



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE

KARINE SILVA DIAS

LIFE IS STRANGE: A NARRATIVA DOS GAMES
COMO POSSIBILIDADE CRIATIVA PARA A PUBLICIDADE

BRASÍLIA – DF

2018



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE

KARINE SILVA DIAS

LIFE IS STRANGE: A NARRATIVA DOS GAMES
COMO POSSIBILIDADE CRIATIVA PARA A PUBLICIDADE

Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Luciano Mendes

BRASÍLIA – DF

2018

LIFE IS STRANGE: A NARRATIVA DOS GAMES
COMO POSSIBILIDADE CRIATIVA PARA A PUBLICIDADE

KARINE SILVA DIAS

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Luciano Mendes de Sousa
Faculdade De Comunicação (FAC/UnB)

Priscila Monteiro Borges
Faculdade De Comunicação (FAC/UnB)

Mariana Bergo de Moraes
Departamento De Design (DIN/Unb)

BRASÍLIA – DF
2018

DEDICATÓRIA

A Glory O'Brien que me possibilitou escrever minha própria história do futuro.

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos à minha mãe e meu pai que durante toda a minha vida acadêmica trabalharam incessantemente em prol do meu sucesso, que me ensinaram pacientemente a caminhar sozinha e me deram a liberdade de ser o que eu quisesse. Obrigada também pelo Super Nintendo que ganhei aos quatro anos de idade, esse trabalho não existiria de outra forma.

Às minhas amigas Carol e Mary que me acompanham desde o Ensino Fundamental.

Às minhas meninas André, Igor e Matheus, o barulho ensurdecido mais confortante dessa vida.

Ao meu amigo Vinícius com quem dividi as dores e alegrias de largar a Engenharia para abraçar a Comunicação Social. Não, nossos pais não nos mataram por isso.

À Ana, a amiga que ganhei da deusa.

Aos meus colegas de curso Taynara e Matheus com quem compartilhei as aventuras dos últimos semestres com loucura e plenitude.

Minha gratidão à minha digníssima namorada Beca. Seu suporte incondicional, balanceado pelo desrespeito com que trata minhas composições musicais inspiradas em Hora de Aventura, foram essenciais para a conclusão deste trabalho. Ah, obrigada por ter me apresentado Life is Strange.

Sou grata também aos professores que ao longo dos meus últimos vinte anos se dispuseram a me ensinar e me incentivar. No momento, esses são representados por meu orientador, Luciano Mendes, presente e prestativo durante todo o processo de desenvolvimento desse projeto.

Por fim, agradeço a A.S. King, minha autora literária favorita, que me ensinou as verdades mais duras e honestas através do jogo de palavras que chamamos de metáfora.

RESUMO

No presente trabalho, a narrativa do jogo *Life is Strange* foi analisada com o objetivo de expor suas especificidades como possibilidade criativa para a narrativa publicitária. Inicialmente, foi feita uma revisão teórica dos conceitos de narrativa, *storytelling*, jogo, publicidade e entretenimento e, ao mesmo tempo, as narrativas e *storytelling* utilizados nos jogos e na publicidade foram elucidados. Após a pesquisa exploratória do jogo feita com base no referencial teórico, foi feita a descrição sintética de como a narrativa e o *storytelling* do *game* funcionam. As particularidades encontradas foram colocadas como potencial criativo para a publicidade. Dessa forma, deduz-se que o contexto criado para envolver todas as ações e objetos do jogo e a alta agência dada ao jogador são os elementos que trazem à narrativa de *Life is Strange* uma imersão e interatividade potentes e condizentes com as necessidades atuais do consumidor.

Palavras-chave: Games; Imersão; Interatividade; Narrativa; Publicidade e Entretenimento; Storytelling.

ABSTRACT

In the present work, the narrative of the game *Life is Strange* was analyzed with the purpose of exposing its specificities as a creative possibility for the advertising narrative. Initially, a theoretical revision of the concepts of narrative, storytelling, game, publicity and entertainment was made, and at the same time, narratives and storytelling used in games and in advertising were elucidated. After the exploratory research of the game was made based on the theoretical referential, the synthetic description of how narrative and storytelling function in the game was made. The particularities found were placed as creative potential for advertising. This way, it was deduced that the context created to involve all the actions and objects of the game and the high agency given to the player are the elements that bring to the narrative of *Life is Strange* powerful immersion and interactivity that are consistent with the current needs of the consumer.

Keywords: Games; Immersion; Interactivity; Narrative; Advertising and Entertainment; Storytelling.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Max Caulfield.....	12
Figura 2 - Chuck abre algumas das caixas da Fedex que chegam até a praia.....	28
Figura 3 - A série 13 Reasons Why (2017) é citada em um diálogo da série Dear White People (2017)	29
Figura 4 - Ícone de efeito borboleta indicando consequências nas ações tomadas pelo jogador	34
Figura 5 - Primeira página disponível do diário de Max onde a personagem conta sobre sua aprovação para estudar na Academia Blackwell.....	34
Figura 6 - Catálogo de personagens.....	35
Figura 7 - Álbum de fotos tiradas por Max ao longo do jogo	36
Figura 8 - Troca de mensagens de Max e Kate Marsh no celular de Max.....	37
Figura 9 - Uso da interação “Olhar” com a personagem Kate	38
Figura 10 - Uso da interação “Olhar” com o cartaz de desaparecimento de Rachel.....	39
Figura 11 - Max usa a interação “Olhar” no espelho do quarto de Kate	48
Figura 12 - Kate conversa com Max no telhado do dormitório	50
Figura 13 - Chloe Price	53
Figura 14 - Max e Chloe tiram uma selfie no quarto de Chloe.....	55
Figura 15 - Max e Chloe conversam no novo quarto de Chloe.....	57
Figura 16 – Mapa de relacionamento dos personagens.....	79

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. Fundamentos da Narrativa e Storytelling.....	14
2. Jogo.....	17
2.1 Narrativa em videogames	18
2.1.1 Jogos narrativos	23
3. Narrativa na publicidade	24
3.1 Publicidade e entretenimento.....	25
3.2 Storytelling atualmente utilizado na publicidade.....	27
4. Life is Strange	31
4.1 Escolhas	31
4.2 Objetos pessoais de Max Caulfield.....	33
5. Metodologia.....	40
6. Análise de Life is Strange	42
6.1 Enredo de Life is Strange	42
6.2 Arco de Kate Marsh.....	46
6.3 Arco de Chloe Price	53
6.4 A dinâmica de escolha dentro do jogo	60
6.5 A narrativa e storytelling de Life is Strange	62
7. A narrativa de <i>Life is Strange</i> como possibilidade criativa para a publicidade	64
8. Considerações finais	68
9. Referências bibliográficas	70
10. Referências audiovisuais	74
11. Referências de Jogos.....	75
12. Webgrafia	76
13. Apêndice	77
13.1 Lista de personagens.....	77
13.2 Mapa de relacionamento.....	79

INTRODUÇÃO

Há um crescimento muito rápido do campo da publicidade, dos espaços publicitários e do campo da comunicação como um todo, onde a interação entre as mídias é constante (JENKINS, 2009). Dentro das transformações de discursos e dos espaços, a publicidade está buscando encontrar outra maneira de falar com as pessoas, já que a narrativa dos 30 segundos de intervalo na TV não é mais o suficiente (DONATON, 2004), pois o público além de querer um outro tipo de diálogo, também deseja escolher o que quer ver e quando quer ver. Portanto, a publicidade quando surge de maneira não requisitada, soa invasiva e tem resposta negativa. Para driblar esse problema, é necessário criar narrativas mais persuasivas, de forma que a publicidade seja interessante o suficiente para que em sua atuação não seja vista como um incômodo e sim como algo mais próximo de entretenimento. Tudo isso tem relação com uma transformação mais ampla advinda do surgimento da internet, que trouxe uma via de mão dupla dentro da rede de interação onde o receptor da mensagem pode ser, com um menor esforço, mais ativo que antes.

Segundo Machado (2002), o que marca a diferença das narrativas utilizadas no cinema e na literatura da usada nos jogos é a forma como são estabelecidas as interações. Enquanto comumente nos livros e filmes os fatos se desenrolam em uma sequência irreversível de acontecimentos, independente da interação de quem lê ou assiste, a narrativa dos jogos é construída colocando a intervenção ativa não só como uma interação desejável como, por vezes, exigida para o desenrolar dos fatos. As mídias tradicionais com as tecnologias anteriores utilizavam uma narrativa semelhante a da literatura e cinema, e atualmente com as mídias digitais, a demanda por interação é mais intensa e desejável, não só pelas mídias como também por quem as consome.

A enumeração e análise dos elementos narrativos utilizados em *games* serve como sugestão para o aumento de referências criativas para o campo publicitário. A escolha do jogo como objeto de pesquisa se dá pelo forte envolvimento com a interação e imersão, conceitos que fazem parte da comunicação feita atualmente com o público através das mídias digitais.

A escolha de *Life is Strange* (DONTNOD ENTERTAINMENT, 2015) se deu por este ser um jogo do gênero aventura, ou seja, um jogo cujo o foco é o enredo e não a ação, e por sua jogabilidade compatível às necessidades atuais de um público tão

atuante dentro das mídias. As atividades desenvolvidas por quem joga são focadas em sua maioria na exploração de ambientes e na interação com os personagens, fazendo com que a história seja contada de forma ativa a partir do que se descobre. E como o direito a fazer escolhas é um dos pilares do jogo, o jogador cria sua história, dentro das limitações do próprio jogo, quando decide o que a protagonista Max (Figura 1) deve fazer, tendo que encarar as consequências do rumo que decidiu tomar.

Figura 1 - Max Caulfield¹



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

O interesse pessoal para a elaboração desse trabalho vem da afeição pelos jogos de videogame (do inglês, “*video game*”, em tradução literal, jogo em vídeo) e do amor por ler, ouvir e assistir histórias. Ao encontrar nos jogos narrativos a união dessas predileções — a jogabilidade atrelada a uma história que se desenvolve através da interação do jogador —, quis investigar os elementos que compõem a narrativa desenvolvida em um dos exemplares desse gênero de jogos e, após isso, entender como as particularidades encontradas podem ser utilizadas em minha área

¹ Uma breve descrição de todos os personagens citados neste trabalho se encontra no Apêndice, na Seção 13.1, assim como um mapa que ilustra o relacionamento entre eles, na Seção 13.2.

de atuação: a publicidade. Dessa maneira, a análise pode ajudar a incorporar criativamente novos elementos à narrativa publicitária.

1. Fundamentos da Narrativa e Storytelling

De acordo com Ramos (2011), mais antiga que a própria escrita, o contar histórias é uma prática cultural humana que nasceu próxima ao próprio surgimento do homem. A prática oral, gestual e, também, visual — através dos desenhos e pinturas em paredes de cavernas —, ao longo da existência da humanidade, vem perpetuando valores, saberes e crenças. Sem essa tradição de contar histórias, não existiria o conhecimento transgeracional responsável pela sobrevivência dos povos e o conhecimento responsável pelo desenvolvimento do relacionamento entre os grupos sociais (RAMOS, 2011).

A forma cativante e envolvente como se conta as histórias se dá o nome de *storytelling* (DOMINGOS, 2008). O termo inglês, que pode ser traduzido para o português como “contação de histórias”, diz respeito a uma técnica que usa a narrativa para criar contexto e relevância, pois permite que as pessoas entendam e criem significado através do que é apreendido do conteúdo apresentado (HOWARD, 1991).

A preservação das ideias por meio do *storytelling* não acontece apenas pela confiança que se tem no que o seu narrador diz. A contação de histórias foi uma maneira encontrada pela humanidade de proporcionar uma experiência imaginária, na qual o receptor não vive a situação descrita de fato, mas vivencia todos os sentimentos passíveis de serem despertados por ela. Já que a vida é entendida dentro de narrativas: "Os fatos, as cenas e os contextos são do plano do imaginário, mas os sentimentos e as emoções transcendem a ficção e se materializam na vida real." (RODRIGUES, 2005, p. 4).

Sobre a matéria-prima do *storytelling*, de forma simplificada, temos a narrativa como o relato de uma série de acontecimentos ligados uns aos outros, considerando as causas e consequências de cada um deles (KEINDÉ, 2016). É importante entender que essa sucessão de acontecimentos pode ser contada por diferentes elementos. Squire (2014) inclui diversas manifestações como narrativa, não se limitando a definir o conceito pelo uso do texto. A autora vê narrativa como uma sucessão de signos que tem seu significado lido socialmente, culturalmente e/ou historicamente:

Esta definição significa que narrativas podem implicar conjuntos de signos que se movimentam temporalmente, causalmente ou de alguma outra forma

socioculturalmente reconhecível e que, por operarem com a particularidade e não com a generalidade, não são reduzíveis a teorias. Nesta definição, a narrativa pode operar em várias mídias, inclusive em imagens imóveis. Ela deriva simplesmente da sucessão de signos, independentemente do sistema de símbolos, da mídia ou da 'matriz semiótica' em que esta sucessão ocorre. (SQUIRE, 2014, p. 273)

Essa definição é importante, pois é possível entender que a narrativa não se limita a uma ordem linear de um mesmo tipo de signo, como as palavras em um livro, por exemplo. A combinação de signos de diferentes categorias pode compor uma narrativa. Um exemplo de narrativa desse tipo é a narrativa transmidiática, definida por Jenkins (2009) como a utilização de diferentes mídias no intuito de contar uma história.

Portanto, o que é importante para a definição de narrativa é que os signos utilizados sejam apresentados de forma sucessiva, causalmente e utilizando referências que tornem viável sua interpretação por aquele que a consome.

Já a interação — aqui entendida como "a extensão em que os usuários podem participar modificando a forma e o conteúdo do ambiente mediado em tempo real" (STEUER, 1992, p.1) — não é uma das características que definem uma narrativa, mas sua aplicação nessa prática é mais antiga do que se pensa. É comum pensar que a narrativa interativa é uma novidade e que abrange apenas as interações viáveis com as tecnologias atuais. Os primeiros contadores de histórias, em inglês *storytellers*, apresentavam sua narrativa oral para uma platéia fisicamente presente que interagia com a história contada (KEINDÉ, 2016).

Nos relatos dos primeiros *storytellers*, a história sofria alterações de acordo com as reações e intromissões do público. A narrativa só passou a ser não interativa com a escrita, que apresentava um formato fechado sem a abertura para contribuições e intervenções diretas. Entretanto, essa transição não apagou o papel de quem é o receptor dessas narrativas. A importância do leitor é explorada por Barthes (2004) ao afirmar que esse é até mais importante que o próprio autor. Essa noção vem da ideia de que o autor apenas comunica uma ideia com a sua criação enquanto o leitor é responsável por toda a interpretação da obra. O referido autor também apresenta como exemplo o Surrealismo:

O Surrealismo, finalmente, para nos atermos a essa pré-história da modernidade, não podia, sem dúvida, atribuir à linguagem um lugar soberano,

na medida em que a linguagem é sistema, e aquilo que se tinha em mira nesse movimento era, românticamente, uma subversão direta dos códigos - aliás ilusória, pois um código não pode se destruir, pode-se apenas "jogar" com ele; mas, recomendando sempre frustrar bruscamente os sentidos esperados [...], aceitando o princípio e a experiência de uma escritura coletiva, o Surrealismo contribui para dessacralizar a figura do Autor. (BARTHES, 2004, p. 60)

Logo, infere-se que a história que se apreende de uma narrativa é a soma da história contada por seus autores com a história interpretada por quem a consome.

Levando em conta a narrativa e interação em videogames (que serão trabalhados mais a frente), Keindé (2016) propõe uma escala, de ordem decrescente, que mostra o nível de participação na recepção de uma história de três diferentes mídias:

1. Jogador de videogame: não só interage obrigatoriamente com a história como sofre as consequências da interação, pois suas ações provocam alterações no decorrer do jogo (a curto ou longo prazo). Cabe a ele também a análise das situações apresentadas e tomadas de decisão a partir do que foi interpretado e vivido de forma simulada.
2. Ouvinte de narrativa falada presencialmente: de modo geral, não tem interação obrigatória, mas há chances de alterar o decorrer da história com sua intervenção.
3. Leitor de um texto convencional: sua interação vive apenas no campo da interpretação onde pode configurar significados distintos, ou não, dos propostos inicialmente pelo autor. Porém, os dois primeiros níveis também apresentam essa característica, não sendo então nenhum diferencial.

Dessa forma, entende-se que as narrativas possuem diferentes níveis de interação de acordo com os signos e mídias utilizados. Além disso, somando as possibilidades de *storytellings* que podem ser desenvolvidos a partir da narrativa às permutações de signos e mídias, temos finalmente um universo de possibilidades narrativas. São inúmeras as histórias que podem ser contadas e infinitas as maneiras de contá-las.

2. Jogo

Nesse trabalho se adota a seguinte definição de jogo:

[...] uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da "vida quotidiana". (HUIZINGA, 2000, p. 35)

O jogo está presente na cultura humana nos mais diversos períodos históricos. Uma importante participação do jogo na cultura, por exemplo, é na criação da fala e da linguagem por meio das palavras. Pois quando se traduz o pensamento em palavras, signos, é como se estivéssemos a todo momento saltando entre o real, a matéria, e o pensamento, construindo metáforas:

Por detrás de toda expressão abstrata se oculta uma metáfora, e toda metáfora é jogo de palavras. Assim, ao dar expressão à vida, o homem cria um outro mundo, um mundo poético, ao lado do da natureza. (HUIZINGA, 2000, p. 10)

Mais importante que isso, é entender que o jogo é inclusive mais antigo que a própria cultura, pois essa “mesmo em suas definições menos rigorosas, pressupõe sempre a sociedade humana” (HUIZINGA 2000, p. 6), enquanto o jogo não. Portanto, falar sobre o surgimento do jogo é quase querer falar sobre o surgimento da interação do ser humano com outros seres, consigo mesmo ou com objetos.

Tido como o jogo documentado mais antigo do mundo, Mancala, datado de 2000 a.C., surgiu na Etiópia e Egito como um jogo de tabuleiro jogado pelos próprios faraós (GUERRA, 2009). O jogo consiste em um percurso a ser feito pelos jogadores com suas peças, onde em determinados espaços do tabuleiro, chamados oásis e campos, o movimento das peças simboliza a colheita e sementeação. E assim se desenrola a narrativa de Mancala: os jogadores como os personagens que têm um objetivo e em que em seus passos tem uma série de causas e consequências encadeadas. Da mesma forma, os jogos seguintes ao jogo africano desenrolam a narrativa.o fazem.

Ora, se todo jogo é narrativa, o jogo que acontece por meios digitais não é diferente. Dentro do campo da comunicação, pode se ter o videogames como um produto cultural que comunica:

Como meio o *videogame* passa a ser esse produto cultural, mas com a faceta de mediar mensagens, via esse hibridismo, para um público também formado nesse pensamento deslocado e misturado das novas tendências digitais. (OLIVEIRA e MENDES, 2013 , p. 142).

Sendo o jogador um personagem dentro da narrativa dos jogos, é inegável a existência de imersão, que Murray (2003) enxerga como mais do que apenas escapismo ou suspensão de descrença². A autora vê o conceito como algo relacionado com transformação, pois ao mesmo tempo em que os jogadores interferem no mundo do jogo, o próprio jogo interfere nos sentimentos do jogador e também na sua visão de mundo. Essa interação pode ser relacionada à divisão dos meios entre meios frios e meios quentes feita por McLuhan (1964). Nos meios quentes a interação do usuário é bem baixa, pois as mensagens já são distribuídas prontas para o consumo. Enquanto nos meios frios é necessária essa interação e vontade de participar para poder consumir o conteúdo daquela mídia.

Dessa forma, vemos o jogo como um meio frio e podemos entender a experiência do jogo como completa apenas quando há uma interação direta de alguém. Apenas essa interação pode fazer com que o *game* passe a sua mensagem, pois, de outra forma, vemos apenas uma imagem estática.

2.1 Narrativa em videogames

Por anos a narrativa foi tida como um objeto restrito aos estudos literários pela associação exclusiva da narrativa à escrita (AMARO, 2016). Assim, a narrativa dos jogos só começou a ser considerada no momento em que o primeiro jogo de sucesso que contava uma história por meio de texto, o *Colossal Cave Adventure*, produzido por Willian Crowther em 1976, despontou (FERREIRA, 2008). Porém, com o

² Definida por Murray (2003) como o abandono da capacidade crítica diante do apelo imersivo de um universo ficcional.

desenvolvimento tecnológico, os jogos narrativos começaram a abandonar o uso exclusivo do texto para transmitir sua história (LIMA e LIMA, 2015). Apesar de ter um ponto de partida semelhante a literatura e tradição oral, hoje a narrativa dos jogos já é entendida como um modelo particular que agrega elementos literários e também cinematográficos (MURANO, 2010).

Presente nos jogos, na dramaturgia clássica, o conflito é apontado por Pallotini (1983) como elemento essencial para a ação. O conflito é composto pelos obstáculos existentes na trajetória do personagem principal, que tem como objetivo vencê-los. O elemento é chamado de conflito pois representa o choque entre interesses do próprio protagonista ou choque de interesses do protagonista com interesses externos, como o de outros personagens ou do próprio universo ficcional. Ainda no tópico de drama, os videogames quando entendidos como interfaces entre jogo e drama (CAYRES, 2010), podem ser analisados segundo a poética de Aristóteles (1984). Apesar do filósofo grego limitar o drama à tragédia e à comédia, ao definir a forma dramática pela mimese da ação através da ação — mimese que atores e atrizes fazem quando performam uma peça, por exemplo —, Aristóteles torna possível analisar a dinâmica entre jogador e jogo segundo sua poética, visto que seguem a mesma lógica:

A princípio, pode-se pensar que a ação nos videogames se desenvolve de forma distinta do drama, pois demanda a participação do jogador para seguir. Vale lembrar que em qualquer que seja o drama encenado, a ação depende de que atores emprestem seus corpos e/ou vozes à cena. O jogador de videogames, tal qual o ator no drama encenado, ao mesmo tempo em que é espectador da ação tem o poder de interferir no modo como esta se desenrola dentro de uma sequência estabelecida por um roteiro prévio a ser seguido ou, em um campo mais aberto, improvisando a partir de regras e configurações espaço-temporais definidas. (CAYRES, 2012, p. 155)

A forma como a ação do jogo é estruturada, derivada dos escritos aristotélicos segundo Laurel (1993), faz com que a trama se desenvolva de acordo com certos princípios encontrados na poética aristotélica:

- Tensão e incerteza: A história de um jogo se desenrola de maneira que quem joga não sabe se o protagonista irá atingir seus objetivos e nem de que forma isso irá acontecer. Pontos da trama são desvelados de forma programada, gerando intencionalmente uma tensão ascendente em quem joga, pois o que o jogador sente está ligado diretamente com o que ele sabe, até onde sabe (LAUREL, 1993).

- Causalidade e verossimilhança interna: há uma coerência criada a partir da manutenção da lógica causal, construída a partir de atos e das consequências desses atos, que acaba determinando o que é crível ou não dentro do universo apresentado no jogo (causalidade). Na conclusão do jogo, essa noção ajuda quem joga a crer que os desfechos apresentados são a única possibilidade de desenrolar dos fatos, pois fazem sentido dentro da lógica causal do jogo (verossimilhança interna).
- Ideia de todo: as ações e intrigas não começam e/ou terminam ao acaso. A ação principal do jogo se inicia quando o acontecimento que motiva a trama ocorre. Da mesma forma, o término da ação deve coincidir com o encerramento da intriga que move a história.
- Nó e desenlace: divisão da ação completa em duas partes: o nó que é toda parte da tragédia que se desenvolve até início da mudança desse estado para um outro, bom ou ruim, e o desenlace, que abarca desde o início da mudança até o seu desfecho final.
- Peripécias: são as reversões das circunstâncias dadas, são os fatos que por acontecerem ou serem descobertos mudam o estado e rumo da história.
- Reconhecimento ou anagnórise: descoberta de informações essenciais feitas pela personagem principal sobre si mesma, pessoas conhecidas ou próximas. Essa revelação altera a conduta da personagem que agora tem uma ideia mais completa sobre quem está ligado a descoberta feita.
- Catástrofe: “uma ação perniciosa e dolorosa, como são as mortes em cena, as dores veementes, os ferimentos e mais casos semelhantes.” (ARISTÓTELES, 1984, p. 251).
- Intencionalidade: Cayres (2012) conclui que a intencionalidade está relacionada principalmente com um protagonista com o qual o espectador deve identificar-se. Essa identificação se traduz em um objetivo que conduz e alinha a ação. O referido autor ainda conclui que em jogos a intencionalidade aparece como um fator ainda mais forte, pois é impossível privar quem joga de sua própria intencionalidade, independente se o jogo propõe um objetivo ou não. Portanto, a liberdade se torna elemento essencial para o exercício dessa intencionalidade, pois a ausência de liberdade não tem efeito dramático e nem desperta interesse, “o jogador deve

sentir-se livre, ainda que essa liberdade seja simulada, limitada que é pelo trabalho de autoria dos desenvolvedores” (CAYRES, 2012, p. 156).

Em relação a estrutura dramática clássica, Cayres (2012) expõe as três partes que a compõem (exposição, complicação e desenlace) e também dois de seus elementos pontuais (ataque e clímax) da seguinte maneira:

- Exposição: início da obra onde o sistema está em equilíbrio e é dado ao espectador informações sobre como aquele universo ficcional funciona.
- Ataque: evento que desencadeia o conflito que se desenrola na história.
- Complicação: o desenrolar do conflito.
- Clímax: momento onde é definido o sucesso ou fracasso da busca do protagonista pelo seu objetivo.
- Desenlace: desfecho da história onde é restaurado o equilíbrio do sistema, ainda que apresentando as modificações sofridas ao longo da trajetória do protagonista.

Sobre jogos que apresentam diferentes rumos da história a serem exibidos de acordo com as escolhas do jogador, o autor afirma que a influência do modelo clássico ainda permanece:

Diante de duas ações ou caminhos possíveis, o jogador especula sobre o que provavelmente advirá para tomar suas decisões e, por fim, as suas ações determinarão o que necessariamente acontecerá. Desse modo, continua-se estruturando a ação através da incerteza, da tensão, alinhavada pelo objetivo do personagem/avatar. Ainda é possível também estruturar a ação em apresentação, complicação e desenlace, considerando-se que essas partes podem variar de uma partida para outra. (CAYRES, 2012, p. 157)

No que toca o uso da narrativa interativa em jogos, Galera (2010) afirma que o entrelaçamento entre narrativa interativa e o funcionamento dos jogos é mais intenso nos jogos de videogame do que nos jogos de tabuleiro, como o jogo africano Mancala, por exemplo. De acordo com o autor "no jogo, toda experiência é quantificável e o processo participativo pelo qual o enredo será desvelado pesa mais do que o próprio enredo para gerar significado" (GALERA, 2010, s/p). A ideia se relaciona diretamente ao conceito de imersão de Murray (2003), pois é se relacionando e interferindo no jogo que se cria significados maiores dos de quem apenas assiste uma história, visto que

o jogador simula viver a situação apresentada e logo fabrica emoções que transcendem a ficção. A experiência de alta interação do jogador com o roteiro de um jogo se dá o nome de agência, definida por Machado (2002) como experimentar a situação apresentada pelo jogo como o próprio agente que efetua as escolhas e é o elemento em função do qual o evento acontece.

Por oferecer agência e também possibilidade de exploração do ambiente e do conjunto de enigmas que compõem algumas das tramas, a narrativa empregada em jogos eletrônicos mantém seu público interessado no roteiro e dinâmica utilizados e, assim, obtém sucesso como forma de entretenimento. Os jogos em seu início, por causa das limitações técnicas e tecnológicas, não ofereciam uma narrativa tão singular e apresentavam algo mais semelhante ao que é encontrado nos livros (LIMA e LIMA, 2015), ou seja, uma narrativa embutida (SALEN e ZIMMERMAN, 2004) onde o conteúdo narrativo é fechado e o papel do jogador é pouco ativo. Porém, com as possibilidades se abrindo diante do desenvolvimento computacional, os jogos puderam aumentar o nível de interferência das ações dos jogadores no rumo de suas histórias, utilizando assim uma narrativa tida como emergente (SALEN e ZIMMERMAN, 2004), na qual o jogo oferece diferentes respostas de acordo com as escolhas realizadas pelo jogador e de acordo com o contexto.

Portanto, a mecânica narrativa do jogo é construída a partir da interação do jogador. Tal forma de contar histórias, isto é, dando o poder de influenciar o rumo da história ao jogador, só se torna possível com a computação:

[...] para apreender um enredo que se bifurca tão constantemente, entretanto, é preciso mais do que um denso romance labiríntico ou uma sequência de filmes. Para capturar de fato essa cascata de permutações, é preciso um computador [...]. (MURRAY, 2003, p. 50).

E é por isso que os videogames oferecem uma maior entrada para a interação do seu público. Com um nível mais alto de interação, novos tipos de narrativa podem ser desenvolvidos quando agregados aos elementos padrões já utilizados. A jogabilidade e as técnicas narrativas convencionais se unem para formar um *storytelling* com uma imersão e interatividade potentes que geram mais significados e uma reflexão mais profunda em torno do que é desenvolvido no enredo do jogo. A coesão não é deixada de lado, pois, para que ocorra a produção de significado é

necessário ter a confiança do jogador. Então, através do uso de vários dos princípios da narrativa descritos por Aristóteles (1984), o jogo mantém o interesse do jogador para além da atração direcionada apenas a uma jogabilidade agradável e divertida.

2.1.1 Jogos narrativos

Segundo Audi (2011), o jogo narrativo é a junção de dois elementos essenciais: o lúdico e a narrativa. Ou seja, o jogo — que tem como características o sistema formal, regras, objetivos, conflitos e realidade alternativa, segundo Juul (2013) — se une a narrativa de forma a contar uma história enquanto o jogador persegue os objetivos propostos.

Jogos desse tipo fazem uso de um processo de comunicação no qual o receptor não recebe a mensagem de forma automatizada, ou seja, a história não é contada através de cenas chamadas cutscenes, onde a interação do jogador é interrompida para a exibição de uma cena que conta parte da história do jogo e o jogador nada faz para que a cena se desenvolva. Nos jogos narrativos, uma das regras do jogo é a busca pelas informações que montam o quebra-cabeça de forma a desvelar a história. Nesse processo, elementos como a dinâmica³ de escolhas, enquadramentos, cenário e interação com personagens se mostram essenciais para desenvolver o enredo, criar uma atmosfera, providenciar informações de fundo e desenvolver os personagens.

³ A dinâmica dentro dos *videogames* descreve o comportamento em tempo de execução das mecânicas que atuam nas entradas do jogador e nas respostas derivadas disso (HUNICKE, 2004).

3. Narrativa na publicidade

Sobre a narrativa publicitária, ainda é muito comum que se refiram ao assunto apenas caracterizando essa narrativa como a que tem como objetivo de despertar o desejo de ter e/ou se ser algo (BARBOSA e TRINDADE, 2001).

[...] a publicidade é um programa narrativo auxiliar, da narrativa de base produção/consumo das mercadorias e que sempre o comercial, enquanto programa narrativo de uso, tem uma função destinadora de informar e/ou de seduzir sobre o que deve ser consumido e de dizer qual a promessa aí agregada, nesse processo de comunicação e de significação que visa a construção do valor, conceito, acrescido a uma marca/serviço/produto e assim devendo ser compreendido e identificado pelo receptor alvo. (BARBOSA e TRINDADE, 2001, p.8)

Acerca de como é desenvolvida a narrativa na publicidade, desde o século XX, quando a publicidade encontrou a chance de se desenvolver como uma área de comunicação participando da dinâmica social, a comunicação publicitária "incorpora em seu discurso elementos de diferentes esferas do cotidiano que a instalam em níveis mais profundos do tecido social" (FROÉS, 2006, p. 2). Ou seja, ao usar como referência os elementos presentes no cotidiano das pessoas em sua narrativa, a publicidade se tornou uma comunicação de mais fácil assimilação e mais eficiente. Como o contar histórias é um elemento presente no cotidiano, a publicidade faz uso desse tipo de diálogo para construir de maneira particular seus próprios modelos narrativos:

A narratologia, que tem sua origem na construção de modelos de análise da narrativa da fábula, mitológica e literária, passa, conseqüentemente, a embasar tanto a produção quanto a análise de narrativas nos mais diferentes âmbitos discursivos. Do mesmo modo, transborda de modo esquemático, com um fim bastante pragmático, para o discurso publicitário, oferecendo o instrumental teórico para uma apropriação de uma área de conhecimento aplicado deste universo chamado *storytelling*. (TELLES, 2016, p. 35)

Como anteriormente colocado, o *storytelling* é uma maneira de veicular significações de forma simples e envolvente (DOMINGOS, 2008). Seu uso na publicidade se dá com "uma história criada ou reutilizada, quando já existente, com o fim de persuadir e criar novos hábitos" (DOMINGOS, 2008, s/p). É uma parceria onde

a narrativa persuasiva tem a publicidade incorporada de forma natural, com a persuasão quanto ao serviço, produto ou campanha que se deseja vender como um objetivo natural da narrativa.

A partir desses entendimentos, é possível captar que a publicidade para se relacionar melhor com o seu público, além de utilizar como referência componentes do cotidiano, também absorve elementos narrativos derivados de diferentes áreas desenvolvendo narrativas mais persuasivas. O entretenimento é uma dessas áreas.

3.1 Publicidade e entretenimento

Segundo Donaton (2014), por mais de 50 anos a TV foi uma mídia passiva na qual os telespectadores apenas sentavam na frente do seu televisor enquanto a programação e comerciais eram mostrados sem a interferência de quem assistia. O controle sobre o que era exibido, como era exibido e a forma com que o público iria consumir as mensagens exibidas era exercido pelos canais e anunciantes. Esse modelo de negócios só funcionava pois os consumidores dessa mídia cediam esse controle e/ou não tinham muita escolha.

Porém, com o acesso a mídias cada vez mais interativas nas quais se escolhe o que consumir e quando quer consumir, os consumidores estão mais experientes e são mais sensíveis a tentativas de manipulação. A interatividade, por vezes relacionada ao surgimento das mídias digitais, mudou a dinâmica do consumo das mídias tradicionais. O conceito se relaciona ao conceito de convergência de Jenkins (2009):

O estouro da bolha pontocom jogou água fria nessa conversa sobre revolução digital. Agora, a convergência ressurgiu como um importante ponto de referência, à medida que velhas e novas empresas tentam imaginar o futuro da indústria de entretenimento. Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas (JENKINS, 2009, p. 30-31)

Agora quem assiste tem o poder de rejeitar conteúdos que julgam ter muito mais o objetivo de vender do que entreter ou informar.

A principal mudança é a transferência de poder daqueles que produzem e distribuem produtos de entretenimento para aqueles que os consomem. Em outras palavras, o poder está passando dos estúdios de cinema, redes de TV,

gravadoras de música e agências de publicidade para o cara no sofá com um controle remoto na mão, para a mulher comprando ingressos no cinema local e para o adolescente baixando músicas na Internet. O consumidor foi capacitado e liberado. (DONATON, 2004, p. 8)

Com a transferência de poder, a publicidade teve que abandonar o modelo de comunicação invasivo e migrar para um modelo no qual a comunicação depende do convite do consumidor (DONATON, 2004). Sem a permissão do consumidor para a apresentação da publicidade, a comunicação pode até acontecer, mas quem assiste não irá prestar atenção e irá rejeitá-la. Entretanto, a publicidade não foi a única afetada por essa mudança de modelo.

Essa mudança do modelo de intrusão para convite é uma transformação fundamental para todos os envolvidos na indústria de conteúdo, seja um filme de duas horas, uma comédia televisiva de meia hora, um programa de rádio, uma música gravada, um site da Internet ou uma mensagem publicitária de 30 segundos. Os usuários finais, ao invés dos criadores e distribuidores de conteúdo, estão no controle. E isso muda todas as regras. (DONATON, 2004, p. 11)

O resultado dessa transformação citada por Donaton (2004) é a parceria, agora fundamental, entre a publicidade e o entretenimento (programas de TV, filmes, álbuns de música, videogames e assim por diante). Essa união gerou a reinvenção do negócio de comunicações de marketing que temia a obsolescência das propagandas de 30 segundos e aprendeu a convidar seus consumidores a se entreter e interagir.

Um exemplo de parceria entre entretenimento e publicidade é o Victoria's Secret Fashion Show. Esse evento é um desfile promovido anualmente pela marca de *lingeries* Victoria's Secret no qual um time de modelos, chamadas "*angels*" (anjos, em português) por desfilarem com asas, mostram as novidades em tendências da marca em um grande espetáculo com apresentações de grandes nomes da música pop como Rihanna, Lady Gaga e The Weeknd.

A Victoria's Secret com seu desfile, a Apple com sua tradicional apresentação de novos produtos assistida por todo o mundo, entre outras marcas que cada vez mais produzem entretenimento, são empresas que souberam transformar o que seria um anúncio na TV, não requisitado pelo público, com o oferecimento de seus novos produtos e serviços, em um evento que seu público alvo é convidado a ver e deseja

assistir, já que todo o evento publicitário tem uma máscara de entretenimento, apesar da publicidade atrelada.

3.2 Storytelling atualmente utilizado na publicidade

No livro *Madison & Vine* (2004), Scott Donaton explora a parceria criada entre publicidade e entretenimento para a renovação do setor publicitário que já não via tanto resultado nos modelos tradicionais de propaganda. O autor vê como ponto de intersecção a forma como os produtos de ambos os setores se unem.

É o *insight* sobre as paixões das pessoas e as conexões que criamos, naturalmente e unicamente, entre elas e o patrimônio de nossas marcas. Ícones culturais no contexto da marca. Eventos importantes ligados a marcas importantes. (DONATON, 2004, p. 28)

Então, o *storytelling* hoje utilizado pela publicidade busca unir os valores de uma marca/produto/serviço ao que desperta paixão nas pessoas. A publicidade é entrelaçada nas narrativas do entretenimento de uma forma cada vez mais bem feita e menos artificial.

É comum ver em filmes enquadramentos que servem unicamente para explicitar a marca do computador que o personagem principal usa, o outdoor que aparece num plano de fundo onde dois personagens conversam, o banco de onde os personagens saem, bebidas e comidas que consomem e assim por diante. Com consumidores mais atentos, esse modelo de publicidade logo se tornou artificial e de fácil identificação, sendo assim também mais passível de rejeição. O *product placement*, como é chamada essa “incorporação intencional de uma marca em um veículo de entretenimento” (RUSSEL e BELCH, 2005), ainda é utilizado, mas de forma cada vez mais natural, não parecendo uma quebra dentro do entretenimento. Os produtos são elementos dentro da narrativa e não aparentam terem sido colocados a parte da criação daquele conteúdo, pois nesse modelo as marcas fazem parte da história que se conta.

Um dos casos mais famosos é o da participação da marca Fedex, empresa de entrega de encomendas, no filme *Náufrago* (2000). No filme vemos Chuck (Figura 2), um funcionário da Fedex, que em uma viagem de trabalho, sofre um acidente onde o avião da empresa cai e ele é o único sobrevivente. Isolado em uma ilha deserta, Chuck

começa a coletar algumas das encomendas do avião que chegam na praia. O funcionário guarda uma das caixas e promete entregá-la ao destinatário em boas condições, ele cumpre essa promessa na cena final do filme. A logomarca da Fedex é exposta inúmeras vezes durante o filme, mas a história que se conta ao redor dela que é responsável por construir uma imagem positiva da empresa, pois na jornada de Chuck podemos inferir que a Fedex e seus funcionários são comprometidos com a qualidade, prazo e com os seus clientes (RIBEIRO, 2010). Um fato curioso de Náufrago é que apesar do filme ser considerado um *merchandising* de 143 minutos da Fedex (VERONEZZI, 2009), a empresa não pagou nenhuma quantia para aparecer no filme, apenas deu permissão para o uso da marca, que era um desejo dos produtores para tornar a história mais real.

Figura 2 - Chuck abre algumas das caixas da Fedex que chegam até a praia



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

Sendo a publicidade melhor recebida quando parte do entretenimento, a publicidade do entretenimento em si é feita da mesma forma, sem depender exclusivamente de propaganda nas mídias tradicionais. No caso da Netflix, serviço de *streaming* de filmes e séries, por exemplo, é costumeiro nas séries produzidas pela empresa que personagens em diálogos façam referência a outras séries da produtora. O que parece apenas uma referência a ser entendidas por fãs, que podem buscar a série citada só para entender a referência que foi feita, é na verdade, um caso de *product placement*. Um exemplo disso é mostrado na Figura 3.

Figura 3 - A série 13 Reasons Why (2017) é citada em um diálogo da série Dear White People (2017)



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

Na publicidade de entretenimento é frequente também que seja incentivado o processo chamado de “cultura de fãs” (JENKINS, 2009), no qual os consumidores de determinados filmes, livros, séries de TV, bandas e demais obras do tipo, ajudam a disseminar informações sobre o conteúdo que consomem. Criações como *fanfics*, *fanarts*, fóruns para debate fazem parte dessa cultura que estabelece uma nova forma de consumir produtos televisivos e literários indo além do veículo original. Produções como a série de TV *The Walking Dead* (2010) incentivam a cultura de fãs com um *aftershow*, uma atração que é exibida na TV logo após o novo episódio, chamado *Talking Dead* (2011), no qual o apresentador Chris Hardwick comenta o episódio exibido no dia junto com convidados especiais que podem ser membros do elenco da série, equipe de produção e até mesmo fãs da série de TV. No mundo dos videogames existe a E3 (Electronic Entertainment Expo), uma feira internacional dedicada a jogos eletrônicos. No evento que dura cerca de 3 dias, jogadores e jornalistas do ramo tem acesso às novidades do mercado de jogos através de apresentações feitas pelas principais produtoras de jogos e entrevistas feitas com as equipes responsáveis pelos títulos. As informações transmitidas no evento acabam em sites dedicados a cultura

de jogos, canais do *Youtube* e fóruns, nos quais teorias são criadas e debates são feitos pelos fãs em torno do que foi informado.

Ao criar conteúdos para que os fãs disseminem os valores daquele produto, ao transformar um oferecimento de um produto/serviço em um evento e ao participar de maneira natural de produtos do entretenimento, a publicidade vai encontrando o seu lugar num mundo que já não aceita tão bem o intervalo comercial. Ao se tornar uma escolha a ser feita pelo público e não uma pausa forçada, a narrativa publicitária consegue fixar melhor os valores que deseja atrelar ao que pretende vender, pois essa responsabilidade já não é colocada nas costas de uma simples frase afirmativa, pequena *sketch* ou *slogan*. Quando a narrativa publicitária utiliza a técnica do *show, don't tell*⁴, a interpretação de quem a consome compreende os valores e a publicidade deixa de ter que contar com que seu público apenas acredite no que uma frase de efeito diz.

⁴ Em português “mostre, não conte”, é uma técnica narrativa utilizada em vários contextos, sobretudo literário, onde o narrador entrega as ferramentas e sinais para que o público chegue às conclusões que o narrador deseja, ao invés de contar de maneira direta o que deseja comunicar.

4. Life is Strange

Life is Strange é um jogo narrativo eletrônico publicado pela empresa Square Enix e desenvolvido pelo estúdio francês Dontnod Entertainment. O jogo é dividido em cinco episódios (*Chrysalis*, *Out of Time*, *Chaos Theory*, *Dark Room* e *Polarized*, ou em português, Crisálida, Fora do Tempo, Teoria do Caos, Câmara Escura e Polarizado) que foram lançados individualmente de forma periódica entre Janeiro e Outubro de 2015. Apesar de no ano de 2017 terem lançado o jogo *Life is Strange: Before the Storm* — uma *prequel*, ou seja, uma história que, apesar de lançada após, acontece antes de *Life is Strange* na linha do tempo do universo da franquia —, a aventura que *Life is Strange* se propõe a contar é fechada e completa.

A história acontece em uma cidade fictícia chamada Arcadia Bay, localizada em Oregon, estado real estadunidense. Os acontecimentos do jogo se iniciam na data de 7 de Outubro de 2013 e duram apenas uma semana. No jogo, o jogador é Maxine Caulfield, ou apenas Max, uma aspirante a fotógrafa e estudante do último ano de *High School* (similar ao Ensino Médio, no Brasil) de uma conceituada escola especializada em artes e ciência chamada Academia Blackwell. Ao voltar à Arcadia Bay, cidade onde nasceu, depois de cinco anos, Max salva a vida de sua melhor amiga de infância, Chloe Price, que seria morta com um tiro no banheiro da escola se Max, ao presenciar o assassinato, não tivesse descoberto ter o poder de voltar no tempo e assim impedir o homicídio. A partir desse evento inicial, acompanhamos Max e Chloe investigarem o desaparecimento de Rachel Amber, uma outra estudante e atual melhor amiga de Chloe, enquanto lidam com a possível destruição da cidade em uma tempestade que Max vê em seus sonhos.

4.1 Escolhas

Como uma das características gerais do jogo, Huizinga (2000) aponta a tensão e a incerteza, também presente na poética aristotélica. Em todo momento dentro de um jogo, videogame ou tabuleiro, há a pergunta “dará certo?”, pois o sucesso do jogador depende em grande parte da qualidade de suas escolhas. Em *Life is Strange*, podemos ver como a narrativa emergente e a narrativa embutida (SALEN e

ZIMMERMAN, 2004) funcionam juntas, dando uma liberdade expressiva ao jogador, apesar de limitada, na hora de decidir os rumos da história através das escolhas feitas. Também temos o questionamento “dará certo?” como uma preocupação muito mais pesada colocada no jogador.

No início de cada episódio a seguinte mensagem é mostrada na tela: “Life is Strange é um jogo cuja história é decidida pelo jogador. As consequências de todas as ações e decisões terão impacto no passado, presente e futuro. Escolha com cuidado...”. A mensagem deixa claro a característica que define o jogo: os rumos que a história toma são de inteira responsabilidade do jogador que a comanda através das escolhas que efetua. Claro, as possibilidades de rumos são limitadas pelo próprio jogo e pelo roteiro proposto. *Life is Strange* não oferece um mundo aberto, como a franquia *Grand Theft Auto* (ROCKSTAR NORTH, 1997), por exemplo, onde missões estão disponíveis e optar por realizá-las não é uma ação obrigatória. O jogo da Dontnod Entertainment disponibiliza uma história linear obrigatória que precisa ser percorrida até que o jogador chegue nos pontos obrigatórios de ramificação, onde sua escolha determina qual o próximo caminho que será percorrido até o próximo ponto de entroncamento. E ao fim de cada episódio, o jogador tem acesso a um resumo de quais escolhas ele fez e qual a porcentagem de jogadores que escolheram cada uma das opções disponíveis para cada decisão.

Com tal responsabilidade dada ao jogador, o poder de Max de voltar no tempo se torna mais tentador, pois é comum que nas pequenas escolhas seja possível observar as consequências imediatas, se arrepender, voltar no tempo e fazer uma escolha diferente. Essa rotina pode ser refeita várias vezes para uma mesma escolha até que o jogador se dê por satisfeito com o resultado. Porém, existem alguns pontos de bifurcação onde o jogo deixa claro que não será possível voltar no tempo para fazer uma escolha diferente. Esses são os pontos de maior tensão dentro da história do jogo.

Para todas as escolhas com consequências passíveis de serem refeitas, o jogo mostra um ícone no canto superior esquerdo da tela onde se vê borboletas batendo as asas numa referência ao efeito borboleta (Figura 4). O fenômeno descrito por Edward Lorenz foi observado na meteorologia, onde pequenas alterações podem causar grandes mudanças no padrão das massas de ar com o passar do tempo, ou

seja, metaforicamente um simples bater de asas de uma borboleta em Nova York pode causar um tornado no Japão no futuro (MARQUES, 2011). O efeito borboleta é ligado à Teoria do Caos (em inglês *Chaos Theory*, nome do terceiro episódio de *Life is Strange*), que é uma das possíveis leis do universo, pois descreve a imprevisibilidade e consequências dos acontecimentos. Segundo a Teoria do Caos, qualquer mínima modificação no início de um evento pode trazer consequências desconhecidas no futuro. Ademais, o futuro pode ser completamente diferente de acordo com pequenas escolhas (FEY e ROSA, 2012). Parte importante do jogo se baseia na Teoria do Caos para desenvolver sua jogabilidade.

4.2 Objetos pessoais de Max Caulfield

Em *Life is Strange*, o jogador tem uma perspectiva de terceira pessoa, mas apenas Max Caulfield pode ser controlada por quem joga. Os objetos como diário, celular e câmera fotográfica, que Max sempre carrega consigo, são itens que o jogador pode acessar a qualquer momento, salvo em períodos atípicos da trama. Esses objetos ajudam a compor a narrativa da história e também a solucionar alguns dos *puzzles*⁵ propostos.

O diário de Max é separado em quatro sessões: diário, fotos, catálogo de objetos vistos em cada um dos lugares explorados e pessoas. O diário propriamente dito, é um item que se atualiza à medida que o jogo se desenvolve. A única interferência que o jogador pode efetuar no item é relativa às escolhas feitas, pois de acordo com o caminho tomado, o relato do diário é também modificado. No começo do jogo, o diário pode ser usado para consultar o estado inicial do humor e sentimentos de Max relacionados aos acontecimentos que antecedem a história contada no jogo como, por exemplo, seu entusiasmo ao ganhar uma bolsa de estudos para frequentar a Academia Blackwell (Figura 5). No transcorrer dos fatos do *game*, o diário se torna um resumo do que já aconteceu na história até então. Porém, em situações pontuais da trama, o diário, como um todo e não só a seção de relatos escritos, sofre alterações

⁵ Quebra-cabeça, charada ou situação problemática que deve ser resolvida por meio de lógica, encaixe e ferramentas disponibilizadas (no caso de *Life is Strange*, a viagem no tempo é uma ferramenta).

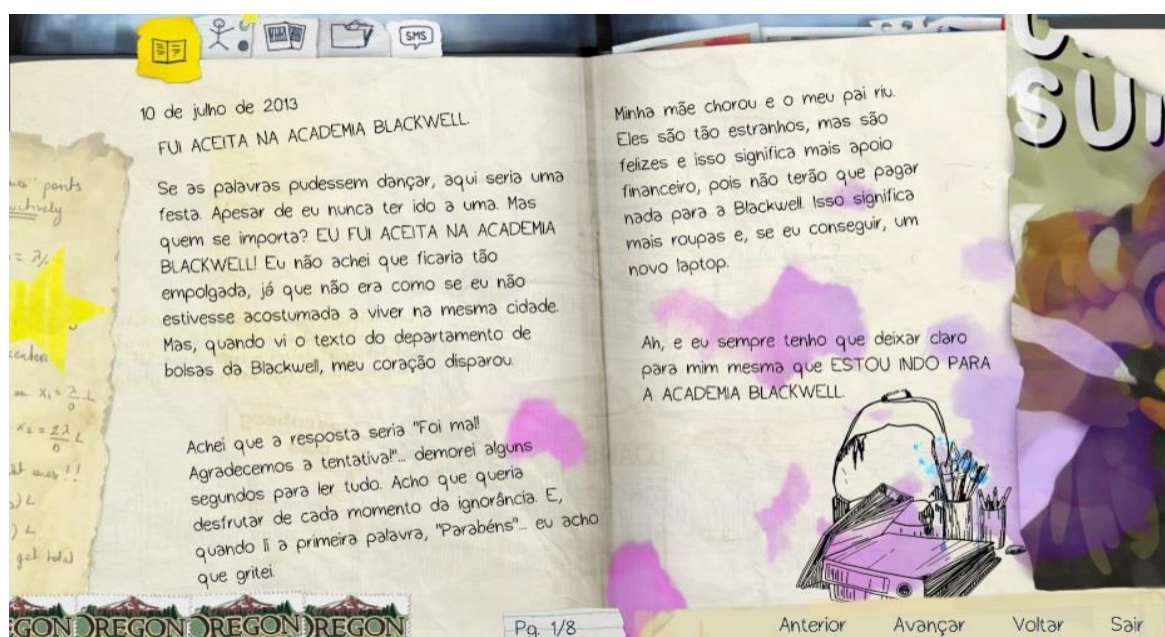
drásticas à medida que sua dona começa a ter problemas para diferenciar a realidade do irreal. Sendo assim, o jogador sempre tem acesso à visão que Max tem do diário.

Figura 4 - Ícone de efeito borboleta indicando consequências nas ações tomadas pelo jogador



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

Figura 5 - Primeira página disponível do diário de Max onde a personagem conta sobre sua aprovação para estudar na Academia Blackwell



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

Também há no diário de Max uma aba destinada apenas a catalogar os personagens mais importantes do jogo (Figura 6). Assim como a seção destinada ao relato dos fatos, essa é uma parte que serve em grande parte do tempo como um guia para o jogador. Junto a foto de cada personagem, há um breve relato das impressões de Max e informações que ela tem até o momento. A exceção é ela mesma, pois na aba há também um espaço reservado para Max onde ela se apresenta.

Figura 6 - Catálogo de personagens



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

Na aba de fotos do diário de Max se encontram pequenas dicas do que podem ser os objetos e cenas que Max pode fotografar com sua câmera fotográfica de revelação instantânea. A medida que as fotos são tiradas, elas são coladas onde se encontra a dica, formando um álbum de fotos (Figura 7). A opção de tirar a foto aparece na interação com o cenário e pode se tornar disponível apenas após o jogador executar ações específicas. As fotografias são meramente itens colecionáveis relacionados a aspiração de Max e apesar de contribuírem para a narrativa do jogo, não são ações obrigatórias.

Figura 7 - Álbum de fotos tiradas por Max ao longo do jogo



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

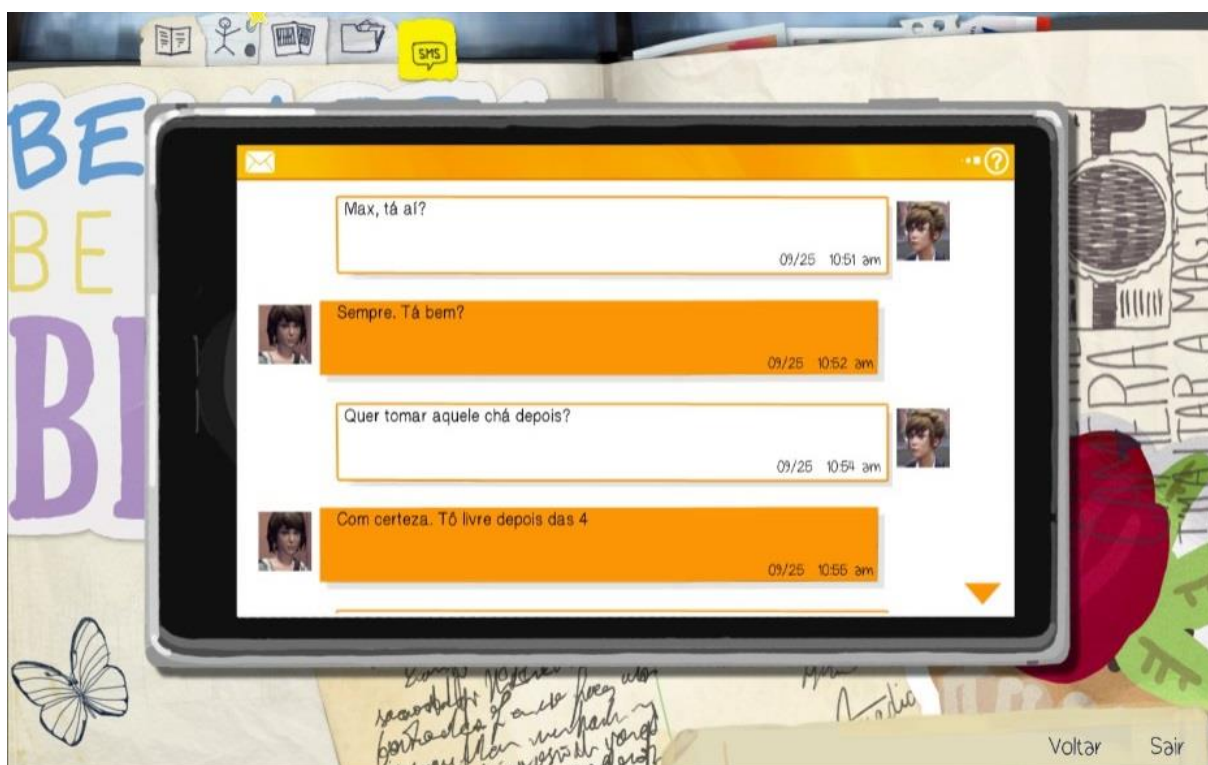
Na aba que cataloga os objetos vistos em cada um dos lugares explorados, existe apenas a imagem de cada um dos folhetos, bilhetes e cartazes vistos por Max sem nenhuma informação adicional. Esse catálogo serve exclusivamente para reativar a memória do jogador que quiser relembrar algum item já visto, mas se torna pouco útil quando as outras ferramentas entregam informações mais sofisticadas.

Assim como o diário de Max, o seu celular já vem com algumas informações de interações via mensagens de texto SMS — única função acessível do celular, na verdade — que precedem os acontecimentos do jogo. A leitura dessas trocas prévias de SMSs não ajuda no progresso da história como as que acontecem no desenrolar da aventura, mas ajudam a construir um *background* ou um conjunto de antecedentes e experiências passadas da personagem principal.

Sempre que Max recebe um SMS, um ícone aparece na tela sugerindo que o jogador entre no menu que dá acesso ao telefone (Figura 8). Quando o jogador, que nesse momento controla as ações de Max, lê as mensagens no menu dedicado, Max responde e conversa em tempo real com o remetente das mensagens ou o ignora,

tudo isso sem a interferência do jogador que apenas fica encarregado de abrir as conversas para que a interação de Max com os personagens aconteça.

Figura 8 - Troca de mensagens de Max e Kate Marsh no celular de Max



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

4.3 Interação com personagens e cenário

A maior parte da jogabilidade de *Life is Strange* mora na interação de Max com os personagens e cenário. Para a maioria dos objetos e itens do cenário há sempre a opção “Olhar” em que Max tece um comentário sobre o que sabe ou observa no personagem ou objeto em questão (Figura 9). Quando o objeto é um impresso, Max faz seu comentário enquanto o jogador tem acesso a uma visão melhor do objeto para que o examine mais de perto (Figura 10), nessa visão há também a opção “Ler”, onde o jogador conta com uma transcrição e tradução para as situações em que o jogador não consegue visualizar bem o que está escrito ou não sabe ler em inglês.

Na interação com pessoas é comum ter a opção “Falar”, na qual um diálogo mediado pelo jogador, que escolhe as falas de Max, se inicia. Além disso, na interação com alguns objetos, há a opção “Foto”, na qual Max o fotografa e guarda a foto em

seu álbum de fotos citado anteriormente. É por meio da interação com objetos que Max tem acesso aos itens pessoais dos personagens não jogáveis, dando ao jogador informações mais complexas sobre cada um dos personagens, além das conquistadas em diálogos, na opção “Olhar” e nas informações documentadas no diário e celular de Max.

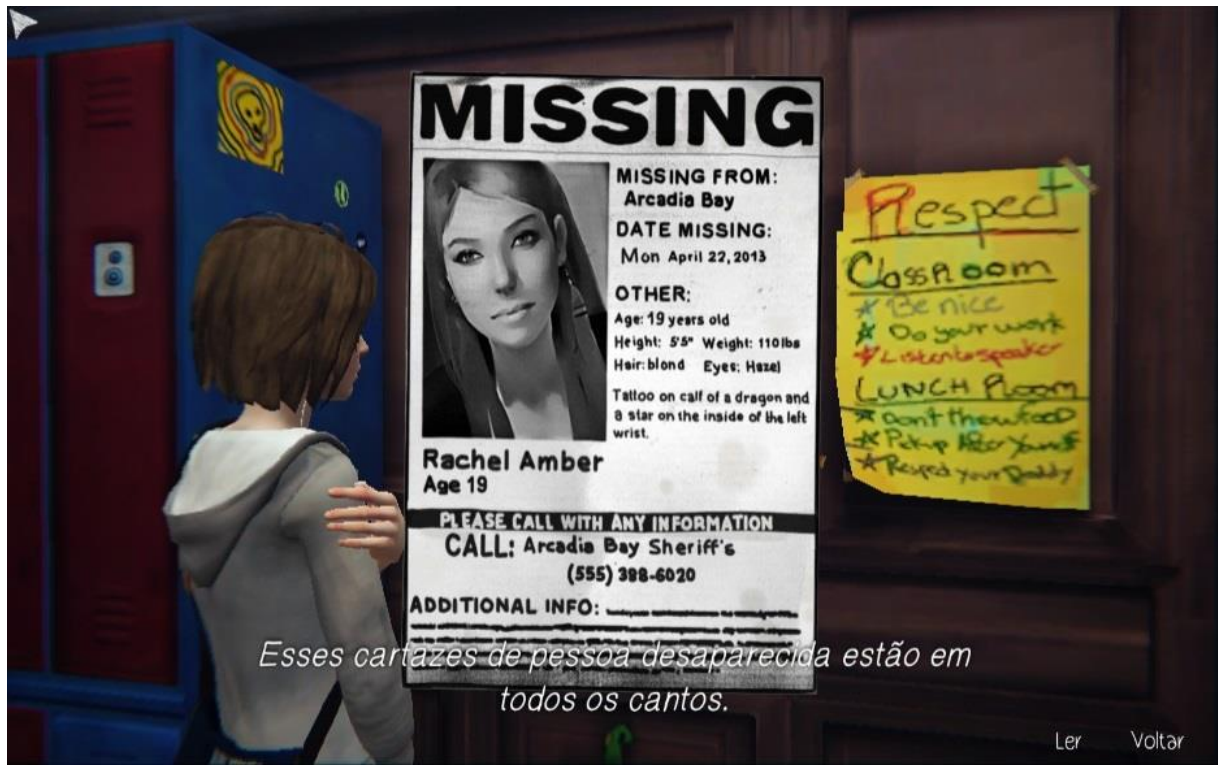
Nas interações proporcionadas em *Life is Strange*, quem joga faz um trabalho de equipe com Max que tem informações que não são passadas para o jogador sem que esse execute ações para tê-las. Diversas vezes é possível realizar os objetivos do jogo sem explorar o ambiente, mas esse não é o propósito do jogo e os poucos comentários de Max feitos sem a necessidade de ação do jogador irão trabalhar para convencê-lo a explorar o máximo que puder. Pois, mesmo quando quem joga não possui interesse em entender melhor os detalhes da história, o jogador continuará sendo Max no *game* e essa se mostra curiosa e questionadora, plantando suas dúvidas e curiosidade em quem a acompanha.

Figura 9 - Uso da interação “Olhar” com a personagem Kate



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

Figura 10 - Uso da interação “Olhar” com o cartaz de desaparecimento de Rachel



Esses cartazes de pessoa desaparecida estão em todos os cantos.

Fonte: Captura de tela realizada pela autora

Apesar do elemento sobrenatural de viagem no tempo, *Life is Strange* tem como finalidade retratar a vida de forma real. E os contextos que envolvem a vida são entendidos através da análise do ambiente e das pessoas que ali estão. Keindé (2016) chama de narrativa ambientada essa narrativa por meio de cenário feita no jogo. Segundo a autora, tal nível de imersão no ambiente é exclusivo das narrativas em videogames, na qual o jogador tem acesso a um cenário detalhado, no qual ele escolhe o que vai olhar, por quanto tempo desejar e na ordem que quiser. Essa liberdade torna a história única para cada jogador, pois existem detalhes, interações com personagens e objetos que só alguns irão explorar. Além do mais, tal exploração se dá por vezes de forma única, já que na interação com pessoas é possível escolher sobre quais assuntos falar e quais respostas dar.

5. Metodologia

A análise do jogo foi desenvolvida em forma de pesquisa explicativa, na qual fatos são registrados, analisados e interpretados. O método procura ampliar generalizações, definir regras mais amplas, estruturar e definir modelos teóricos (LAKATOS e MARCONI, 2007). Só é possível aplicar o método com dedicação a síntese, teorização e reflexão a partir do objeto de estudo que é justamente o objetivo do projeto.

A investigação foi feita a partir da experiência de jogar *Life is Strange*, versão para PC, pela segunda vez, visto que a autora já jogou anteriormente para fins de entretenimento. Esse segundo contato será feito com um olhar mais analítico sobre os elementos narrativos, contudo, o resultado de interpretação e análise, impreterivelmente, envolverá ambas as experiências com o jogo. Tal aspecto não é visto como um empecilho para a pesquisa, pois a experiência como jogador casual, que consome o jogo por diversão e se envolve de maneira genuína sem motivações externas, é proveitosa para a interpretação do jogo.

Para o estudo foram escolhidos quatro pontos do *game*: enredo, arco da personagem Kate Marsh, arco da personagem Chloe Price e liberdade de escolha de caminhos a seguir dentro do jogo.

O enredo foi escolhido para a identificação das características ligadas à estrutura dramática clássica. A observação de como o jogo trabalha esses princípios em sua trama é importante para delimitar até onde o jogo utiliza os modelos clássicos e onde começa a usar a jogabilidade como uma forma criativa de construção de *storytelling*.

Tal qual o arco completo do jogo, que não será analisado por limitações de tempo no desenvolvimento do projeto, os arcos de Kate Marsh e Chloe Price culminam em uma decisão de grande tensão para o jogador, sem a opção de ser refeita através do poder de viagem no tempo que Max possui, além de reunirem em sua construção a exploração de ambientes e a interação com personagens. Ambos os arcos foram tratados pelos co-diretores do jogo, Michel Koch e Raoul Barbet, em uma palestra dada no evento *Game Developers Conference* (GDC, 2016) sobre o uso de *storytelling* interativo e *design* de jogos para enfrentar problemas do mundo real em *Life is*

Strange. As opiniões e interpretações colocadas na palestra também foram levadas em conta na análise das cenas, além da interpretação da autora do presente projeto como jogadora.

Por fim, *Life is Strange* lembra o jogador constantemente sobre a existência da liberdade de escolha do jogador, mas também evidencia que as escolhas têm o seu preço. Como atributo de jogabilidade significativo e característica fortemente ligada à própria identidade do jogo, a análise desse aspecto é indispensável para descrever seu significado dentro do jogo e entendimento de sua contribuição para o *storytelling* do *game*.

6. Análise de *Life is Strange*

Nesta seção são expostas as análises dos quatro pontos escolhidos para definição das particularidades da narrativa e *storytelling* de *Life is Strange*. Na Seção 6.1 são abordados os princípios da poética aristotélica encontradas no enredo do jogo, o arco da personagem Kate Marsh é abordado na Seção 6.2, enquanto o arco de Chloe Price é explorado na Seção 6.3 e a liberdade de escolha dentro do jogo é examinado na Seção 6.4. E finalmente, temos na Seção 6.5, o entendimento decorrente do processo de análise.

6.1 Enredo de *Life is Strange*

A trama de *Life is Strange* gira em torno das consequências da reaproximação de Max com sua melhor amiga de infância Chloe, da sua relação com os colegas de escola, do seu recém descoberto poder de viagem no tempo e da premonição de destruição da cidade Arcadia Bay, onde o jogo se passa. A apresentação de todo esse sistema em equilíbrio, no qual o jogador ganha informações sobre como o universo do *game* funciona — chamado exposição (CAYRES, 2012) — acontece durante todo o primeiro episódio do jogo, *Chrysalis*.

A história tem uma linha principal de acontecimentos que, a despeito das escolhas de quem joga modificarem a forma como alguns fatos se desenrolam ou são resolvidos, ela só é modificada profundamente pela escolha final do jogo. Apesar dessa gama de formas diferentes que a história pode ser contada, alguns princípios da poética de Aristóteles ainda estão presentes na narrativa de *Life is Strange*, como os princípios de incerteza, tensão e intencionalidade. Esses aspectos podem ser notados pois dentro de cada escolha feita pelo jogador moram a incerteza em não saber como o jogo irá se desenvolver a partir desse ponto, a tensão causada pela responsabilidade concedida ao jogador quando os acontecimentos subsequentes são frutos de uma ação sua e, por fim, também mora a intencionalidade dentro das especulações que levaram o jogador a concluir que aquela escolha o levará ao seu objetivo ou do protagonista do jogo.

O acontecimento que temos como o ataque da história, ou seja, o que desencadeia o conflito que move a história do jogo (CAYRES, 2012), é a tentativa de Nathan Prescott de assassinar Chloe no banheiro da escola, mostrada em *Chrysalis*. Usando seu poder recém descoberto de viajar no tempo, Max, que estava escondida no banheiro, volta no tempo e aciona o alarme de incêndio fazendo com que Nathan fuja. Após esse evento é dado a Max, e ao jogador, a decisão de contar ou não ao diretor da escola, Wells, se viu Nathan com uma arma ou não. O jogo deixa claro pela paralisação do tempo, adorno de sombras coloridas no quadro e som que demonstra tensão, que aquela escolha terá consequências significativas. Nesse caso, se Max conta ao diretor Wells que Nathan estava com uma arma, ela se torna alvo de inúmeras ameaças de Nathan que rouba objetos de seu quarto no dormitório estudantil, envia mensagens de números anônimos e a ameaça pessoalmente de forma agressiva. Não contanto ao diretor, Nathan também a ameaça ao ligar os pontos e perceber que ela estava no banheiro, mas de forma muito mais branda. Essa escolha também influencia o resultado de escolhas futuras.

Uma das ameaças de Nathan acontece pouco tempo depois da escolha de Max sobre contar ou não o que viu para o diretor Wells. Dessa vez, ao ser intimidada no estacionamento da escola, quem a resgata é Chloe. No reatar dessa amizade, Max tenta entender o que fez a amiga mudar tanto nos cinco anos em que estiveram separadas. Antes, Chloe era uma pré adolescente típica, alegre, boa estudante e interessada em histórias de piratas. Porém, após a morte do pai, de quem era muito próxima, e a mudança de cidade de Max, com quem não manteve contato, Chloe se tornou uma adolescente problemática que cultivava certo desprezo pelas regras da mãe e da escola, de onde foi expulsa. Max, por outro lado, continua sendo a mesma garota. Na descoberta dessa nova pessoa, Max acaba se envolvendo com os problemas de Chloe, sendo o maior deles o desaparecimento de Rachel Amber, uma aluna modelo, querida por todos e que mesmo sendo o extremo oposto de Chloe, era sua melhor amiga⁶. O desaparecimento de Rachel já era, na verdade, um assunto que despertava

⁶ Em *Life is Strange* há sinais sutis de que as duas podiam ser mais que apenas amigas. Em *Life is Strange: Before the Storm*, jogo que trata do relacionamento das duas personagens, fica a cargo do jogador, com seu poder de escolha, definir o tipo de relação.

a curiosidade de Max que ao interagir com os corredores e arredores da escola, na qual estuda há menos de um mês, encontra incontáveis cartazes com uma foto de Rachel comunicando seu sumiço (Figura 10). Sendo assim, o desaparecimento de Rachel e quem ela era são opções de assunto recorrentes na interação com boa parte dos outros alunos da escola. Entretanto, ao descobrir que todo o esforço dos cartazes está sendo feito por Chloe, Max se envolve mais com o assunto.

Ainda no primeiro episódio, é possível ver em três momentos, tanto na sala de aula, como na área do dormitório estudantil, a personagem Kate claramente abatida e triste. Não faz parte das ações obrigatórias a interação de Max com ela nas duas primeiras aparições, porém se a interação é feita, Max pontua como a amiga parece mais triste nos últimos dias e vemos também Kate sem vontade de conversar sobre o que aconteceu para deixá-la dessa forma. A terceira interação requer o posicionamento de Max para ajudar Kate que está sendo intimidada pelo guarda da escola, David Madsen. Dependendo do que o jogador escolhe fazer: interferir ou tirar uma foto, há uma reação positiva ou não por parte de Kate.

No segundo episódio, *Out of Time*, Max tem como objetivo dado pelo jogo devolver um livro emprestado para Kate em seu quarto⁷. Nesse momento ocorre uma interação obrigatória com a personagem, Max mostra preocupação e descobre mais sobre o que aconteceu, tornando Kate uma das complicações a serem resolvidas dentro da história.

A última complicação apresentada é a destruição iminente de Arcadia Bay. O primeiro episódio, *Chrysalis*, inicia com Max em um pesadelo no qual ela sobe até o farol da cidade em meio a uma tempestade. *Chrysalis* termina com Max desmaiando no farol, onde foi com Chloe, e sonhando estar na mesma tempestade do início, mas dessa vez encontra um jornal de 11 de Outubro, apenas quatro dias a frente, cuja manchete anuncia a tempestade.

Na ideia de todo apresentada por Aristóteles (1984), nenhuma ação ou intriga exibidas em uma história começam ou terminam ao acaso, além do término da ação coincidir com o encerramento da intriga que move a história. Porém, as intrigas claras

⁷ Ponto importante do jogo que será desenvolvido na Seção 6.2.

em *Life is Strange* — como a reconstrução da amizade de Max com Chloe, o estado emocional de Kate, o conflito com Nathan, o desaparecimento de Rachel e a destruição de Arcadia Bay — são encerradas em diferentes pontos da história. Entretanto, no desfecho do jogo, é possível concluir que a destruição de Arcadia Bay é a real intriga do jogo, ainda que ela se mostre presente durante todo o decorrer da história apenas como um evento de fundo para as outras intrigas se tornando mais central apenas no último episódio, *Polarized*. Essa dedução pode ser feita a partir do fato de que dentre as intrigas, essa é a última a ser solucionada e indica o fim do nó (ARISTÓTELES, 1984). Ademais, levando em conta o uso da Teoria do Caos e do efeito borboleta no desfecho final do jogo: a última escolha feita coloca Max entre salvar a vida de Chloe ou salvar Arcadia Bay, uma vez que Chloe e Max descobrem que o bater de asas da borboleta, representado pelo esforço de Max em fazer com que Chloe não fosse assassinada, foi o que causou a tempestade que irá destruir Arcadia Bay. A última escolha pode ser vista como o clímax do jogo (CAYRES, 2012), momento em que é definido o sucesso ou fracasso da busca do protagonista pelo seu objetivo: salvar Arcadia Bay ou salvar Chloe. O desenlace da trama (CAYRES, 2012) é feito através de uma *cutscene* que conta o que acontece de acordo com o que jogador escolhe salvar.

É relegada ao jogador a escolha até mesmo do objetivo principal, pois *Life is Strange* trabalha com algo comum aos jogos de maneira mais latente: a não privação da intencionalidade do jogador, que pode em suas escolhas representar suas intenções e objetivos dentro do jogo (CAYRES, 2012). Isso possibilita a criação de uma Max diferente para cada jogador. Alguns jogadores terão a Max que pensa num bem maior, pensa em salvar toda uma cidade mesmo que isso custe a vida de Chloe. Outros jogadores terão a Max que sacrificaria toda uma cidade se isso significar que sua melhor amiga/seu interesse amoroso⁸ estará a salvo.

A solução final para a história do jogo só é aceita pelo jogador devido ao trabalho feito na construção da verossimilhança interna do jogo (ARISTÓTELES, 1984), que inúmeras vezes reforça e prova o fato de que uma escolha, mesmo que

⁸ A definição do que Chloe é para Max, melhor amiga ou interesse amoroso, também é definido pelas escolhas do jogador e sua intencionalidade

pequena, terá efeitos futuros. Assim, quando esse mesmo esquema de causalidade é utilizada na resolução da questão final, não há estranhamento ou questionamento sobre sua coerência.

Brenda Laurel (1993) já via na ação do jogo princípios da estrutura dramática descrita por Aristóteles. *Life is Strange* não foge a essa observação e também apresenta algumas características da estrutura dramática clássica (CAYRES, 2012) na elaboração de sua história. Da poética aristotélica, a chamada catástrofe e a anagnórise ou reconhecimento são também observadas no jogo e serão tratadas mais a frente.

6.2 Arco de Kate Marsh

Kate Marsh é uma personagem apresentada em *Chrysalis* como uma colega de Max que está cada dia mais deprimida (Figura 9). Se o jogador parar na porta do quarto de Kate no dormitório estudantil, poderá ver a mensagem “*Will bang 4 Jesus*” (em português “Treparia em nome de Jesus”) escrita no quadro de mensagens de Kate, uma piada com o fato de Kate ser religiosa, algo dedutível por seu uso constante de um pingente de crucifixo. Na única interação obrigatória com Kate em *Chrysalis*, a estudante aparece sendo intimidada pelo guarda da escola, e também padrasto de Chloe, David Madsen. Max tem a opção de intervir ou tirar uma foto da situação. Mais tarde, quando Max está na casa Chloe, durante a exploração da casa é possível encontrar fotos que David tira de Kate, deixando claro que há uma perseguição.

No início do segundo episódio, *Out of Time*, Max encontra Kate no banheiro coletivo do dormitório onde ela pede que Max devolva um livro emprestado. Quando Max entra no box de banho, duas outras personagens, Victoria e Taylor entram no banheiro e incomodam Kate comentando sobre um vídeo viral em que ela aparece em uma festa beijando muitas pessoas. Quando Kate sai do recinto, as duas comentam sobre como Nathan a drogou na festa, escrevem o *link* para o vídeo no espelho do banheiro e vão embora. O jogador então tem como objetivo devolver o livro de Kate e é nesse momento que temos acesso ao seu quarto.

Life is Strange, nesse momento, utiliza a representação desse ambiente íntimo como reflexo de quem é Kate, qual o seu estado emocional e por qual situação está

passando. Assim que Max adentra o quarto de Kate, uma trilha sonora melancólica é utilizada como fundo da exploração daquele ambiente, que se mostra mais escuro do que deveria para um quarto habitado, com Kate cabisbaixa sentada em sua escrivaninha ao fundo.

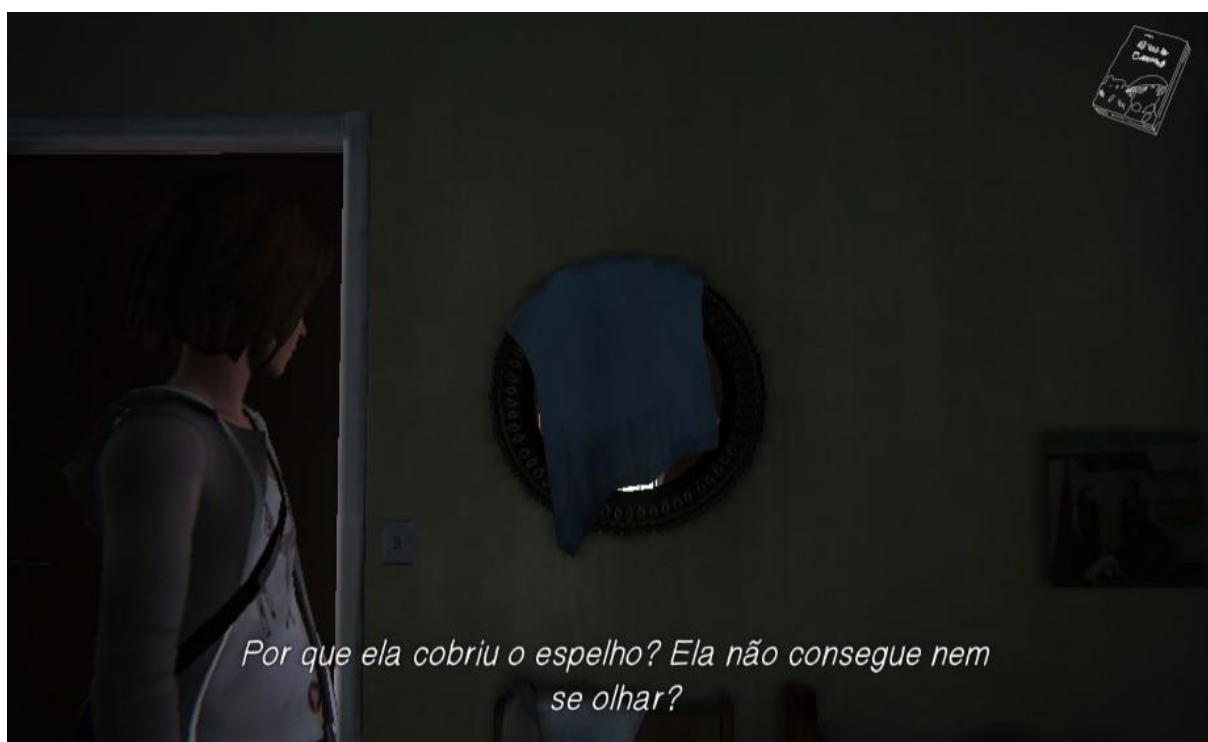
É possível encontrar no quarto um espelho coberto por uma roupa (Figura 11), um desenho de Kate colorido e cheio de vida em contraste com um desenho mais recente e tenebroso, um e-mail de sua mãe alertando que sabe do vídeo e que espera que Kate não esteja envergonhando toda a família, uma carta de sua tia onde ela diz que “Nenhum espírito ou diabo poderia ter me preparado para o que você fez nessa gravação de vídeo (...)”, um violino que, segundo Max, era tocado por Kate todas as manhãs, até semana passada quando parou de tocar, fotos de Kate com sua família claramente religiosa, um cartão postal carinhoso de seu pai, fotos de Kate sorrindo com amigas, um folheto sobre abstinência sexual, uma imagem de Jesus Cristo, seu coelho de estimação, um amontoado de roupas no chão, algo atípico de Kate, segundo Max e, por fim, sua bíblia com o versículo Mateus 11:28 destacado e o versículo Provérbios 21:18 destacado, porém rabiscado por cima. O jogador pode entrar no quarto de Kate e ir direto devolver o livro a ela sem observar nenhum dos detalhes citados, mas sem que o jogador seja avisado, a não observação do quarto terá consequências futuras.

Quando Max interage com Kate para devolver seu livro, elas iniciam uma conversa onde Max demonstra preocupação com Kate que agradece e dá a Max mais detalhes do que aconteceu na festa. Kate conta que tomou apenas um copo de vinho e água, mas ficou muito mais embriagada do que deveria com apenas esse consumo. Depois de beijar várias pessoas, Nathan prometeu levá-la para o hospital, mas ela suspeita que não foi levada para um e se lembra de ter sentido uma agulha ser colocada em seu pescoço. No dia seguinte, acordou no chão do corredor na frente da porta de seu quarto. Após esse relato, Kate pergunta a Max se ela deve ir à polícia ou procurar mais provas que comprovem sua suspeita de abuso. A escolha, como habitual no jogo, terá consequências.

A exploração desse ambiente e a interação com Kate, dentro da narrativa do jogo, equivalem ao princípio presente na poética aristotélica chamado reconhecimento ou *anagnórise*, pois agora com a descoberta de informações essenciais sobre Kate,

Max e o jogador sofrem uma mudança de conduta, assumindo uma postura de preocupação com Kate e com a verdade do que aconteceu na festa.

Figura 11 - Max usa a interação “Olhar” no espelho do quarto de Kate



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

Após sair do quarto de Kate, Max vai encontrar Chloe na cidade. Em determinado momento o telefone de Max toca, é uma chamada de Kate. Chloe demonstra ciúme e se sente preterida colocando Max em conflito sobre o que fazer, o jogo então faz o jogador escolher entre atender a ligação e deixar Chloe chateada ou não atender a chamada e deixar Chloe satisfeita.

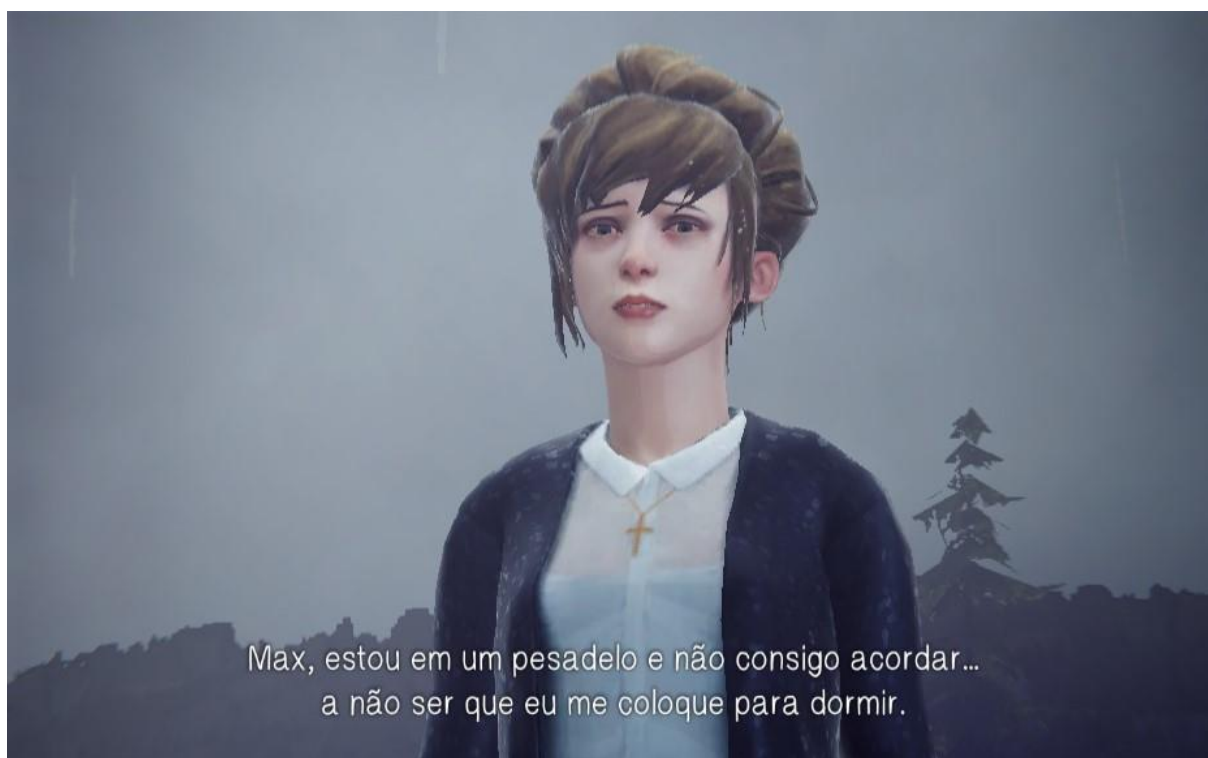
Ao voltar para a escola, Max vê Kate sair chateada de uma conversa com o professor de fotografia, Sr. Jefferson, e pela janela da sala de aula a vê voltando para o dormitório estudantil enquanto David a fotografa escondido. A aula mal começa quando um aluno avisa que algo está acontecendo no dormitório. Todos, incluindo Max, correm para o prédio. No caminho, já perto do dormitório, é possível ouvir a mesma trilha sonora melancólica utilizada na exploração do quarto de Kate. Ao chegar na frente do dormitório o que todos, e agora também Max e o jogador, observam é Kate se jogando do telhado do dormitório.

É esperado que com o uso ostensivo dos poderes de Max durante todo o segundo episódio, o jogador fique habituado a voltar no tempo sempre que uma mínima coisa dê errado. Portanto, teoricamente, por instinto, ao ver Kate caindo do prédio quem joga irá acionar o poder de Max para voltar no tempo, mas caso não o faça, o jogo congela com a cena em preto e branco enquanto Max em pensamento diz que precisa voltar no tempo para salvar Kate. Porém, quando tenta voltar no tempo, Max não consegue voltar mais do que poucos segundos antes de Kate pular. Cada tentativa de voltar mais ao tempo deixa Max cada vez mais fraca e, visto que algumas vezes ela já passou mal após usar o poder várias vezes num curto espaço de tempo, a reação é coerente. A sensação de impotência de Max é passada para o jogador ao passo em que seu esforço parece não ajudar em nada dessa vez. Como último resquício do poder de volta ao tempo, Max consegue congelar o tempo e apenas ela pode se mover.

Max, desviando dos obstáculos, consegue chegar até o telhado onde tenta novamente utilizar o poder de voltar no tempo e falha descongelando o tempo. Kate a vê e o jogo dá início a um diálogo (Figura 12) com consequências pois, pela primeira vez, Max não tem a oportunidade de voltar ao tempo para refazer a escolha de falas que irá influenciar diretamente o que irá acontecer daquele ponto em diante.

Sobre essa cena, os co-diretores do jogo relataram a intenção de retratar a situação de forma semelhante à vida real, um diálogo decisivo sem barreiras de segurança, passando a real tensão da cena para o jogador (GDC, 2016). Deixar quem joga sem sua mais importante ferramenta dentro do jogo, aumenta a tensão e a incerteza sobre se conseguirá evitar a catástrofe comum aos dramas (ARISTÓTELES, 1984) e, portanto, possível de acontecer sem gerar questionamentos quanto a coerência ou verossimilhança. Desde o início do diálogo no telhado, tudo que acontece é consequência das escolhas do jogador e a história seguirá em frente, não importando como aquele evento termina.

Figura 12 - Kate conversa com Max no telhado do dormitório



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

As possibilidades de diálogo são decididas a partir das escolhas anteriormente feitas por Max. Se Max tiver interferido na intimidação feita por David, as opções de diálogo após Kate falar sobre o evento serão apenas duas e ambas fazem Kate deixar Max dar um passo à frente em sua direção. Caso tenha apenas tirado uma foto, as opções de resposta serão quatro e apenas uma fará com que Kate deixe Max se aproximar. A escolha errada sempre fará com que Kate dê um passo para trás. A mesma dinâmica se repete para as escolhas de encorajar Kate a procurar a polícia para denunciar Nathan (duas opções de resposta) ou aconselhar procurar mais provas antes de tomar uma atitude (quatro opções de resposta) e também para a escolha de atender o telefonema de Kate (duas opções de resposta) ou não atender (quatro opções de fala). O quarto conflito não tem relação com nenhuma ação do jogador e são dadas três opções de resposta para Max, das quais apenas uma dará esperança a Kate que deixa Max se aproximar mais. A quinta escolha mostra Kate descrente de que alguma pessoa se importa com ela. Max tem quatro opções de resposta sobre quem se importa com Kate: o pai, a mãe, as irmãs ou os irmãos. Se o jogador não tiver prestado atenção nos detalhes do quarto de Kate, poderá errar mais facilmente,

pois, no quarto há o e-mail agressivo da mãe e uma foto de toda a família na qual é possível ver que Kate não tem irmãos, apenas irmãs. Além disso, no quarto há um cartão postal carinhoso do pai e uma foto de Kate sorrindo com as duas irmãs, sendo ambas as respostas corretas para salvar Kate. Duas respostas erradas e Kate não irá sobreviver, portanto, se o jogador tiver acertado todas as cinco escolhas, Kate desce do degrau de segurança do telhado e pega na mão de Max que a abraça, mas se tiver errado uma das cinco escolhas, há um sexto conflito. Max, sabendo da religiosidade de Kate, dirá que Deus tem planos para Kate que irá confrontá-la dizendo que foi Deus quem a colocou naquele telhado dando três opções de resposta para Max: o versículo destacado na bíblia de Kate (Mateus 11:28), o versículo destacado e rabiscado (Provérbios 21:18) e “Suicídio é pecado”. Apenas a primeira opção salva Kate. O jogador que chegar até essa escolha e errar, contabiliza duas escolhas erradas e assiste Kate se jogar do telhado.

O sucesso ou não da tentativa de suicídio de Kate depende do quanto o jogador prestou atenção na personagem e se prestou assistência a ela nos momentos em que precisou. A ideia dos co-diretores foi passar a mensagem de que para ajudar seus amigos é necessário se importar com eles, conhecê-los bem e estar presente em situações difíceis (GDC, 2016).

Independente do resultado alcançado pelo jogador, após a tentativa de suicídio de Kate, Max é chamada na diretoria junto com Nathan, David e Sr. Jefferson. O diretor Wells dá a Max a chance de culpar um dos três pelo estado emocional de Kate. Dependendo de escolhas anteriores a essa, Max pode inclusive ser suspensa pela acusação, por mais injusto que pareça. Os co-diretores (GDC, 2016) abordam essa possibilidade como uma maneira de mostrar que não há escolhas perfeitas no jogo e que não há decisão que livre Max de consequências ruins.

Koch e Barbet (GDC, 2016) discutem sobre como seria incoerente fazer Max e o jogador passarem por essa experiência sem ter reflexões ou sem que o acontecido fosse comentado ou abordado no decorrer dos três episódios que procedem a tentativa de suicídio de Kate. Se o jogador consegue salvar Kate, Max recebe os parabéns pelo feito de vários personagens, começa a se sentir mais confiante, pode visitar Kate no hospital, troca várias mensagens ao longo do jogo com Kate, entre outras consequências menores. Agora, se o jogador não consegue salvar Kate, nas

redes sociais de Max terão comentários de apoio, mas também comentários maldosos, na frente do quarto de Kate e na frente do dormitório haverá um memorial com velas e cruzeiros, com os quais o jogador sempre pode interagir, Max se sentirá incerta sobre seus poderes e receberá uma mensagem do pai de Kate agradecendo por toda a ajuda e informando sobre o funeral da filha, entre outras sequelas de menor impacto.

Ao fazer com que o jogador tenha contato a todo momento com as consequências do evento, o jogo transfere a culpa ou alívio de Max para quem joga. A transferência desse sentimento é importante para que o jogador, junto com Max, utilize a emoção como combustível para investigar as pontas soltas sobre o que realmente aconteceu com Kate na festa e o que aconteceu com Rachel Amber. A experiência com as consequências, positivas ou não, advindas da atenção, ou falta dela, na exploração de ambientes e no contato com Kate, servem como lição para os jogadores mais relapsos, que convivem com a culpa de Max, e servem como reforço para os jogadores mais atentos, que convivem com o alívio de Max e entendem que estão no caminho certo para solução dos problemas apresentados em *Life is Strange*.

É importante também que se pense no poder do arco de Kate Marsh enquanto campanha de conscientização sobre assuntos como depressão, *bullying* e suicídio. A profundidade do envolvimento do jogador com a questão pode ajudar na identificação de problemas parecidos no círculo familiar e social, além de dar ideias sobre como ajudar alguém nessa situação. Para os jogadores que se identificam com Kate, o jogo oferece em sua página na *web* contato de apoio em treze países diferentes⁹, além de sua produtora constantemente se envolver e promover campanhas de prevenção ao suicídio¹⁰ e *anti-bullying*¹¹. Para a escrita do arco, os criadores fizeram uma extensa pesquisa com psiquiatras e psicólogos sobre a melhor maneira de abordar os assuntos e a melhor forma de se aproximar de uma pessoa que está sofrendo com algum(ns) desses problemas (GDC, 2016). O jogo recebeu *feedbacks* positivos

⁹ Contatos de apoio: <https://lifeisstrange.square-enix-games.com/en-us/talk>

¹⁰ Campanha de prevenção ao suicídio: <http://www.takethis.org/2017/09/square-enix-launches-new-mental-health-campaign-for-life-is-strange-before-the-storm/>

¹¹ Campanha *anti-bullying*: <https://www.themarysue.com/lis-everyday-heroes-hashtag/>

quanto à abordagem, mas também *feedbacks* negativos ligados à cena de tentativa de suicídio, considerada muito forte para algumas pessoas (GDC, 2016).

6.3 Arco de Chloe Price

Chloe Price (Figura 13) e Max eram melhores amigas até os treze anos de idade. No mesmo ano da morte do pai de Chloe, William Price, Max se mudou para Seattle e não manteve contato com a amiga até o seu retorno à Arcadia Bay cinco anos depois. Apesar de retomarem a amizade, Chloe guarda mágoas por ter sido abandonada por Max no momento mais difícil de sua vida.

Figura 13 - Chloe Price



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

A Chloe que Max conhecia é muito diferente da Chloe do tempo presente. Além das mudanças na aparência, como as tatuagens, o cabelo azul e o visual punk, a mudança de comportamento é palpável: a menina antes alegre, agora tem a raiva como resposta para tudo. São raras as vezes em que Chloe não se enfurece nas interações com personagens além de Max, que também recebe sua parcela de

hostilidade ao longo da aventura. Chloe ainda sofre de oscilações frequentes de humor, indo da irritação para tristeza com rapidez. O contraste de aparência e comportamento se torna claro para o jogador através dos comentários de Max feitos por meio da interação “olhar” utilizada com Chloe, com as fotos antigas da família Price e com os objetos pessoais de Chloe.

Sinais de que o comportamento problemático de Chloe é consequência da perda prematura do pai, de quem era muito próxima, estão presentes em vários momentos do jogo. Em alguns diálogos, é comum Chloe culpar o pai pelos problemas que tem hoje e no capítulo *Out of Time*, Joyce Price, a mãe de Chloe, fala sobre como a filha vive buscando novos meios de arranjar problemas como forma de lidar com a morte do pai. Em *Chaos Theory*, ao descobrir que Rachel estava secretamente envolvida amorosamente com o seu traficante de drogas, Frank Bowers, Chloe surta ao concluir que todos em sua vida em algum momento a abandonam e a traem — se referindo ao pai, Max, Rachel e a mãe que se casou com David.

Quando Max analisa uma foto tirada no dia do acidente em que William morreu, o jogo apresenta um novo poder da protagonista, que ajustando o foco de seu olhar na fotografia consegue voltar no tempo exato em que a foto foi tirada. Max agora se encontra com treze anos na casa de Chloe onde as duas cozinham com William no dia de sua morte. Max e o jogador, cientes das consequências ruins que a morte de William trouxe para Chloe, começam a buscar maneiras de impedir que William saia de carro. Utilizando o poder de voltar no tempo, o jogador tem infinitas chances de tentar evitar com que William morra até que encontre a correta. Atingindo o objetivo, o jogo transporta Max novamente para o presente, porém em uma realidade paralela onde Chloe não perdeu o pai.

Apesar das boas intenções, a decisão de Max tem um terrível efeito borboleta. Na realidade paralela, Max toma o posto de Victoria Chase como garota má da escola, é amiga próxima de Nathan Prescott, é rude com as pessoas com quem se dava bem na realidade anterior¹² e quem sofre um acidente de carro terrível é Chloe, que fica tetraplégica e refém de uma doença pulmonar degenerativa.

¹² Tais conclusões são possíveis a partir do acesso ao diário, ao catálogo de personagens e ao celular de Max enquanto na realidade paralela.

No quarto episódio, *Dark Room*, o jogador tem a oportunidade de explorar a casa da família Price e perceber as mudanças estruturais feitas para receber e cuidar de uma pessoa nas condições de Chloe. Como o jogador passou boa parte dos três episódios anteriores explorando a mesma casa, é fácil notar as mudanças: a área de serviço se tornou o quarto de Chloe, a garagem se tornou o seu banheiro e o seu antigo quarto, no andar de cima, um cômodo vazio com algumas caixas fechadas. A presença do quarto antigo desocupado surge como um ponto de incômodo, pois o enredo é feito para que o jogador crie ligações emocionais com o espaço e guarde boas memórias de Chloe vinculadas àquele lugar (Figura 14).

Figura 14 - Max e Chloe tiram uma selfie no quarto de Chloe



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

Assim como no arco de Kate, os objetos que Max pode encontrar no cenário dão ao jogador mais detalhes sobre aquela realidade. Na casa podem ser encontrados inúmeros objetos que indicam o gasto alto que a família tem com Chloe, como medicamentos, equipamentos sofisticados para a locomoção e sobrevivência de Chloe, um computador que possibilita ser controlado pela boca, contas atrasadas de suprimentos médicos com valores exorbitantes, cupons de desconto de

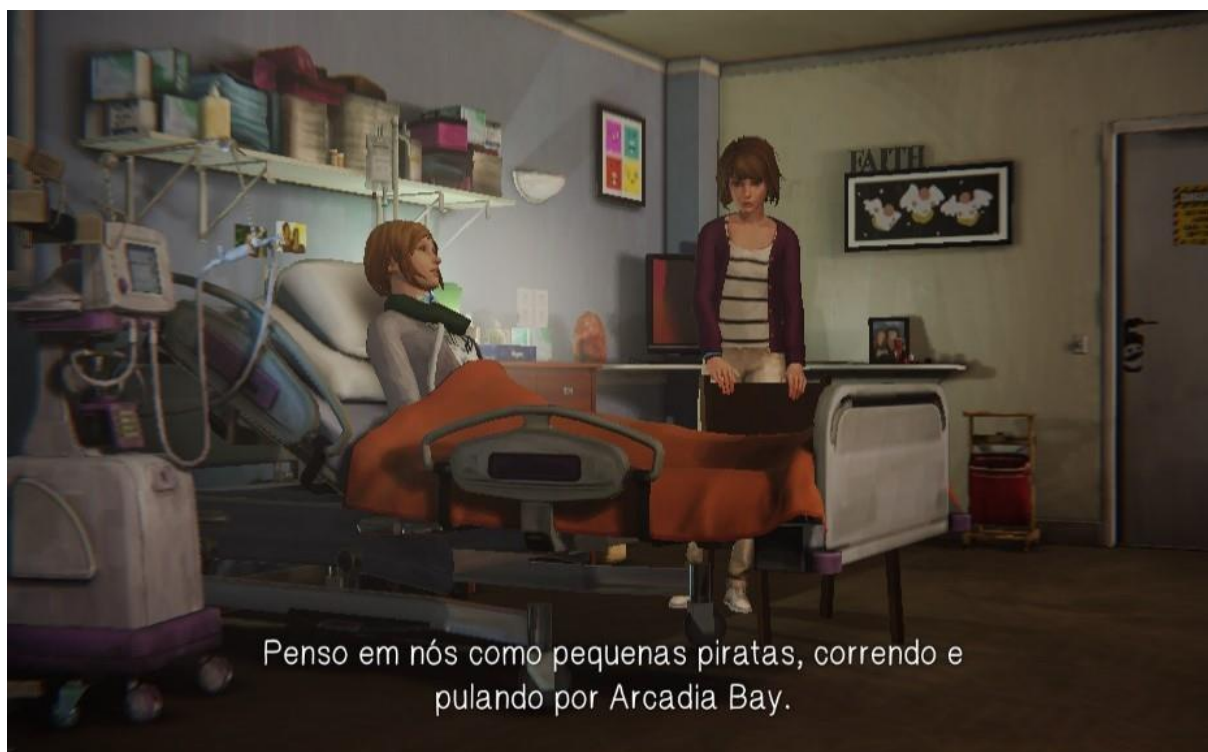
supermercados, uma carta de uma operadora de cartão de crédito cancelando o serviço devido a dívidas vencidas há mais de seis meses, uma carta do plano de saúde informando o corte de serviço que cobria a reabilitação física de Chloe, um panfleto que anuncia uma venda de garagem promovida por Joyce e William, uma carta informativa de atraso no pagamento da hipoteca da casa, uma carta de uma tia de Joyce lamentando não poder ajudar financeiramente e uma carta do irmão de William enviada junto com um cheque. Há também objetos presentes no quarto de Chloe que fazem Max reconhecê-la e saber que ela conseguiu se adaptar à sua nova vida, mesmo numa situação difícil como, por exemplo, a página sobre *punk rock* aberta em seu computador. Entretanto, o objeto mais impactante a ser encontrado por Max é um relatório médico que descreve o enfraquecimento rápido do sistema respiratório de Chloe, no qual o médico deixa claro que os pais, e a própria Chloe, devem se preparar para quaisquer e todas as possibilidades, comunicando ao jogador que Chloe não deve ser capaz de viver por muito mais tempo¹³.

Através do diálogo com os pais de Chloe, Max tem a oportunidade de fazer perguntas e descobrir mais sobre a situação da família. Os personagens são familiares para o jogador, mas as circunstâncias são completamente diferentes e, segundo eles mesmos, realmente difíceis. Contudo, Max também descobre que apesar das complicações, eles ainda são uma família unida que busca o melhor para os seus membros.

A reação de Max a toda essa situação também é uma ferramenta utilizada para a imersão do jogador naquela realidade alternativa. *Life is Strange* se utiliza muito da voz interna de Max para transmitir a quem joga seus pensamentos e visão do mundo. Porém, nessa sequência eles são ainda mais importantes para mostrar a culpa e as dúvidas de Max. Quando se senta no quarto desocupado de Chloe para refletir, Max pensa “Ainda estou extasiada por esta nova realidade. E eu me sinto tão culpada por fazer a Chloe e a família dela passar por isso. Eu poderia dar à Chloe a chance de deixar o William vivo, mas isso seria cruel. Mas aí vejo que eles são uma família de novo, e quem sou eu para julgar?”.

¹³ Mesmo que jogador não encontre esse relatório médico, Chloe posteriormente irá falar sobre sua degeneração pulmonar.

Figura 15 - Max e Chloe conversam no novo quarto de Chloe



Fonte: Captura de tela realizada pela autora

Os co-diretores acreditam que a atenção à mudança na casa, aos objetos encontrados e às reflexões de Max faz com que os jogadores acreditem naquela história e se importem com o que aconteceu (GDC, 2016). Para eles, o conflito criado na cabeça de Max e do jogador é uma forma de mostrar que algumas vezes não há forma fácil de sair de situações que que o jogador criou. Ainda que Max pareça ocupar a cabeça com o impasse sobre voltar novamente no tempo ou não para tirar Chloe e a família daquela situação, antes que Max e o jogador decidam algo, o jogo apresenta um outro impasse, tão difícil quanto o primeiro. Chloe revela que gostaria de morrer de sua própria forma e pede que Max aumente sua dose de morfina para realizar seu desejo.

Com intenção de preparar o jogador para essa cena de escolha, era crucial ter um longo momento para o entendimento de toda aquela conjunção, dessa forma, os co-diretores programaram cerca de 40 minutos de imersão naquela realidade (GDC, 2016). Logo, a carga emocional da cena de escolha começa a ser construída muito

antes da decisão em si. Talvez, sem esse tempo de construção a decisão não seria tão difícil, uma vez que não haveria tempo para que o jogador entrasse em contato com os prós e contras da questão que o levam a um conflito de interesses. Ademais, o jogo trabalha nos episódios anteriores a transição de atitude de Chloe para com Max, que passa do egoísmo até a preocupação, uma passagem importante para a criação de uma ligação forte entre o jogador e Chloe (GDC, 2016). Assim, é em virtude de toda essa estruturação que o peso emocional colocado sobre Max nessa hora é também colocado sobre o jogador.

A escolha sobre o último desejo de Chloe é primeiramente colocada para o jogador em três opções: aceitar, recusar ou “eu não sei”. Com a terceira opção, o jogo permite ao jogador vivenciar a hesitação natural como resultado do momento de tensão que precede uma escolha difícil (KEINDÉ, 2016). Optando por “eu não sei”, Chloe tenta convencer Max a aceitar o pedido e são dadas apenas duas opções: aceitar ou recusar. Diferente do que acontece nas escolhas de maior impacto, de forma proposital, os desenvolvedores não colocam a voz de Max expressando a obrigação de escolha e também não utilizam o ícone de borboleta após a decisão. Barbet e Koch optaram por retirar algumas das gamificações¹⁴ da cena porque queriam deixar o jogador sozinho com sua escolha (GDC, 2016).

Keindé (2016) vê a estrutura desse arco como um conflito progressivo que culmina em mudança. O conflito é o choque entre vontades, nesse caso, choque de motivos para deixar Chloe viva e para acatar o seu pedido. Tal conflito é progressivo porque a tensão é crescente conforme o jogador descobre mais informações sobre o estado de saúde de Chloe e o estado financeiro de seus pais. Ele culmina em uma mudança pois a situação fica insustentável em determinado ponto e é necessário que algo aconteça e incorra em uma transformação, de forma que o final do arco mostre um panorama diferente do apresentado em seu início. Ainda segundo Keindé (2016), é assim que o enredo de uma narrativa se desenvolve, podendo a transformação ser produto de ação externa ou ação do próprio protagonista.

¹⁴ termo empregado pelos co-diretores com o sentido de utilização de elementos e mecânicas do jogo *Life is Strange*, diferente do sentido comum de utilização de elementos e mecânicas de jogos em contextos alheios a *games*.

Ademais, a hesitação é recorrente em narrativas, e na jornada do herói (VLOGGER, 2006) é chamada de recusa ao chamado, momento em que o protagonista se nega a assumir a responsabilidade que lhe é dada. A recusa acontece na cena de decisão sobre o futuro de Chloe, mas por ser um jogo, uma mídia altamente interativa, essa hesitação aparece em forma de possibilidade. O arco é desenhado para deixar o jogador hesitante, aumentando as possibilidades da recusa acontecer. Jogador e protagonista compartilham do mesmo sentimento num nível que só uma narrativa interativa é capaz de alcançar (KEINDÉ, 2016).

Novamente, Barbet e Koch defendem que sem consequências, o acontecido perderia o impacto e não geraria tanta reflexão nos jogadores (GDC, 2016). Independente da escolha, Max decide voltar novamente no tempo e deixar que William saia de carro e sofra o acidente que o mata. Max e o jogador agora entendem que um superpoder não é capaz de resolver tudo.

De volta à realidade antiga, e agora fixa, não importando a escolha feita pelo jogador, Max e Chloe terão uma conversa na qual Max conta o que aconteceu na realidade alternativa. Se Max tiver aceitado cumprir o último desejo de Chloe, no pesadelo de *Polarized*, ela receberá uma mensagem de Joyce a ameaçando depois de descobrir, através do sistema de câmeras, que a morte de Chloe foi causada por ela. Caso o último desejo de Chloe não tenha sido realizado, é ela quem entra em contato com Max a xingando por tê-la largado para trás para sofrer em uma outra realidade.

No fim desse arco, é esperado que o jogador entenda que o efeito borboleta é uma consequência comum na história de *Life is Strange*. Dessa maneira, quem joga enxergará coerência na destruição de Arcadia Bay como efeito borboleta da preservação da vida de Chloe, primeiro feitiço de Max produzido por seu superpoder. A ideia de todo e verossimilhança interna (ARISTÓTELES, 1984) aqui permanecem quando se mostra que nenhum evento começa ou termina sem que sirva para o andamento geral da história e/ou sirva para manutenção da lógica causal deixando claro o que é crível ou não no universo ficcional.

6.4 A dinâmica de escolha dentro do jogo

O tema principal de *Life is Strange* é como suas ações podem ter consequências devastadoras e como você precisa se responsabilizar por elas (GDC, 2016). Logo, temos a dinâmica das escolhas como ferramenta essencial para gerar o sentimento de responsabilidade sobre as consequências mostradas.

Em *Polarized*, utilizando o poder de viajar no tempo através das fotografias, Max viaja tantas vezes que desmaia e vive um pesadelo onde as consequências de suas escolhas aparecem para assombrá-la. Nos devaneios, Max e o jogador se deparam com a mesa de Kate rabiscada com os dizeres “*I want to die*”, ou “Eu quero morrer” em português, caso ela tenha sobrevivido, e com a mesa banhada de sangue, caso tenha morrido. Kate aparece e culpa Max de tê-la salvo ou tê-la deixado morrer, de acordo com as decisões do jogador. Max recebe também um SMS de William pedindo que ela não se esqueça de avisar a Joyce e Chloe que ela o deixou morrer.

Ainda nas alucinações, Max encontra a si mesma mesma com quem inicia uma conversa. A outra Max ressalta algumas das escolhas que o jogador fez e o culpa pelas mortes que aconteceram e pela tempestade que ameaça destruir a cidade, além de acusar Max (jogador) de ter bagunçado o tempo e o espaço por Chloe, alguém que para a outra Max não vale tudo isso. Por fim, Max acorda no farol de Arcadia Bay onde desmaiou, e agora ela e o jogador entendem que a tempestade foi causada por suas decisões.

Curiosamente, apesar de inevitável, o próprio desmaio e alucinação de Max é uma das consequências de ações feitas pelo jogador. Quando o jogo avisa que todas as ações e decisões do jogador terão consequências, não diz respeito apenas às escolhas propostas pela dinâmica de *Life is Strange*. De maneira proposital, o jogo “esquece” de avisar ao jogador que as manobras de viagem no tempo executadas para driblar situações indesejadas fazem parte do conjunto de ações que tem consequência. Apesar das viagens não serem algo que o jogador tem a opção de nunca fazer — alguns desafios do jogo só são superados dessa maneira —, o jogador adquire tal hábito quando percebe o quanto isso facilita a vida de Max, e executa os comandos que fazem o tempo voltar, por vezes, sem que o jogo precise avisar que aquela é uma situação de uso obrigatório do poder para a resolução de problemas. Como consequência da própria jogabilidade de *Life is Strange*, Max enfrenta

dificuldades para diferenciar a realidade do pesadelo levando o jogador a confrontar a culpa que sente por suas decisões e a refletir a respeito delas.

Ainda que a ponderação sobre as escolhas aconteça de forma mais densa através das alucinações em *Polarized*, durante todo o jogo, nas ações com consequências após uma escolha em que o jogador pode voltar no tempo para refazê-la, Max pontua os contras da decisão, podendo levar o jogador ao arrependimento. Quando o jogador volta no tempo e escolhe algo diferente, Max também pontua os contras da nova decisão, podendo conduzir o jogador a um *looping*¹⁵ de escolhas e arrependimentos, ao passo em que entende que não há uma escolha perfeita em que Max não descreva argumentos contrários a decisão, uma das ideias dos criadores (GDC, 2016). É interessante ter a inexistência de uma escolha considerada correta quando Huizinga (2000) fala sobre como o sucesso dentro do jogo depende da qualidade das escolhas do jogador, pois em *Life is Strange* existe a ideia de sucesso apenas nos pequenos *puzzles*, mas nas intrigas principais que compõem a história do jogo não há um objetivo tido como correto a alcançar.

As escolhas e o enfrentamento de suas consequências são componentes importantes do processo participativo do jogo, processo esse que Galera (2010) afirma ter um peso maior do que o próprio enredo para gerar significado, uma função do *storytelling*. Experimentar as situações como agente que efetua as decisões e como elemento em torno do qual os eventos acontecem, ou agência (MACHADO, 2002), é comum aos jogos, mas saber que a história contada no jogo é personalizada pelas ações tomadas pelo jogador dá uma carga maior a essa agência. Isto posto, o sentimento de “dará certo?” presente nos jogos (HUIZINGA, 2000) é, nesse caso, acompanhado pelo sentimento de “e como será o futuro a partir dessa escolha?”. A alta agência pode ser notada quando a outra Max culpa a Max (jogador) por todas as coisas ruins provenientes de suas ações. Ao acompanhar essa acusação, é possível compreender que quem a outra Max culpa é, na verdade, o próprio jogador, pois são listadas apenas resultados de atitudes tomadas por quem joga.

¹⁵ laço, em português, é uma ação que se repete em um ciclo.

A história contada através de interações com objetos e pessoas em *Life is Strange* leva o *show, don't tell* a sério, porém a dinâmica das escolhas parece brincar com o fato de que, apesar do aviso dado no início de cada episódio¹⁶, o jogador será descuidado e terá tragédias como consequência de suas ações. O “Escolha com cuidado...” leva o jogador a entender que existem escolhas certas para se livrar de efeitos ruins, basta fazê-las com cautela. O jogador também compartilha esse sentimento de prudência com Max, que sempre pondera suas decisões. Compartilhado também é o sentimento de frustração advinda do fato de que a cautela não evita as catástrofes que acontecem.

A alta agência e o compartilhamento de sentimentos entre Max e o jogador, frutos da dinâmica de escolhas, criam uma imersão profunda da qual os resultados não se limitam apenas às interferências feitas no jogo pelo jogador e vice-versa. A dinâmica de escolhas coloca *game* e jogador em uma sintonia, pois, ao mesmo tempo em que o jogador é incentivado a compreender o que Max sente e também lidar com os mesmos sentimentos, o jogo igualmente é levado a ter a história moldada de acordo com as vontades do jogador expressadas por suas escolhas. Essa indução realizada por meio e também por receptor, apenas possível em meios frios (McLuhan, 1964), torna o processo menos mecânico e mais fluido, uma vez que ocorrem simultaneamente.

6.5 A narrativa e storytelling de *Life is Strange*

No processo de análise do jogo, a investigação isolada de elementos como cenário e interação com personagens se mostrou limitadora para a criação de um real panorama de como a narrativa se desenvolve no *game*. O que era a análise do quarto de Kate Marsh e da sala de cuidados de Chloe Price, logo se tornou uma análise do enredo construído como preparação para a exploração dos dois ambientes e como consequência, das escolhas que envolvem a trama que se desenrola ao redor das

¹⁶ O aviso completo é: “Life Is Strange é um jogo cuja história é decidida pelo jogador. As consequências de todas as ações e decisões terão impacto no passado, presente e futuro. Escolha com cuidado...”

duas personagens e das interações com personagens que levam a história até os dois cenários. Essa mudança aconteceu pois cenário, interação, escolhas e enredo funcionam em conjunto, em uma parceria interdependente. Assim, a ideia de análise da interação com personagem, escolhendo uma outra personagem como foco, esbarrou nas mesmas problemáticas por demandar a análise dos ambientes que contam a história da personagem focada e escolhas ligadas ao seu enredo próprio, sendo então cortado da análise por não adicionar nada novo.

A sucessão de fatos causais, os objetos presentes nos ambientes exploráveis e as falas dos personagens, incluindo as reflexões da protagonista, são os signos utilizados na composição da narrativa de *Life is Strange*. A interação necessária com os objetos do cenário e personagens para a descoberta de informações e a responsabilidade dada ao jogador sobre as escolhas que devem ser feitas por Max — utilizando dessa forma uma narrativa emergente, onde diferentes respostas são dadas de acordo com as decisões do jogador (SALEN e ZIMMERMAN, 2004) — compõem o *storytelling* do jogo, ou seja, são o que torna a história cativante e envolvente.

O envolvimento de quem acompanha a história é previsível pois, como apontado por Rodrigues (2005), nas narrativas, as emoções transcendem a ficção e se materializam na vida real. Entretanto, o uso da narrativa interativa em *Life is Strange*, uma narrativa onde é possível que o usuário modifique a forma e o conteúdo do ambiente (STEUER, 1992), leva o envolvimento a um nível maior (KEINDÉ, 2016) porque o jogador é o agente em torno dos quais os eventos acontecem, por vezes como consequências de suas ações. A imersão ocorre sob essas condições, pois, ao mesmo tempo em que o jogador interfere no jogo, o jogo interfere nos sentimentos do jogador (MURRAY, 2003).

Vivenciando as emoções de uma história a seu próprio tempo através de ações próprias, o jogador tem acesso a um *storytelling* que utiliza a agência dada a quem joga, a interação e a imersão como elementos para ser eficiente.

7. A narrativa de *Life is Strange* como possibilidade criativa para a publicidade

O *storytelling* utilizado pela publicidade atualmente é um casamento entre publicidade e entretenimento, no qual o último cede suas técnicas narrativas para criar emoções em cima de assuntos, produtos ou serviços que a publicidade e propaganda desejam colocar em voga. Assim sendo, as particularidades narrativas de *Life is Strange* são uma possibilidade criativa em potencial.

Em *Life is Strange*, alguns objetos se tornam mais significantes por conta de sua importância dentro da história e dos recursos narrativos utilizados. O diário de Max, por exemplo, toma formas diferentes ao longo do jogo que refletem o estado atual da história e mental de Max, sendo mais que apenas uma ferramenta de apoio para lembrar o jogador de informações do jogo. O uso do objeto dentro do *game* é contextualizado, ou seja, não está lá por uma eventualidade ou causa externa não explícita, o que faz toda a diferença.

No *product placement* feito pela publicidade, nem sempre há um contexto para a colocação de uma marca em um produto audiovisual. A introdução de produtos, serviços e campanhas sem um contexto não os distancia muito da publicidade tradicional, na qual há pausas para a exibição de um anúncio. É importante ter em mente que o consumidor de hoje tem mais experiência com a narrativa publicitária e são sensíveis às tentativas de influência (DONATON, 2014). Como os consumidores estão mais atentos, eles conseguem reconhecer facilmente quando algo está fora do contexto tentando passar uma mensagem externa àquela da narrativa em que se encontra. Esse reconhecimento da barreira, mesmo quando não explícita, gera um impacto negativo no qual o consumidor não se convence mais pelos valores atribuídos ao produto, serviço ou campanha. Nos *games*, onde o consumidor ainda conta com uma alta interação e agência, é mais difícil ainda evitar esse impacto negativo, portanto, ou o *product placement* faz parte inteiramente do contexto ou será um esforço sem retorno. O uso de uma contextualização total no *product placement*, mesmo em mídias que não dão agência ao seu consumidor, não é um empenho demasiado, pois, quanto melhor alocado o produto, mais facilmente os valores atribuídos a ele serão assimilados pelo consumidor.

Assuntos densos como suicídio, *bullying* e eutanásia são tratados em *Life is Strange* com uma imersão potencializada pela simulação de vivência dessas

situações. Em campanhas comuns relacionadas a assuntos como os tratados no jogo, há um ponto de reflexão induzido por um convite para pensar sobre aquele tópico. Nesse caso, se quem consome não aceita o convite à reflexão e aprendizado sobre o tema, a comunicação não acontece de forma completa, não atinge as expectativas de seu emissor.

Da mesma forma que acontece com outros tipos de entretenimento, o consumidor, quando aceita jogar o jogo, assina um contrato que afirma seu interesse em participar da experiência proporcionada pelo *game*, e faz parte dessa experiência os assuntos tratados no enredo do jogo. A partir disso, a inclusão de situações que colocam o jogador dentro de um contexto sobre um assunto específico não causa uma estranheza, pois é entendida como desvelação da história e, portanto, parte do contrato.

A propaganda quando colocada dentro de um enredo sem o objetivo de também colaborar para o desenvolvimento daquela história, no entanto, causa estranhamento, pois sua função atende apenas interesses externos ao jogo. A aceitação da abordagem desses tópicos em *Life is Strange* é ligada a como o *game* constrói um conflito progressivo ao redor desses temas, nos quais as informações são colocadas de forma gradativa até que o clímax do conflito seja atingido e o jogador tenha que lidar de frente com uma decisão importante sobre o tópico em questão.

A efetividade desse tipo de abordagem para reflexões, conclusões e aprendizados é alta, pois não são apresentadas apenas ideias abstratas de suicídio, *bullying* ou eutanásia. Com o objetivo de simular a vivência daquela situação, a abordagem consiste em um contexto sendo construído de maneira sutil, através da interação do jogador com personagens, objetos, cenários e situações, além da influência exercida por Max¹⁷ em quem joga. Essa inserção gradativa e a construção de um contexto interativo complexo o suficiente para simular uma experiência real de contato com os temas trazem uma reflexão maior e resultados mais potentes se comparado ao contato que consumidores têm com situações semelhantes no cinema,

¹⁷ Por meio dos comentários que a protagonista faz ao interagir com pessoas, objetos e ao analisar situações. Essa ação também acaba incentivando a reflexão do jogador acerca do que Max diz, como acontece na situação apresentada na Seção 6.3.

por exemplo, no qual a inserção gradativa é possível, porém o jogador não descobre a história por ação própria. Portanto, enquanto a inserção gradativa é um recurso narrativo utilizado mais comumente em outros meios, a agência dada ao consumidor dentro de um contexto interativo complexo aparece nos jogos como uma alternativa para a publicidade inserir seus próprios temas em uma narrativa de forma potente.

A dinâmica de escolhas de *Life is Strange* culmina em diferentes resultados inter relacionados, tais como: conteúdo personalizável, liberdade dada ao jogador, conclusões próprias e cultura de fãs. Atualmente os consumidores querem escolher o que consumir, quando consumir e de que maneira consumir. Essa autonomia desejável está presente em *Life is Strange* através da dinâmica de escolhas que torna possível a adaptação da história de acordo com os desejos do jogador, que pode decidir desde quem é o interesse amoroso de Max (caso ela tenha um interesse amoroso de fato, decisão também cabível ao jogador), até decidir qual o objetivo principal da história. Dessa forma, a satisfação com a história é, em teoria, mais provável, visto que o conteúdo é personalizado por quem joga. No caso de insatisfação com o desenrolar dos fatos, a culpa não recai tão diretamente no jogo, já que parte da história é resultado de um dos mecanismos de direção da trama: o próprio jogador.

O jogo permite que jogadores tenham conclusões distintas que os levam a escolhas diferentes, por conta da liberdade exercida nas decisões de grande importância, como por exemplo, na decisão retratada na Seção 6.3. A publicidade trabalha com uma narrativa persuasiva cujo objetivo é guiar o público para uma conclusão pré-determinada. Por isso, é natural que dentro da narrativa publicitária não seja concedida liberdade para conclusões próprias, pois representa o perigo de uma conclusão muito distante da desejada. *Life is Strange* oferece uma liberdade limitada que beneficia tanto o jogo quanto seu consumidor, pois ao mesmo tempo em que as decisões do jogador são respeitadas e levadas em conta, o enredo do *game* é limitado e desenhado para que sejam exibidas apenas as opções condizentes com o seu objetivo.

Por fim, um resultado desejado pela publicidade — principalmente quando ligada a séries de TV, livros, filme e jogos — é a produção de cultura de fãs (JENKINS, 2009). Em *Life is Strange* esse fenômeno é alimentado principalmente pela dinâmica

de escolhas que levanta curiosidade sobre quais escolhas outros jogadores fizeram e quais consequências vieram dessas decisões. Assim, a jogabilidade estimula o contato com outras pessoas a respeito do jogo, pois sempre haverá algum conteúdo não explorado de acordo com a intencionalidade de cada jogador. Além disso, o conteúdo “extra”, de certa forma, é disponibilizado pelos próprios jogadores em seus canais de *Youtube* e em fóruns para expor a história que jogou. Esse tipo de debate torna os próprios consumidores um meio de publicidade.

Por que há em *Life is Strange* uma interação e imersão potentes? Porque há um contexto envolvendo tudo que acontece, incluindo ações e objetos, e também porque a alta agência dada ao jogador permite a quem joga acompanhar a história de forma a simular uma vivência mais próxima da vida real e, por vezes, segundo o que deseja experimentar. Por certo, em uma realidade na qual os consumidores demandam controle e interatividade, a incorporação dessas características de maneira adaptada à publicidade pode garantir um rendimento mais efetivo para a sua narrativa.

8. Considerações finais

A identificação das particularidades da narrativa utilizada em *Life is Strange* foi possível e útil para reflexão acerca da narrativa publicitária e seu futuro a partir das demandas atuais do consumidor. Essa compatibilidade foi obtida, pois o ambiente imersivo, reativo e controlável (mesmo que só até certo ponto) do jogo é o que o consumidor demonstra ter como ideal, pois já não há tolerância para interrupções sem seu consentimento e é esperado que suas ações, além de terem algum impacto no que é consumido, culminem em consequências o mais instantâneas possíveis.

O levantamento de possibilidades criativas para o campo da publicidade é necessário para manter sua abordagem atualizada, interessante e funcional. *Life is Strange* representa apenas uma parte pequena da indústria dos *games*, porém sua análise deixa exposta a potência que existe nos jogos eletrônicos enquanto narrativa interativa. Com isso, novas análises de *Life is Strange* e de outros jogos podem ser feitas com diferentes referenciais para entender a forma como cada título constrói sua narrativa interativa, além de identificar se esse entendimento pode enriquecer alguma área e de qual forma.

Em relação ao processo de análise em si feito no presente projeto, a investigação isolada de elementos como a interação com objetos, a interação com pessoas e o cenário, se mostrou limitadora, pois deixava de fora o que une estes elementos e os tornam interdependentes: o contexto. Lidando com esse problema no meio do caminho, a análise destes elementos se transformou na dissecação do arco de duas personagens, no qual os recursos utilizados para introdução, desenvolvimento, conclusão e repercussão de cada arco foram examinados. Dessa forma, não só as ferramentas empregadas na narrativa foram identificadas como o papel delas na construção do contexto também foi descoberto. Portanto, a frustração deste plano, na verdade, foi enriquecedora para a análise da narrativa, pois possibilitou uma descoberta — visto que já havia a suspeita de que a agência entregue a quem joga era um fator importante para a eficiência da narrativa, o que foi comprovado. Por conseguinte, o contexto que o jogo cria ao redor de todos os eventos e objetos e o nível de agência concedida ao jogador foram entendidos como

especificidades do jogo, além de compatíveis com o consumidor que anseia ter o controle sobre o que consome sem interrupções.

A expectativa de encontrar a agência como um diferencial nas narrativas dos *games* que poderia complementar o cenário publicitário atual foi atendida na idealização desse projeto. Porém, alguns aspectos mais cinematográficos como trilha sonora, cores e enquadramento me chamaram atenção inicialmente como jogadora, também gerando expectativa quanto a essas características. No projeto, com o objetivo de pesquisa e não de entretenimento, foi possível perceber que o significado e afeição atrelados a essas peculiaridades eram produto da construção do enredo e do contexto, que envolve quem joga por todas as consideráveis horas de jogo. Tal descoberta foi importante para o entendimento de que um *storytelling* não é composto por blocos isolados de componentes, nos quais a qualidade dos componentes escolhidos é a principal determinante que dita se o *storytelling* é envolvente e se cria significado ou não. Através da identificação do contexto como responsável por conectar de forma coesa os elementos da narrativa, criando imersão, compreendi que *storytellings* são relacionados mais vigorosamente ao uso dado aos elementos utilizados na narrativa e a ligação construída entre estes do que sobre a qualidade dos signos em si. Ao fim do projeto, essa percepção me permitiu enxergar as narrativas com um olhar mais perspicaz quanto à sua composição. A perspectiva agora é de que, sabendo mais sobre a elaboração de narrativas, seja possível elaborar narrativas cada vez mais coesas, cativantes e capazes de deixar impressões.

Por fim, é necessário estudar as ferramentas utilizadas nas narrativas, porque, como foi compreendido nesse trabalho, a comunicação efetuada através de um *storytelling* é capaz de construir significados e influir na relação que as pessoas têm com objetos, assuntos e outros indivíduos. Pois, por mais que a história em um game aconteça de forma fictícia, os sentimentos e reflexões despertados em quem a consome não os são.

9. Referências bibliográficas

AMARO, Mariana. O Gameplay como Processo Narrativo: uma análise de experimentos com Brothers – A Tale of Two Sons. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2016. p. 1-17. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0514-1.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

AUDI, Gustavo; REGIS, Fátima. **Jogos narrativos**: aproximação da narração da cultura oral com os jogos de video game. Comunicação & Inovação, São Caetano do Sul, v. 12, n. 22, p. 72-78, jan./jun. 2011.

ARISTÓTELES. **Poética**. Tradução de Eudoro de Souza. 2 ed, São Paulo: Editor Victor Civita, 1984. p. 214-300. (Os pensadores, v. 2).

BARBOSA, Ivan Santo; TRINDADE, Eneus. A Narrativa Publicitária: a metáfora perversa da fada madrinha. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande. **Anais...** Campo Grande: Intercom, 2001. p. 1-9. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP3BARBOSA.PDF>>. Acesso em: 22 jun. 2018.

BARTHES, Roland. A Morte do Autor. In:_____. **O Rumor da Língua**. São Paulo: Martins Fontes, 2004. p. 57-64.

CAYRES, Victor. **Jogando com o Drama**: Análise das Possibilidades Dramatúrgicas em Vídeo Games Diante do Desenvolvimento Tecnológico dos Consoles. 2010. 160 p. Dissertação (Mestrado em Artes Cênicas) - Universidade Federal da Bahia, Salvador.

_____. Ação dramática em videogames: especificidades e trajetória. In: SBGAMES, 11., 2012, Brasília. **Anais...** Brasília: SBGames, 2012. p. 155-158. Disponível em: <http://sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/cultura/C_S8.pdf>. Acesso em: 16 out. 2018.

DONATON, Scott. **Madison & Vine**: why the entertainment and advertising industries must converge to survive. New York: McGraw-Hill, 2004.

DOMINGOS, Adenil Alfeu. Storytelling e Mídia: a Narração de Histórias Construindo o Poder Político. In: ENCONTRO DA UNIÃO LATINA DE ECONOMIA POLÍTICA DA INFORMAÇÃO, DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA, 2., 2008, Bauru. **Anais...** Bauru: ULepicc, 2008. p. 392-408. Disponível em: <http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/ulepicc2008/anais/2008_Ulepicc_0392-0409.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2018.

FERREIRA, Emmanoel. Games Narrativos: dos Adventures Aos MMORPGs. In: Seminário Jogos Eletrônicos, Educação e Comunicação, 4., 2008, Salvador. **Anais...** Salvador: UNEB, 2008. p. 1-10. Disponível em: <<http://www.comunidadesvirtuais.pro.br/seminario4/trab/emf.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

FEY, Franciele; ROSA, Jarbas André da. Teoria do caos: a ordem na não-linearidade. **Revista Universo Acadêmico**, Taquara, v. 5, n. 1, p. 217-232, jan./dez. 2012.

FRAGOSO, Suely. Imersão em games narrativos. **Galáxia (São Paulo)**, São Paulo, v. 14, n. 28, p. 58-69, dez. 2014. Disponível em <<http://ref.scielo.org/wjq4qt>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

FRÓES, Thalita Sasse. "Era Uma Vez...": a narrativa como um recurso para o desenvolvimento de campanhas publicitárias. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006. Brasília. **Anais...** Brasília: Intercom, 2006. p. 1-12. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0136-1.pdf>>. Acesso em: 22 jun. 2018.

GUERRA, Denise. AIÚ: A herança africana dos jogos de mancala no Brasil. **Revista África e Africanidades**, ano 2, n. 6, p 1-5, ago. 2009.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**: o jogo como elemento da cultura. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

Hunicke, Robin, Leblanc, Marc, & Zubek, Robert. MDA: A formal approach to game design and game research. In: Proceedings of the AAAI Challenges in Game AI Workshop, 2004, San Jose. **Anais...** San Jose: Workshop Technical Report, vol. WS-04-04, p 1-5. Disponível em: <<http://www.cs.northwestern.edu/~hunicke/MDA.pdf>>. Acesso em: 12 dez. 2018.

HOWARD, George. Culture tales: A narrative approach to thinking, cross-cultural psychology, and psychotherapy. **American Psychologist**, v. 46, n. 3, p. 187-197, 1991.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JUUL, Jesper. The game, the player, the world: looking for a heart of gameness. In: LEVEL UP: DIGITAL GAMES RESEARCH CONFERENCE PROCEEDINGS, Utrecht, 1., Utrecht, 2003. **Anais...** Utrecht: Utrecht University, 2003. p. 30-45.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LAUREL, Brenda. **Computer as Theatre**. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing, 1993.

LIMA, Leonardo; LIMA, Rafael. A Estrutura Narrativa dos Jogos Eletrônicos. In: SBGAMES, 11., Teresina. **Anais...** Teresina: SBGames, 2015. p. 695-698. Disponível em: <<http://www.sbgames.org/sbgames2015/anaispdf/artesedesign-short/147515.pdf>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

MACHADO, Arlindo. Regimes de Imersão e Modos de Agenciamento. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., 2002. Salvador. **Anais...** Salvador: Intercom, 2002. Disponível em: <<http://comunidadesvirtuais.pro.br/hipertexto/home/lmersao%20e%20Agenciamento%20-%20Machadotexto5.pdf>>. Acesso em: 11 jun 2018.

MARQUES, Livia Bueno da Costa. **Teoria do caos no cinema**. 2011. 50 f. Trabalho acadêmico (Bacharel em Comunicação Social e habilitação em Jornalismo) - Faculdades Integradas Hélio Alonso, Rio de Janeiro.

MURANO, Edgard. Videogames viram arte narrativa. **Revista Língua Portuguesa**, ano 5, n. 60, p. 39, out. 2010.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. Tradução de Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

OLIVEIRA, Selma; MENDES, Luciano. O videogame como produto cultural: proposta para definir o jogo eletrônico como objeto empírico do campo da comunicação. **Esferas**, v. 1, n. 2, p. 135-144, jan./jun. 2013.

PALLOTINI, Renata. **Introdução a dramaturgia**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

RAMOS, Ana Cláudia. **Contação de Histórias**: Um Caminho Para Formação de Leitores?. 2011. 133 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina.

RAMOS, Cremilson Oliveira; SÁ, Jussara Bitencourt de. A Narrativa Lúdica dos Videogames: Espaços Possíveis de Produção de Sentidos. **Darandina Revisteletrônica**, v. 5, n. 2, p. 1-17, 2012. Disponível em: <http://www.ufjf.br/darandina/files/2012/12/artigo_Cremilson-Jussara.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2018.

RIBEIRO, Ângela Maria. **Merchandising no Cinema**: Estudo de caso do filme Náufrago. 2010. 32 p. Monografia (Bacharel em Propaganda e Marketing)- Faculdade de Tecnologia Sociais Aplicadas, Centro Universitário De Brasília, Brasília. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1120/2/20701620.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2018.

RODRIGUES, Edvânia Braz Teixeira. **Cultura, arte e contação de histórias**. Goiânia: Gwaya, 2005.

RUSSELL, Cristel Antonia; BELCH, Michael. A Managerial Investigation into the Product Placement Industry. **Journal of Advertising Research**, [s.l.], v. 45, n. 01, p.73-92, out. 2005. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Cristel_Russell/publication/4733748_A_Managerial_Investigation_into_the_Product_Placement_Industry/links/54e8971e0cf25ba91c7e0c30/A-Managerial-Investigation-into-the-Product-Placement-Industry.pdf>. Acesso em: 04 out. 2018.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of Play: Game Design Fundamentals**. Cambridge: MIT Press, 2004.

SQUIRE, Corinne. O que é narrativa. **Civitas**, v. 14, n. 2, p. 272-284, mai./ago. 2014.

STEUER, Jonathan. Defining virtual reality: dimensions determining telepresence. **Journal of Communication**, v. 42, n. 4, p. 73-93, dez. 1992.

TELLES, Luís Fernando Prado. A Narrativa que vende: a narrativa como mercadoria e como propaganda. **Letras**, v. 26, n. 53, p. 13-43, jul./dez. 2016 .

VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z: conceitos critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

VLOGGER, Christopher. **A jornada do escritor: Estruturas míticas para escritores**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

10. Referências audiovisuais

13 Reasons Why. Desenvolvedor: Brian Yorkey. Estados Unidos: July Moon Productions, Kicked to the Curb Productions, Anonymous Content, Paramount Television. Netflix, 2017-. 49–70 min., som, cor.

DEAR White People. Criador: Justin Simien. Estados Unidos: SisterLee Productions, Culture Machine, Code Red Productions, Homegrown Pictures, Roadside Attractions, Lionsgate Television. Netflix, 2017-. 21-35 min., som, cor.

GDC. **Life is Strange: Using Interactive Storytelling and Game Design to Tackle Real World Problems.** 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fDVuH20c0zw>>. Acesso em: 09 Setembro 2018.

KEINDÉ, Wlange. **A narrativa nos jogos de videogame.** 2016. (33 m). Disponível em: <<https://www.udemy.com/a-narrativa-nos-jogos-de-videogame/>>. Acesso em: 02 set. 2018.

Life is Strange. **Life is Strange - E3 2015 Q&A Stream.** 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=x8sdAxrEreU>>. Acesso em: 14 Novembro 2018.

NÁUFRAGO. Direção de Robert Zemeckis. Estados Unidos: ImageMovers Digital Playtone, 2000. 1 DVD (143 min.), som, cor.

TALKING Dead. Diretores: Russell Norman, Mike Corey. Apresentador: Chris Hardwick. Estados Unidos: Embassy Row, AMC Studios. AMC, 2011-. 22-65 min., som, cor.

THE Walking Dead. Desenvolvedor: Frank Darabont. Estados Unidos: Idiot Box Productions, Circle of Confusion, Skybound Entertainment, Valhalla Entertainment, AMC Studios. AMC, 2010-. 42-67min., som, cor.

11. Referências de Jogos

Crowther, **Colossal Cave Adventure**, 1976.

Dontnod, **Life is Strange**, 2015.

Rockstar North, **Grand Theft Auto**, 1997.

12. Webgrafia

WIKIA. **Life is Strange Wiki**. Disponível em: <http://life-is-strange.wikia.com/wiki/Life_is_Strange_Wiki>. Acesso em: 06 set. 2018.

13. Apêndice

Esta seção é composta por uma lista dos principais personagens de *Life is Strange* mencionados no presente trabalho (Seção 13.1), seguidos de uma breve descrição, e de um mapa de relacionamentos (Seção 13.2) que ilustra a relação entre os personagens.

13.1 Lista de personagens

A seguir, se encontra uma lista com uma breve descrição dos principais personagens de *Life is Strange* citados no texto:

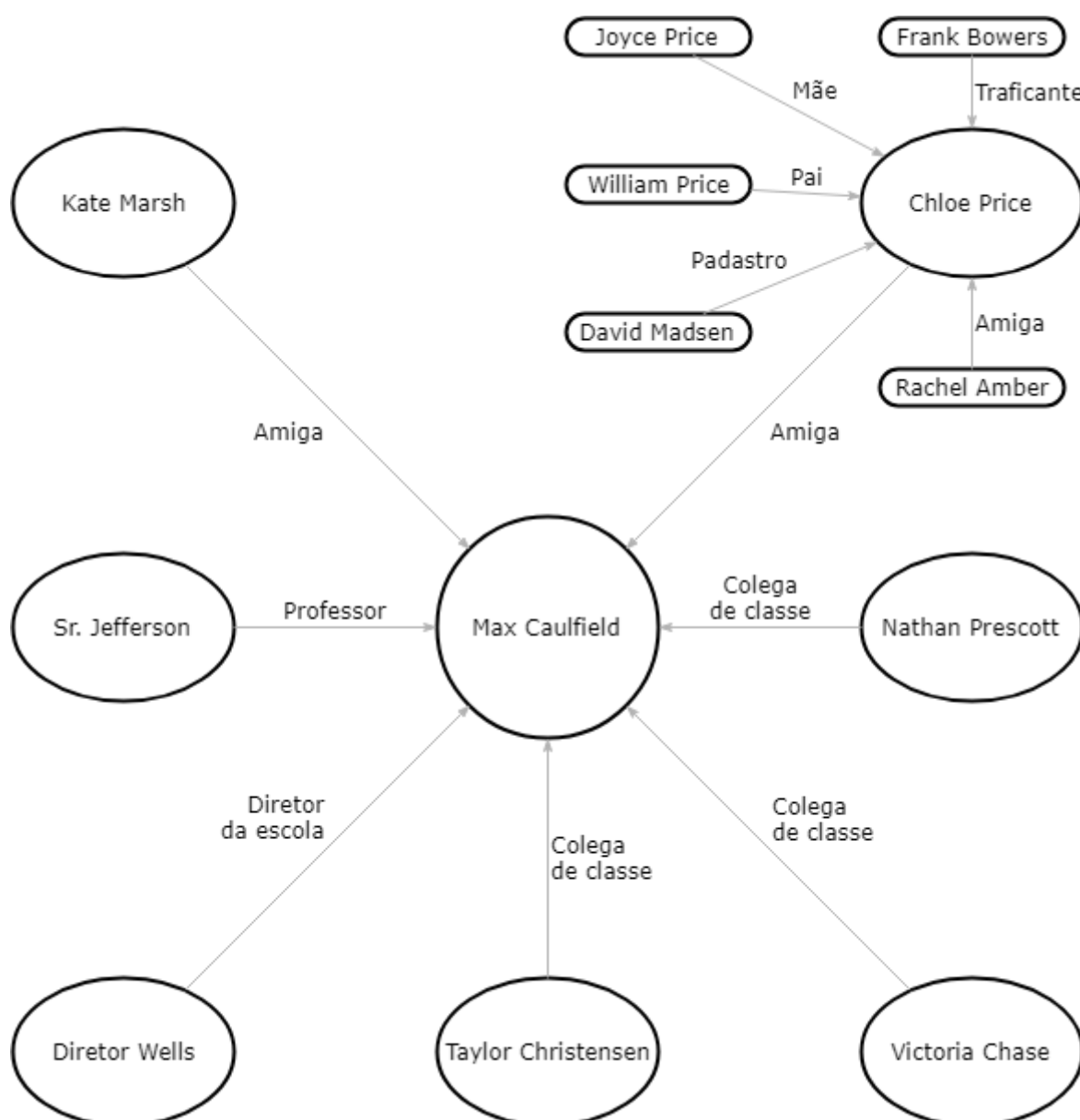
- Chloe Price: É a segunda personagem mais importante do jogo, era a melhor amiga de Max Caulfield, antes dessa mudar de cidade. Se torna melhor amiga de Rachel Amber, antes dessa desaparecer. É filha de Joyce Price e William Price, e enteada de David Madsen.
- David Madsen: Era um veterano de guerra e é o guarda de segurança da Academia Blackwell. Ele é casado com Joyce Price e é o padrasto de Chloe Price.
- Diretor Wells: Diretor da Academia Blackwell.
- Frank Bowers: É um traficante de drogas local que conhece Chloe Price e Rachel Amber.
- Joyce Price: É a mãe de Chloe Price, viúva de William Price e casada com David Madsen.
- Kate Marsh: É uma estudante na Academia Blackwell e uma cristã devota. Ela tem tido problemas para lidar com o lançamento de um vídeo viral onde ela beija muitos estranhos em uma festa.

- Nathan Prescott: É um estudante na Academia Blackwell e segundo antagonista do jogo. Além de estar envolvido com a venda de drogas na Academia Blackwell, o jogo insinua que ele está mentalmente doente e fazendo terapia.
- Max Caulfield: É a protagonista jogável do jogo e uma estudante na Academia Blackwell. Ao salvar sua amiga de infância Chloe Price de ser morta por Nathan Prescott em um banheiro na Academia Blackwell, ela descobre que tem a capacidade de voltar no tempo. Na busca de pistas para solucionar o desaparecimento de Rachel Amber, Max também deve descobrir como usar seus poderes para salvar a cidade de Arcadia Bay de um tornado.
- Rachel Amber: É uma estudante na Academia Blackwell e melhor amiga de Chloe Price. Ela é bem popular entre os alunos, mas subitamente desaparece sem deixar pistas sobre seu paradeiro.
- Sr. Jefferson: É um professor de fotografia na Academia Blackwell e o principal antagonista do jogo. Apresentado como o professor legal e agradável que é muito admirado por seus alunos, é revelado mais tarde que ele foi direta ou indiretamente responsável pelas mortes e abusos de vários personagens.
- Taylor Christensen: É uma estudante na Academia Blackwell e amiga de Victoria Chase.
- Victoria Chase: É uma estudante na Academia Blackwell e terceira antagonista do jogo. Ela é a melhor amiga de Nathan Prescott e de Taylor Christensen.
- William Price: É o pai de Chloe Price e era casado com Joyce Price. Ele morreu em um acidente de carro e sua família sente dolorosamente sua falta.

13.2 Mapa de relacionamento

Na Figura 16, se encontra o mapa de relacionamento entre os principais personagens de Life is Strange citados no texto.

Figura 16 – Mapa de relacionamento dos personagens



Fonte: a autora