A solução encontrada para esse projeto chamado de *transmídia*<sup>11</sup> onde desenvolvemos o game, foi utilizar a história de um personagem mais próximo da “vida real”. Dessa forma, atraímos o público, despertando curiosidade e expectativa para o que vem no decorrer da história de David.

Nesse mundo onde a produtividade dita o ritmo das pessoas, observou-se que por tantas vezes deixa-se de fazer algo em família ou até mesmo por diversão para aumentar a produção industrial e tecnológica para aquecer a economia da cultura de massa. A história de David mostra que achar um tempo para o lazer é fundamental para manter-se em equilíbrio do corpo e da mente.

## 2 OBJETIVO

Desenvolver um jogo eletrônico, multiplataformas para compor a história do David, fazendo com que o consumidor sinta-se dentro do universo desse personagem.

---

<sup>11</sup> Projeto interdisciplinar do 6º período do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar

### 3 JUSTIFICATIVA

A escolha por utilizar o game foi feita pela imersão que a mídia proporciona, usufruindo de uma qualidade gráfica e interatividade intensa, esta mídia traz uma total concentração constante, fazendo o consumidor se sentir como o próprio personagem e assim aumentando o nível de *recall*<sup>12</sup> da marca.

O game será capaz de atrair perfis de consumidores do cliente estudado, além de complementar a comunicação de um projeto maior estudado chamado de *Transmídia*, que, em sua definição mais simples, é contar uma história (storytelling) em várias mídias com diferentes linguagens no qual se completam, onde cada mídia deve ser autossuficiente e retrate da melhor forma e adequação, sua linguagem possa representar para esse usuário em diversas plataformas (Jenkins, 2003), sendo peça chave de uma história maior.

Pretende-se mostrar a realidade e os desafios desse novo mundo tecnológico, onde a comunicação está cada vez mais rápida e o processo de produção da cultura de massa cada vez mais acelerado vem trazendo uma vida mais agitada e de ritmo mais intenso no dia a dia dessas pessoas. Esse jogo vem mostrar o quão é importante descobrir o que realmente importa para as pessoas, os desafios que essa era da informação nos proporciona, podem ser vencidos se você estiver com foco e metas traçadas.

Poderíamos definir um game como uma experiência sensorial e sinestésica que afeta diretamente os sentidos, os sentimentos e o raciocínio através de uma programação eletrônica e/ou digital interativa. Ou seja, um game precisa ser entretenimento. Dentro dessa proposta, um game tem diversos elementos que o formam. E são esses elementos que o fazem efetivamente, algo diferenciado de um filme ou um livro, uma peça de teatro, um programa de televisão ou uma história em quadrinhos. Mesmo que o game compartilhe muito desses elementos com as mídias supracitadas, ele tem algo que diferencia fundamentalmente: a interação do jogador como ação direta e casual no fluxo do game. (Guimarães, 2008, p.30)

---

<sup>12</sup> Palavra em inglês que em sua tradução e adequação ao conteúdo significa o nível de lembrança na cabeça do consumidor sobre determinadas marcas.

Vemos que os games influenciam de uma maneira direta à interação marca/consumidor, prendendo a atenção com seus artifícios e seus elementos, fazendo-os receberem a mensagem de uma maneira mais ativa e menos imposta. Ou nas palavras de Coelho (2012, p45):

O jogador em seu ato de entretenimento é bombardeado com o nome do produto, ou com um nome e imagem de um candidato a presidência e, sem que perceba permanece horas brincando, ao mesmo tempo, que recebe distintas informações sobre, sem que perceba permanece horas brincando, ao mesmo tempo, que recebe distintas informações sobre a empresa ou candidato.

Escolhamos para atingir uma fatia do público alvo no qual as outras mídias não conseguem se fixar na mente desse consumidor do universo do game. Para gerar mais interesse na narrativa, faremos uma ponte de mídias onde esse consumidor interessado na vida do personagem estará permeando durante todo roteiro dessa comunicação.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O jogo possui os moldes de um Action RPG - Role-Playing Game no qual o jogador assume os comandos de um personagem e seguir uma história pré-estabelecida. O personagem pode seguir por qualquer direção, não excluindo frente/trás e interagir com a maioria dos objetos em cena.

Ambientado em um cenário de ilustração e manipulação de fotográfica o game conta com personagens em 3D. O GDD (*Game Document Design*) define roteiro, explicação da missão, guia sobre itens e mapas além de mostrar forças e fraquezas do herói e dos vilões. The Life of David, foi construído com o Adobe® Illustrator® CS5 onde foram montadas a definição da estrutura tipográfica e algumas ilustrações que compõem itens de todas as fases do jogo e das duas primeiras telas do game, para o cenário da história e textura dos personagens utilizou-se o programa de CG (*Computação Gráfica*) o Adobe® Photoshop® CS5 para a manipulação de imagens do cenário criando moldes de adequação para o 3D gerando perspectivas de áreas da ambientação e em algumas texturas como cabelos, barbas e pelos dos personagens, por último veio a construção de cada personagem feitos em 3d com o software Maya®

Autodesk® software de animação 3D, modelagem, simulação, renderização e composição, para a criação do personagem David e os animais como: cobras, ratos morcegos e baratas. Foram utilizados também papel offset, lápis HB nº 2, 3, e 6, para a produção das ilustrações e tablet Bamboo™ Connect Pen - Wacom® - para a digitalização das ilustrações e para a pintura digital.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Patrícia Coelho (2012) afirma que Os jogos digitais possibilitam ao jogador criar vivências narrativas que acontecem em um tempo e espaço distintos do mundo real. A narrativa criada foi A “*The Life Of David • In Search Of Their History*”, onde o personagem David acordará em um deserto onde ele tem que buscar informações sobre sua mãe. Nesse deserto David volta à idade de sete anos e começa sua jornada em busca de pistas que o leve até sua mãe. No meio do caminho as areias do deserto começam a mudar o cenário em sua volta ele passa a ver sua antiga casa, David terá que recolher as pistas que estarão espalhadas pela casa enquanto se defende do bichos que ocupara seu lugar como morador. A casa está velha e cheia de ratos, morcegos, cobras e baratas que não deixaram David encontrar essas pistas sobre o paradeiro de sua mãe. Ele tem que recolher cinco itens sendo um em cada estágio do jogo, chegando a um total de cinco pistas. Conseguindo todas as pistas ele ganhará um *álbum-diário*<sup>13</sup> e um código com um link que dá acesso ao conteúdo do álbum diário onde estará a história do paradeiro de sua mãe, conseguindo assim sair do deserto e curtir numa praia em uma bela sombra e água fresca.

Logo após a tela de leitura do game, entrará um vídeo com o resumo da história de David e o que ele está fazendo naquele ambiente, será demonstrado os perigos a serem enfrentados e os itens a serem adquiridos para prosseguir com cada etapa do jogo.

No primeiro estágio do game David tem que encontrar cinco fotos de sua mãe, desde quando ela estava grávida até seus dois anos de idade quando ela some para isso ele tem que passar por vários ratos assassinos que estão pelo chão da cozinha.

---

<sup>13</sup> Palavra usada exclusiva dentro do game.



Figura 1 - Primeiro estágio do game.

O segundo estágio é a procurar do álbum de fotos que sua mão guardava no quarto que está infestado de serpentes, e buscar quatro pedaços de uma sexta foto que completa o álbum nas fases seguintes. Esses pedaços formam uma foto de sua mãe, seu pai e ele quando bebê, foto essa que seu pai rasgou e jogou fora depois do sumiço dela.

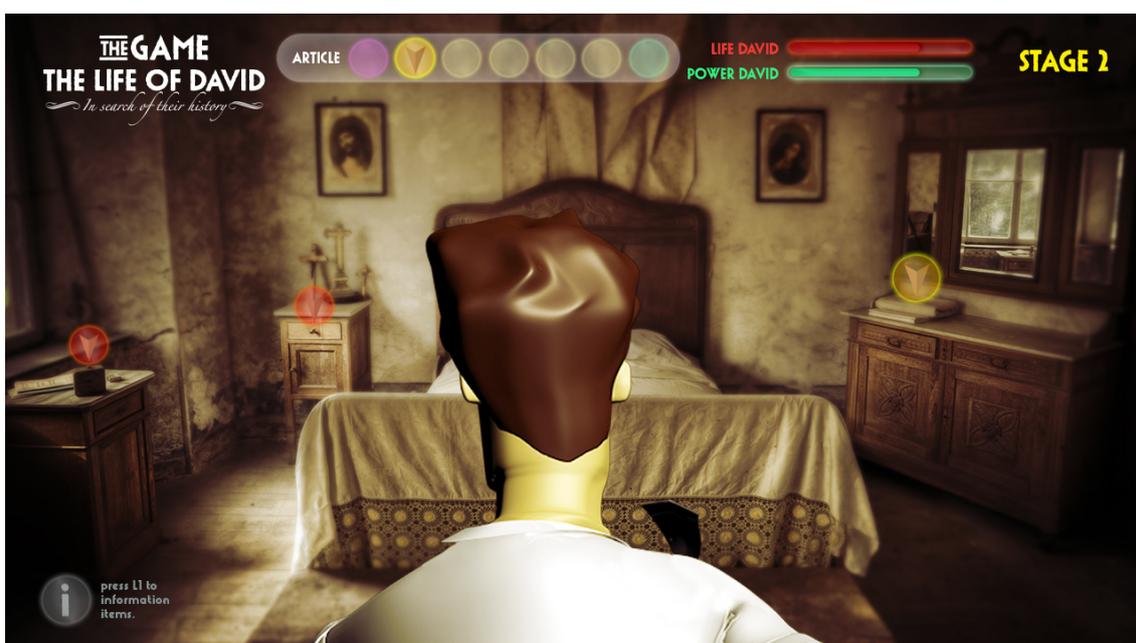


Figura 2 – Segundo estágio do game.



*Figura 3 – Terceiro estágio do game.*

Ao pegar o álbum David é mordido por uma serpente e fica tonto na terceira fase por causa do veneno, esse estágio ele tem que buscar mais um item (Pedaço da sexta foto) além do antídoto para acabar com os efeitos do veneno tentando se livrar de um ataque de morcegos.

O quarto estágio continua com a busca por mais informações de sua mãe, ele procura por mais um item (Segundo pedaço da sexta foto) enquanto se livra mais uma vez de algumas pragas que infestam essa casa abandonada, agora habitadas neste cômodo as baratas carnívoras.



Nesse quinto e último estágio ele tem que pegar outro item (Terceiro e quarto pedaço da sexta foto) que está no final do corredor repleto de baratas, serpentes, morcegos e ratos, contanto também com alguns artigos do jogo que o ajudarão a completar esta fase, quando finalmente consegue chegar ao fim, entra um filme explicando um pouco sobre todos os itens resgatados nas fases mencionadas e se abre uma janela mostrando o link de um site e um código de acesso ao conteúdo para ser visualizado no site, redirecionando-o para uma nova plataforma agora sendo esta, *web*.



Figura 5 - Quinto e último estágio do game.



No site começa a mostrar o conteúdo do álbum diário junto ele encontra correspondências de um detetive contratado por seu pai, nos envelopes há relatórios que mostram a história de sua mãe, assim que saiu de casa, ela pegou um voo em um avião para o Brasil.

Nos relatórios do detetive, David fica sabendo sobre o voo só que não consegue identificar para que local do Brasil sua mãe estava indo. A partir disso David busca mais detalhes sobre a viagem, mas o que ele encontra mesmo são cinco envelopes de hospital mostrando que sua mãe tinha câncer e que ela só tinha três meses de vida.

Após descobrir que sua mãe tinha um câncer terminal no cérebro, David ainda precisa encontrar o destino de sua mãe. Começando a procurar em sua casa, novamente encontra comprovantes de cartões de crédito, com os quais dentre algumas transações, descobre que sua mãe estava indo para uma praia em Natal no Rio Grande do Norte, Brasil. Porém ele também descobre que sua mãe nunca embarcou no voo, pois o câncer dela não deixou aquilo ser possível. Ao descobrir isso tudo, David fecha os olhos, ainda chorando e quando os abre, volta ao cenário do seu quarto acordando para enfrentar o trabalho, vai até o computador, reserva uma viagem para o lugar que sua mãe ia e resolve tirar férias com seu filho e sua esposa grávida. Dessa forma ele descobre um lugar incrível em Pipa/RN.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXI Prêmio Expocom 2014 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação



## 6 CONSIDERAÇÕES

Esta produção permitiu por mais uma vez uma reflexão acerca da velocidade da informação e o pico de estresse dos indivíduos diante a essa geração Z, a qual nos permite entender este cenário e propor estratégias mercadológicas para alcançarmos esse objetivo, dando-nos satisfação e sensação de dever cumprido. Através de pesquisa comportamental e de consumo conseguimos verificar os problemas pelo qual o cliente estava passando. Realizada uma coleta de dados, obtiveram-se informações embasadas e de fundamental importância para dar-se início a campanha publicitária e produzirmos um trabalho completo e com ligação direta ao tema analisado.

A partir do nosso cliente, foi possível abordar um tema de grande relevância no aspecto qualidade de vida. Em um forma ampla, verificamos a necessidades do individua quanto sociedade diante de grandes picos a busca implacável de uma válvula de escape ou como dissertamos em nosso conceito “Ponto de Fuga”. Toda concepção do game foi produzida para manter o público dentro de uma narrativa que passeia por várias plataformas. É importante ressaltar sobre a importância de uma *Tansmídia* no meio publicitário pois além de fidelizar a aproximação das pessoas com as marcas, há uma grande produção de conteúdo e cultura.



## REFERÊNCIAS

JENKINS, H. (2003, January 15). **Transmedia storytelling**. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling.

GUIMARÃES, Daniel de Vasconcelos. **O campo de referências dos videogames: estudo semiótico sobre o objeto dinâmico do game**. Dissertação de mestrado. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008.

COELHO, Patrícia Margarida Farias. **Novas Estratégias publicitárias: Games e Advergames**. São Paulo: TIDD/PUC-SP, 2012.

JENKINS, Henry **Cultura da Convergência**, Rio de Janeiro: Aleph, 2009.

Tradução: Susana Alexandria

LÉVY, Pierre **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

Tradução: COSTA, CARLOS IRINEU DA

Mit Technology Review. Retrieved December 10, 2008, from

<http://www.technologyreview.com/biotech/13052/>

Acesso em 31 de março de 2014.

Portal Nitendo Blast, Game Blast. Disponível em:

<<http://www.nintendoblast.com.br/2012/04/gamedev-conheca-os-tipos-de-jogos.html>>

Acesso em 10 de outubro de 2013.