

*FONTES HISTÓRICAS, NARRATIVA
TRANSMÍDIA E VIDEOGAME: A
PESQUISA HISTÓRICA EM
“ASSASSIN’S CREED” (2007-2022)*

Historical Sources, Transmedia Storytelling and
Videogame: The Historical Research in “Assassin’s
Creed” (2007-2022)

Max Alexandre de Paula Gonçalves

FONTES HISTÓRICAS, NARRATIVA TRANSMÍDIA E VIDEOGAME: A PESQUISA
HISTÓRICA EM “ASSASSIN’S CREED” (2007-2022)HISTORICAL SOURCES, TRANSMEDIA STORYTELLING AND VIDEOGAME: THE
HISTORICAL RESEARCH IN “ASSASSIN’S CREED” (2007-2022)Max Alexandre de Paula Gonçalves¹

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar e refletir sobre a variedade de fontes históricas como um caminho metodológico para a pesquisa histórica com jogos de videogame. Ao tomarmos o objeto *game* como componente de uma narrativa transmídia (JENKINS, 2009), observaremos que não se trata de um produto isolado dentro do circuito mercadológico do entretenimento, mas sim de um suporte com conteúdo e públicos específicos que visam ampliar a difusão e o consumo de uma determinada história. Isso significa que o jogo de videogame no tempo presente se encontra relacionado a outras mídias e suportes para a expansão do seu universo narrativo, tais como os livros, as *graphic novels*, o cinema, mas também as redes sociais e plataformas de compartilhamento de conteúdos digitais e vídeos. Dessa forma, nosso propósito é demonstrar por meio da franquia “*Assassin’s Creed*” (2007-2022), composta por jogos de videogame e outros produtos midiáticos, a diversidade de fontes históricas e o desafio que elas lançam ao historiador em busca de compreender as estratégias empregadas pela *Ubisoft*, a produtora e distribuidora de “*Assassin’s Creed*”, na produção e difusão dessa narrativa transmídia. De modo paralelo, a nossa perspectiva é a de que esse procedimento possibilitará, posteriormente, o entendimento da intersecção dos jogos de videogame com outras mídias e suas linguagens.

Palavras-chave: Narrativa Transmídia; *Videogame*; Fontes Históricas; *Assassin’s Creed*; Humanidades Digitais.

ABSTRACT

This work aims to present and to reflect on the variety of historical sources like a methodological way for the historical research with videogames. Considering the object *game* as component of a transmedia storytelling (JENKINS, 2009), we note that it is not a isolated product within an entertainment market circuit, but it refers to

¹ Bacharel e Licenciado em História pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), Especialista em História Social (UEL) e Mestre em Letras – Estudos Literários (UEL). Aluno regular de doutorado pelo Programa de Pós-graduação em História da UNESP – FCL – Campus de Assis/FCHS – Campus de Franca. Professor de História da Carreira do Magistério do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico do Instituto Federal do Paraná – Campus Londrina (IFPR). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8762760798059022>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0796-5716>. E-mail: max.goncalves@ifpr.edu.br.

a support with specific content and audiences that aim to expand the diffusion and consumption of a certain story. It means that the game in the present time is related to other media and supports for the expansion its narrative universe, such as the books, the graphic novels, the cinema, and the social networks and the sharing platforms of digital content and videos. Therefore, our purpose is to demonstrate through the “*Assassin’s Creed*” franchise (2007-2022), composed of video games and other media products, the diversity of historical sources and how they challenge the historian in search of understanding the strategies employed by Ubisoft, the producer and distributor of “*Assassin’s Creed*”, in the production and dissemination of this transmedia storytelling. In parallel, that procedure will make subsequently the understanding of the intersection of video games with other media and their languages.

Keywords: Storytelling transmedia; Videogame; Sources Historical; Assassin’s Creed; Digital Humanities.

INTRODUÇÃO

“E

m toda a universidade, a maneira como buscamos a pesquisa está mudando, e a tecnologia digital está representando uma parte significativa nessa mudança” (BERRY, 2012, p. 1). Essa frase inicial de

David M. Berry, professor de Humanidades Digitais, que introduz o livro “*Understanding Digital Humanities*”, de 2012, prenunciava uma realidade que no tempo presente tem sido evidenciada: que a pesquisa acadêmica está cada vez mais sendo mediada pelas tecnologias digitais. Nesse sentido, um dos primeiros desafios postos para aquele pesquisador era o de lidar com a abundância e não com a escassez de dados, informações e de referências bibliográficas. Podemos complementar esse argumento com a situação do pesquisador ter se resguardado, ou pelo menos se sentir seguro, de que encontrou tudo que precisava, ou seja, de que esgotou todos os materiais possíveis e necessários para a compreensão do seu objeto.

Entretanto, as Humanidades Digitais não se restringem ao uso da tecnologia digital como recurso para atingir um objeto de pesquisa, porém investiga o próprio meio, isto é, a sua especificidade, tornando-o objeto de investigação, a fim de compreender como as mudanças mediais produzem transformações epistêmicas. Assim, de acordo com Presner, na leitura de Berry, nós nos

localizamos em um momento no qual ocorre “uma mudança nos padrões que regem os problemas, conceitos e explicações permitidos, mas também no meio de uma transformação das condições institucionais e conceituais de possibilidade para a geração, transmissão, acessibilidade e preservação do conhecimento” (PRESNER apud Berry, Op. cit, p.6).

Essas observações vêm a propósito especificamente no nosso caso, uma vez que estamos concentrados no estudo dos videogames e seus jogos. Por isso, devemos mencionar que embora seja recente a inserção dos videogames no campo acadêmico como objeto de pesquisa, ao consultarmos as publicações acadêmicas – criadas e direcionadas a um corpo de especialistas no tema –, podemos observar que algumas divergências ocorrem quando comparadas com os livros e almanaques voltados ao grande público consumidor dessa mídia. Uma das quais poderíamos citar diz respeito ao enquadramento dos videogames em gerações (RODRIGUES; FERNANDEZ; BIANCHIN, 2016), reduzindo a sua compreensão aos consoles lançados em um determinado espaço de tempo, colocando-os em uma história factual, linear e evolutiva, ressaltando os aprimoramentos técnicos de uma nova geração em relação à anterior, os quais seriam responsáveis por um salto qualitativo das características estéticas, lúdicas e de jogabilidade nos jogos. Ainda mais, a adoção das transformações técnicas como critérios que distinguem as gerações de consoles incidem nas inovações gráficas e sonoras possibilitadas e refletidas nos jogos de videogame, compreendidos enquanto progressos da indústria do videogame, conferindo aos seus representantes um lugar de destaque em um seleto panteão. Contudo, ao serem adotados tais parâmetros como os mais relevantes, corremos o risco de ignorarmos como os agentes históricos envolvidos nos modos de produção e disseminação dos jogos de videogame atuaram e têm atuado historicamente.

Já algumas produções acadêmicas têm escrito uma história dos videogames considerando as transformações históricas pelas quais eles passaram tanto na sua forma, dos fliperamas em bares aos consoles domésticos, quanto nos seus conteúdos – considerando aqui as linguagens empregadas pelos videogames (DA LUZ, 2010), das quais mencionamos o surgimento das narrativas, o uso de

ícones que orientam o jogador a realizar determinada ação, o espaço do jogo sendo tridimensional e as tomadas de câmeras, por exemplo. Ademais, a pesquisa acadêmica também tem se ocupado de demonstrar a competição entre as empresas desenvolvedoras de consoles pelo domínio do mercado consumidor de games (MENDONÇA, 2019): as rivalidades entre *Nintendo* e *Sega* na década de noventa do século XX e entre *Sony* e *Microsoft* no início do XXI adquirem, assim, o estatuto de motores do desenvolvimento tecnológico dos videogames, de modo que a sucessão de um console para o outro seria derivada dessa disputa.

Posto isso, nosso trabalho tem seu ponto de partida em uma escrita da história do videogame que não se equivale à história da indústria do videogame, assumindo a premissa de confrontar a representação da indústria do videogame sobre si mesma. Esta última estaria ancorada no seu crescimento econômico nos últimos quarenta anos, considerando a sua expansão mundial e o seu sucesso financeiro, com uma receita anual próxima ao valor de 150 bilhões de dólares (EXAME, 2019), como explicações satisfatórias de sua existência. Contudo, esse critério por si só, não explica satisfatoriamente a presença e o consumo de games na vida social – dados extraídos da *Newzoo*, companhia especializada em análise do mercado de jogos, registraram cerca de três bilhões de jogadores em 2021 (VIANNA, 2022). Essa informação contraria a conjuntura do videogame na década de oitenta, pois ao resgatarmos os videogames existentes naquele período, tais como o arcade, conhecido no Brasil como fliperama, e os consoles domésticos, constatamos que eles sofreram grande queda em número de compras de seus produtos pelo público. Mesmo jogos que fizeram sucesso à época, como “*Pacman*”, da produtora *Namco*, e “*Donkey Kong*”, da *Nintendo*, obtiveram números de vendas abaixo do esperado. Um dos motivos para tal fato foi o desenvolvimento aprimorado dos computadores pessoais que, além do aprendizado em microinformática e outras funções, também serviam como suporte de games. Aliás, eles concorriam com os melhores consoles de sua época, como o *Sega Mega Drive* e o *Master System*. Pensando na relação custo-benefício,

fazia muito mais sentido adquirir um computador pessoal do que um console de videogame, pesando a favor desse argumento que os primeiros recebiam produções exclusivas na época.

Outro fator que conduziu o videogame a uma crise foi o que Da Luz chama de “crash do software” (DA LUZ, 2010, p. 43). Esse fato, segundo o autor, consistiu na “enxurrada de títulos ruins que apareceram após a abertura do mercado às produtoras independentes. Criar títulos para o VCS [o console da Atari, uma das poucas sobreviventes da indústria do período], se tornou uma mina de ouro e muitas empresas entraram nesse mercado sem muita preocupação com inovação, jogabilidade, e, às vezes, até mesmo sem ética” (Ibid., p. 43). Com isso, o consumidor deixou de adquirir novos jogos, já que boa parte não correspondia à expectativa gerada. Então, com preços mais interessantes, máquinas como o *Commodore Amiga*, o *Atari ST*, o *Macintosh* e o *IBM PC* – com as três primeiras compartilhando o mesmo processador, o Motorola 68000, foram concorrentes que construíram um espaço paralelo aos consoles e arcades entre o final da década de 80 e início da de 90, uma vez que inovaram tanto nos jogos, como podemos visualizar em “*Doom*” e “*Wolfenstein 3D*”, com temáticas mais próximas do universo adulto – quanto na jogabilidade e no entretenimento – com os modos multiplayer em rede. Além disso, os computadores inovaram no modo de distribuição dos jogos, inserindo o sistema “shareware”. Ele contribuiu com as desenvolvedoras de games incipientes e pequenas. Nesse novo modelo de consumo, os usuários baixavam pela rede uma parte inicial do jogo. Se gostassem, podiam adquirir o restante dele. É um modelo de distribuição de cópias de demonstração como ferramenta de marketing no qual permanecem alguns de seus princípios ainda hoje na indústria do videogame.

As publicações consultadas (DA LUZ, 2010), (MENDONÇA, 2019) e (RODRIGUES; FERNANDEZ; BIANCHIN, 2016), possuem uma narrativa muito semelhante sobre a restituição dessa indústria: ocorrida em meados da década de oitenta, foi ancorada na empresa japonesa *Nintendo*, que com o lançamento nos Estados Unidos de seu *NES* (*Nintendo Entertainment System*), capaz de gerar gráficos de resolução de 256 x 240 pixels, o que era “alta resolução” naquele

estágio do videogame, e com jogos inovadores, tais como “*Super Mario Bros*” e “*The Legend of Zelda*”, incitou o interesse do público novamente nos consoles e games domésticos. Outro fato presenciado no período em questão foi o surgimento de produtoras de jogos focadas em aproveitar ao máximo os recursos técnicos disponíveis dos novos consoles. Muitas delas haviam focado em desenvolver jogos para os computadores. Contudo, as oportunidades vistas nos consoles domésticos do final da década de oitenta as atraíram novamente. Algumas delas, dentre as quais podemos mencionar a *Electronic Arts*, *Accolade* e *Sierra Online*, produziram versões de grandes jogos de computadores de 16 bits para os novos consoles.

Diante desse cenário visto de uma forma panorâmica, com o intuito de delimitarmos a proposta deste artigo, é significativo apontarmos que no decurso dessa retomada das vendas de consoles domésticos surgiu a produtora de jogos de videogame *Ubisoft*. Criada em 1986, na França, essa “companhia de distribuição e publicadora de videogame e software educacional” (UBISOFT, 2018), conforme os arquivos disponibilizados no próprio site da empresa, nasceu com o objetivo de distribuir e publicar softwares educacionais e videogames. Isso significa que as supracitadas condicionantes históricas do videogame no final da década de oitenta foram aproveitadas pelas desenvolvedoras ainda pequenas, como é o caso da *Ubisoft*, para que conseguissem projetar os seus jogos não apenas para um suporte específico, mas sim para vários. Por exemplo, o primeiro jogo de videogame dessa produtora francesa a se destacar foi “*Prince of Persia*” (UBISOFT, 1989). Lançado em 1989, inicialmente para os computadores Apple II e IBM-PC (DOS), de acordo com Anna Carolina Rodrigues, “impressionou por conta da semelhança dos movimentos do personagem com os movimentos reais de um ser humano. O realismo dos movimentos foi conseguido através da rotoscopia, uma forma de capturar movimentos, usando pessoas de verdade, o primeiro exemplo desse tipo de animação nos games” (RODRIGUES, p. 92). Após ter obtido um número expressivo de vendas, foi distribuído também para os consoles domésticos, dentre eles, o *Sega Mega Drive* e o *Game Boy*.

A partir de 2007, a *Ubisoft* se tornaria conhecida por iniciar um título que aproveitaria a pesquisa e a experiência obtidas com um dos jogos da franquia de “*Prince of Persia*”: o jogo de videogame “*Assassin’s Creed*” (UBISOFT, 2007). A partir dos conhecimentos sobre as Cruzadas, um evento histórico ocorrido durante o período medieval, a equipe da *Ubisoft* começou um novo projeto com o intuito de desenvolver algo muito mais profundo com aquela temática. Entretanto, “*Assassin’s Creed*” não cessou no primeiro jogo, possuindo atualmente doze jogos pertencentes à série principal e mais vários jogos secundários que trazem personagens e eventos históricos que podem colaborar ou não para entrelaçarem o fio narrativo da trama. Aliás, se considerarmos esse jogo apenas um jogo, incidiríamos em um engano, uma vez que seria mais apropriado considerarmos “*Assassin’s Creed*” uma franquia. Para além dos jogos, há outros artefatos culturais vinculados à série, dentre eles, livros, histórias em quadrinhos, e filmes em curta-metragem.

Dessa forma, neste texto, temos como objetivo apresentar e refletir sobre a variedade de fontes históricas como um caminho metodológico a ser tomado para a pesquisa histórica com jogos de videogame. Assim, examinaremos o objeto *game* como componente de uma narrativa transmídia (JENKINS, 2009), o que nos leva a considerá-lo não como um produto isolado dentro do circuito mercadológico do entretenimento, mas sim na qualidade de um suporte com conteúdo e público específicos que visam ampliar a difusão e o consumo de uma determinada história. Essa manifestação no tempo presente pode ser evidenciada na relação estabelecida do jogo de videogame com outras mídias e suportes para a expansão do seu universo narrativo, tais como os livros, as *graphic novels*, o cinema, as redes sociais e as plataformas de compartilhamento de conteúdos digitais e vídeos, assim como os próprios sites de domínio da *Ubisoft*. Isto posto, nosso propósito é demonstrar por meio da franquia “*Assassin’s Creed*” (2007-2022), composta por jogos de videogame e outros produtos midiáticos, a diversidade de fontes históricas e o desafio que elas lançam ao historiador na busca de compreender as estratégias empregadas pela *Ubisoft*, a produtora e distribuidora de “*Assassin’s Creed*” na produção e difusão dessa narrativa transmídia. De modo

paralelo, esse procedimento possibilitará, posteriormente, o entendimento da intersecção dos jogos de videogame com outras mídias e suas linguagens.

METODOLOGIA

Sobre o objeto primário deste trabalho, a saber, o videogame, devemos contemplar os diversos significados que essa palavra pode designar, como, por exemplo, os de consoles, suportes e os próprios jogos digitais, isto é, os produtos audiovisuais expressos na tela. Para esse último sentido, a palavra “game” é utilizada com mais frequência pela literatura especializada. Já sobre o termo “jogo”, ao qual os videogames remetem em sua essência, citamos Johan Huizinga, para quem o jogo é um “fenômeno cultural”, considerando inclusive que “é no jogo e pelo jogo que a civilização surge e se desenvolve” (HUIZINGA, 2012, prefácio). Assim, podemos inserir o videogame numa longa tradição de modalidades lúdicas, dos jogos tradicionais, passando pelos brinquedos e chegando aos jogos de videogame contemporâneos, em seus díspares dispositivos materiais e múltiplos gêneros. Com isso, os games podem ser compreendidos dentro de uma indústria cultural do entretenimento, juntamente com as representações de códigos culturais construídas a partir de espaços geográficos específicos, embora voltadas ao consumo em escala global (BELLO, 2016).

Os videogames possuem laços sólidos com os jogos tradicionais e não digitais, uma vez que as regras e as estratégias, assim como a disputa e o desafio, permanecem como componentes fundamentais de um sistema que coloca como objetivo ser o vencedor. Por isso, para alguns estudiosos, dentre os quais podemos citar Espen Aarseth, a ênfase dos jogos digitais está na interação: “Jogos são objeto e processo; eles não podem ser lidos como textos ou escutados como música, eles devem ser jogados” (AARSETH, 2001). No estágio atual de desenvolvimento dos jogos de videogame, eles articulam experiências sensoriais e estéticas, vinculando narrativa audiovisual oriunda do cinema à imersão lúdica em espaços virtuais para serem explorados

sensorialmente. Diante disso, vem a propósito a definição de Jesper Juul, professor da New York University Game Center e autor de “Half-real: videogames entre regras reais e mundos ficcionais”, a qual compreende a capacidade dos videogames simularem ações e ambientes de acordo com as regras previstas dentro do jogo.

Um jogo é um sistema formal baseado em regras, com um resultado variável e quantificável, no qual diferentes resultados são atribuídos por diferentes valores, o jogador empenha esforço a fim de influenciar o resultado, o jogador sente-se vinculado e as consequências da atividade são opcionais e negociáveis (JUUL, 2003, tradução nossa).

Além disso, o videogame se estabelece como amálgama de mídias ao pensarmos o caso “Assassin’s Creed”. Não só por incorporar recursos de outros meios em seus jogos, mas também por disseminar o conteúdo da série de jogos em outros suportes. Por isso, um caminho para analisarmos essa franquia considerando o seu circuito de produção e circulação é considerá-la dentro do que Henry Jenkins chamou de narrativas transmídias. O pesquisador do MIT as define da seguinte forma:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. (JENKINS, 2009, p. 138).

Pela definição de Jenkins, a narrativa transmídia significa que o conteúdo de “*Assassin’s Creed*” em um livro não deveria ser o mesmo do jogo, e sim trazer algum elemento novo que seja somado à experiência narrativa que o jogador já obteve da experiência do game, assim como a ordem inversa também é possível. Quer dizer, não nos referimos apenas à adaptação de um produto a um

suporte, todavia a uma nova forma de contar histórias, atrelada a um fenômeno cultural inserido em um contexto mais amplo. No livro que já se tornou um clássico para os estudiosos das mídias digitais, Henry Jenkins compreende que essa transformação ocorre dentro do que é chamado por ele de “Cultura da Convergência”. Trata-se de um momento de transição midiática, em que as antigas e as novas mídias estão indo de encontro entre si e se reinventando diante do choque entre elas. Assim, segundo Jenkins, o termo “convergência” corresponde ao:

(...) fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p. 29).

Nesse sentido, a convergência expressa transformações que ultrapassam o nível técnico. Ela abrange mudanças mercadológicas, sociais, culturais e comportamentais de produtores, consumidores, usuários e fãs das mídias. A marca essencial dela é a interação entre todos esses grupos, uma vez que, na Cultura da Convergência, “toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia”. (Ibid., p. 29). Diante disso, ocorre uma mudança cultural nas atitudes desse último, pois ele é estimulado a fazer conexões entre conteúdos que estão espalhados em diversos suportes. Desse modo, o sujeito tem a opção de descobrir e conhecer informações que estão em meios distintos dos quais ele está acostumado a fazer uso. Por exemplo, o leitor de quadrinhos poderá saber mais sobre o desfecho de uma trama se escolher interagir também com os games de uma determinada franquia. E a decisão, negativa ou positiva, não o atrapalhará em sua compreensão daquele enredo, porém, se a resposta for “sim”, ele ampliará a sua experiência narrativa. Histórias chegam a um nível de complexidade em seus

desdobramentos, e de forma tão rápida, que produtores e consumidores de mídia têm os seus papéis redefinidos constantemente, quando não da inversão deles².

Neste novo modelo de construção de narrativas, o paradigma da convergência representa a interação de diversas maneiras, cada vez mais estruturadas e complexas, que as mídias e os seus interatores realizam. Como definiu Jenkins, a “convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”. (Ibid., p. 30). Assim, as Tecnologias de Informação podem ser superadas no decorrer do tempo, mas os meios de comunicação não. Eles não são substituídos, porém, recebem antes transformações em suas funções e *status*. Um dos exemplos mais evidentes é o celular, que possui em seu *hardware* sintomas da convergência, já que ele não é mais utilizado apenas para fazer ligações. Os *smartphones* atuais concentram múltiplas funções a partir da inserção de novas tecnologias neles. E jogar é uma delas. O acesso a redes sociais, jogos, revistas, jornais, filmes, câmeras e aplicativos de edição de imagens são somente alguns dos exemplos, todavia as ferramentas de diversos ofícios estão presentes nesse aparelho também. É importante notarmos que a convergência engloba ainda outras esferas da vida social, tais como o mundo do trabalho e as relações interpessoais.

A convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias. Entretenimento não é a única coisa que flui pelas múltiplas plataformas de mídia. Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia. Ser amante, mãe ou professor ocorre em plataformas múltiplas. (Ibid., p. 45).

² O fenômeno das “*fanfictions*” – ficções de fãs – traduz bem esse aspecto da cultura da convergência. De fato, com a velocidade da exibição e a simultaneidade da transmissão, cada vez mais os fãs têm criado histórias alternativas para os personagens e mundos favoritos. Jenkins analisou os conflitos envolvendo a saga *Harry Potter* e a *Warner Bros*. Entretanto, esse episódio foi referente a um arco narrativo já finalizado nos livros, no qual os fãs quiseram incluir suas próprias histórias nesse mundo.

Ao compreendermos que a narrativa transmídia é a articulação entre diversos suportes, com histórias contribuindo para a ampliação da experiência narrativa do leitor/jogador/espectador/interator que ele teve com o produto principal de um universo narrativo, notamos que não se trata de estampar determinado personagem de uma franquia em camisetas ou canecas. Se pensarmos os jogos de videogame, os produtos que expandem a narrativa principal levam ao *gamer* detalhes daquele universo que não foram esclarecidos ou que ficaram obscuros quando da execução do objeto “jogo” em si. Em alguns casos, isso pode ocorrer devido à própria mecânica dos jogos de videogame, muitas vezes mais centradas no funcionamento e entretenimento do que em outros componentes narrativos. Em “*Assassin’s Creed*” (2007), o primeiro game da franquia, vemos que isso ocorre pela imprecisão do início da história, pois, como vimos anteriormente, começamos o jogo com Desmond já capturado pela Abstergo. No entanto, nas HQ’s da série (CORBEYRAN, 2013), (CORBEYRAN, 2014), vemos como ocorreu a sua captura e que o aprendizado dos movimentos característicos da Irmandade dos assassinos aconteceu a partir da sincronização com as memórias de seus ancestrais, e não por ele ter recebido treinamento antes em um acampamento. Com isso, notamos que essas mídias não apenas expandem o texto principal, mas o complementam, aumentando o estado imersivo e o envolvimento com o universo narrativo que não está presente somente no jogo. Por isso, o pesquisador em Mídia e Cotidiano, Emmanoel Ferreira, compreende que as diversas mídias de uma narrativa transmídia agem como paratextos que não só acompanham o lançamento de determinado videogame ou franquia, entretanto são detentoras de uma “posição central em tal experiência, determinando, em maior ou menor grau, o entendimento de seu universo ficcional, por parte do jogador” (FERREIRA, 2016, p. 4).

Figura I – Página extraída da *graphic novel* “*Assassin’s Creed: Desmond*”



Fonte: Assassin's Creed: Desmond (CORBEYRAN, 2013).

Para termos uma ideia dos objetos e das fontes históricas que podem ser arrolados para a pesquisa histórica sobre videogames, utilizaremos a franquia “*Assassin's Creed*”. Fizemos um levantamento que compreende desde o lançamento do primeiro game da série, em 2007, até o último game, de 2020. Com isso, avaliamos que analisar em conjunto os jogos de videogame e outros artefatos culturais vinculados à marca é fundamental para a nossa compreensão da pesquisa com games, uma vez que eles carregam em si informações técnicas sobre os agentes históricos envolvidos nos modos de fazer e ver a série. Ao mesmo tempo, são objetos e fontes da nossa pesquisa todos os materiais produzidos pela *Ubisoft* e que estejam relacionados à “*Assassin's Creed*” no período entre 2007 e 2022. Ainda mais, podemos utilizar os materiais produzidos e fornecidos pela própria *Ubisoft* sobre a sua história como produtora de entretenimento interativo. Eles serão analisados visando a compreensão de como essa empresa representa a si mesma e quer ser vista pelo seu público, empregando diversas estratégias e meios para a construção de uma autoimagem. Assim, as fontes nesse momento incluem desde o site da produtora até o perfil da *Ubisoft* nas redes sociais e em outras plataformas. Nesse sentido, são fontes históricas os seguintes materiais:

1 – Os doze jogos de videogame da série principal de “*Assassin’s Creed*”, dentre eles: “*Assassin’s Creed*”, “*Assassin’s Creed II*”, “*Assassin’s Creed – Brotherhood*”, “*Assassin’s Creed – Revelations*”, “*Assassin’s Creed III*” e “*Assassin’s Creed – Black Flag*”, “*Assassin’s Creed: Rogue*”; “*Assassin’s Creed: Unity*”, “*Assassin’s Creed: Syndicate*”, “*Assassin’s Creed: Origins*”, “*Assassin’s Creed: Odyssey*” e “*Assassin’s Creed: Valhalla*”;

2 – Os livros da franquia “*Assassin’s Creed*” que transpõem o mundo do jogo em uma narrativa literária: “*Assassin’s Creed: a Cruzada Secreta*”, “*Assassin’s Creed: Renascença*”, “*Assassin’s Creed: Irmandade*”, “*Assassin’s Creed: Revelações*”, “*Assassin’s Creed: Renegado*” e “*Assassin’s Creed – Bandeira Negra*”, “*Assassin’s Creed: Barba Negra – o Diário Perdido*” e “*Assassin’s Creed: Unity*”, “*Assassin’s Creed: Submundo*”, “*Assassin’s Creed: Juramento do deserto*”, “*Assassin’s Creed: Odyssey*” e “*Assassin’s Creed: Valhalla: a Saga de Geirmund*”;

3 – As Histórias em Quadrinhos da franquia: “*Assassin’s Creed*”: *Assassin’s Creed: Desmond*”, “*Assassin’s Creed: Aquilus*” e “*Assassin’s Creed: Brâman*”, “*Assassin’s Creed: The Chain*”, “*Assassin’s Creed: The Fall*”;

4 – Os livros licenciados e publicados com o selo da *Ubisoft* que contam as histórias dos jogos a partir das artes e concepções estéticas realizadas para cada um deles: “*Assassin’s Creed: a Walk Through History 1189-1868*” (2016) e “*Assassin’s Creed: the complete visual history*” (2015);

5 – Os filmes em curta-metragem de “*Assassin’s Creed*”: “*Assassin’s Creed: Lineage*”, “*Assassin’s Creed: Embers*” e “*Assassin’s Creed: Ascendance*”;

6 – Os *sites* da *Ubisoft* nos domínios de países e estúdios de língua francesa e língua inglesa. Essa escolha ocorreu devido ao site da *Ubisoft* em domínio brasileiro não conter alguns dos arquivos e informações sobre a produtora – que foram encontrados naquele conjunto de páginas da Internet;

7 – Os canais de comunicação da *Ubisoft* nas plataformas de compartilhamento de conteúdo e nas redes sociais.

Salientamos ainda que a franquia de “*Assassin’s Creed*” possui como grande atrativo a construção de representações do passado. De fato, são várias as maneiras de conhecermos o passado, o que significa que a História não possui o monopólio sobre ele. Assim, não há razão para supormos que as representações do passado, ou ainda, as representações históricas em determinado jogo de videogame tenham bebido nas fontes do conhecimento histórico acadêmico e legitimado pelos historiadores. Em razão disso, Viana-Telles e Alves sustentam que:

a problematização e busca pela identificação da fonte dessas representações deve ser exatamente uma etapa constitutiva do processo de avaliação desse jogo e, como é impossível partir de onde queremos chegar, é preciso evitar adjetivar aprioristicamente tais jogos de “históricos” ou “history games”. (VIANA-TELLES; ALVES, 2015, p. 173).

Nesse sentido, estamos inseridos dentro da trajetória que as áreas de História e Ensino de História vêm trilhando na pesquisa nacional sobre videogames. A título de exemplos, podemos citar os trabalhos de Christiano Britto Monteiro dos Santos, Lynn Alves, Helyom Vianna Telles e Diogo Trindade Alves de Carvalho³, o que demonstra a existência de um campo recente e em construção sobre games, mas que já adquiriu espaço e referenciais próprios.

Por outro lado, para finalizarmos essa seção, a narrativa transmídia coloca outro ponto importante para discussão: o acesso a todos os conteúdos de determinada franquia impõe uma hierarquia socioeconômica dentro do universo do entretenimento que se apropria das regras de outras esferas da vida social, o que significa uma distinção dentro do próprio público consumidor

³ DE CARVALHO, Diogo Trindade Alves. **Pensamento geopolítico anglo-saxão: oposições entre os poderes navais e continentais no mundo dos games (2010-2015)**. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019. SANTOS, Christiano Britto Monteiro dos. **Medal of Honor e a construção da memória da Segunda Guerra Mundial**. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, março de 2009, p. 116. TELLES, Helyom Viana; ALVES, Lynn. **Ficção e Narrativa: o lugar dos videogames no ensino de História**. In: Teccogs: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, n. 11, p. 115-130, jan-jun 2015.

de games. Dessa maneira, o acesso ao universo das fontes históricas de “*Assassin’s Creed*” é permeado pela condição de disponibilidade e consumo de seus produtos midiáticos. Por fim, devemos ter em mente que “*Assassin’s Creed*” é uma fonte essencialmente audiovisual, que, em semelhança aos demais tipos de fontes e documentos históricos, carrega em si mesma uma tensão entre evidência e representação, o que significa que ela não deixa de ser uma forma de ver o mundo construída socialmente, seja por um ator ou por um grupo social, mas que testemunha um processo ou um acontecimento, “cujo estabelecimento do dado bruto é apenas o começo de um processo de interpretação com muitas variáveis (NAPOLITANO, 2014, p. 240).

ANÁLISES E RESULTADOS

Neste artigo, tomaremos como fonte histórica um material pertencente àquela categoria de conteúdo produzido e disseminado pela *Ubisoft*. Assim, trataremos de um editorial publicado em 2 de fevereiro de 2022, intitulado “*From novels to manga: how Ubisoft is telling stories outside of games*”, disponibilizado no próprio site de domínio da *Ubisoft*, em uma seção denominada *Ubisoft News*, a fim de compreendermos como uma mídia distinta do jogo de videogame, mas que compõe o universo de paratextos da franquia, pode contribuir com o historiador em sua investigação sobre as estratégias empregadas na construção e difusão da narrativa transmídia de “*Assassin’s Creed*”.

Segundo o texto supracitado, com a primeira novelização de um dos games da franquia, a saber, “*Assassin’s Creed Renaissance*”, publicada em 2009, foi iniciada a experiência transmídia da companhia. É importante destacar que esses primeiros romances da franquia foram novelizações, pois eram justamente “adaptações diretas do roteiro dos jogos” (UBISOFT, 2022, tradução nossa), conforme o editorial. Quer dizer, eles não acrescentavam elementos novos à história do jogo. Apenas transcreviam – ao utilizarem das características próprias da linguagem escrita empregada nos romances – a história vivenciada pelo jogador por meio do seu avatar no segundo game da franquia.

Com isso, notamos que essas primeiras novelizações estavam muito mais próximas das adaptações de uma mídia para a outra do que realmente constituindo uma narrativa transmídia, nos termos de Henry Jenkins. Porém, conforme o texto da *Ubisoft*, há o reconhecimento do que foi feito nesses primeiros romances e de como eles evoluíram nos últimos anos de modo a acompanharem a concepção sobre o seu papel e realmente construírem uma narrativa transmídia. De acordo com Aymar Azaizia, diretor de desenvolvimento de negócios e transmídia da *Ubisoft*: “os romances são essenciais quando se trata de adicionar camadas narrativas profundas a um universo pré-existente, e o formato do romance é universal. Por isso, é um excelente veículo para nossa estratégia transmídia” (Ibid., tradução nossa).

No livro “*Assassin’s Creed: Unity*” (BOWDEN, 2014), livro homônimo do game, o leitor que enveredasse pela sua leitura, por exemplo, compreenderia sobre outra perspectiva o relacionamento entre os dois personagens principais do jogo: Arno Dorian e Élise de La Serre, respectivamente, um membro da Irmandade dos Assassinos e uma membra da Ordem dos Templários. Enquanto no jogo de videogame, o jogador vivencia a trama sob a ótica exclusiva de Arno Dorian, seu avatar na representação espacial da Paris do século XVIII, durante o período da Revolução Francesa, no livro, o que vemos é a história da coprotagonista e amante de Dorian sendo contada, no formato de um diário, da sua infância à vida adulta, em uma narrativa que antecede os eventos ocorridos no jogo e que, conforme os seus avanços, é desenvolvida também de forma paralela à linha temporal do game:

Talvez querido diário, você esteja se perguntando se minha conversão à ideia da unidade Assassinos-Templários tem algo a ver com o fato de eu ser uma Templária e Arno, um Assassino. Não, esta é a resposta. Qualquer visão minha para o futuro seria para o bem de todos. Mas se isso significasse que Arno e eu pudéssemos ficar juntos, sem fingimentos nem mentiras entre nós, naturalmente eu a adotaria também, mas apenas como um efeito colateral agradável. Garanto-lhe (BOWDEN, 2014, p. 194).

Desse modo, o público que não vier a ler o livro não será prejudicado na compreensão da narrativa veiculada pela série principal, esta última pertencente aos games, entretanto, ao optar também pelo consumo desse produto midiático, há o surgimento de elementos importantes para a ampliação do conhecimento sobre o arco narrativo referente ao game “*Assassin’s Creed: Unity*” (UBISOFT, 2014).

Ademais, outro aspecto pertinente à estratégia transmídia utilizada pela *Ubisoft* nesse primeiro momento está relacionado ao local de produção e publicação dos primeiros romances. As primeiras novelizações eram produzidas e publicadas primeiramente nos Estados Unidos e na Europa, em uma parceria de licenciamento com a editora britânica *Penguin Books LTD*. Assim, inicialmente, a produção dessas novelizações visou atingir um público restrito, articulando representações de códigos culturais construídas a partir de espaços geográficos específicos. O consumo em escala global, de maneira que todos os jogadores de “*Assassin’s Creed*” tivessem também acesso aos demais produtos da franquia, só ocorreu posteriormente, como no caso do Brasil, em que o livro chegou a ser publicado somente em 2011, pela editora *Galera Record*. Isso demonstra que a narrativa transmídia nesse episódio não foi projetada desde o seu começo para chegar simultaneamente a todos os consumidores da franquia espalhados pelo globo, mas sim como algo que dependeria de sua repercussão dentro de um circuito menor de recepção para ter uma distribuição maior.

Uma parte importante das estratégias transmídias é buscar artistas locais, que possam imprimir seus estilos e concepções estéticas sobre determinada marca ou universo narrativo. No caso de “*Assassin’s Creed*”, a *Ubisoft*, que já adquiriu estúdios e games com públicos e equipes já formados (UBISOFT, 2018), estabelece uma variedade de parcerias pelo mundo, para que elas criem conteúdos utilizando os estúdios de produção da companhia a fim de obterem a impressão, quando livros e HQs, e desenvolverem campanhas de marketing. O editorial supracitado explica e descreve essa tática por meio da criação de um ramo editorial interno chamado “*Les Deux*

Royaumes”. A origem francesa é devida à proposta ter sido lançada por membros da subsidiária francesa e à concentração da maior parte do mercado das Histórias em Quadrinhos e *Graphic Novels* em áreas de falantes da língua francesa.

O formato de graphic novel francês é ainda muito importante na mescla transmídia atual da Ubisoft, e é apoiado sobre o desenvolvimento próximo com Editions Glénat, a maior editora francesa de graphic novels. De *Far Cry* a *Watch Dogs*, de *Assassin's Creed* a *Beyond Good and Evil*, no futuro, muitas graphic novels estão a caminho graças a essa parceria (UBISOFT, 2022, tradução nossa).

Algumas das editoras com as quais a *Ubisoft* tem publicado histórias em quadrinhos ao longo dos últimos anos foram: *DC Comics*, *Titan Comics*, *Dynamite* e *Dark Horse Comics*. Isso demonstra a força desses produtos dentro das franquias criadas pela companhia. Sobre “*Assassin's Creed*”, as histórias em quadrinhos “*The Chain*” e “*The Fall*” demonstram uma colaboração entre a equipe de narrativa do jogo e a equipe transmídia da *Ubiworkshop*, setor responsável dentro da *Ubisoft* pela criação e comercialização de produtos relacionados ao universo de seus jogos. Ainda mais, esses títulos apresentaram novos personagens e períodos temporais que não haviam sido explorados até aquele momento nos jogos de videogame de “*Assassin's Creed*”, com o seu conteúdo precedendo em pelo menos cinco anos o aparecimento do personagem Nikolai Orelov, protagonista do game “*Assassins Creed Chronicles: Russia*”, lançado em 2016. E isso abriu as portas para outras franquias da *Ubisoft*, segundo o editorial. No entanto, permanece em aberto se elas também são parte de um projeto transmídia ou se são adaptações do universo dos jogos de videogame para as páginas dos quadrinhos. Novamente, ressaltamos a necessidade desses produtos ampliarem o arco narrativo das tramas dos games para não serem classificados apenas como adaptações ou produtos licenciados e derivados de uma mídia, mas sim como narrativas transmídias. Consoante o depoimento da Diretora de Publicação da *Ubisoft*, Caroline Lamache, é possível constatarmos a correspondência dessa compreensão com a publicação das diversas Histórias em Quadrinhos e *Graphic Novels* pela *Ubisoft*: “Com as equipes criativas certas e por meio de uma grande

colaboração com as equipes de desenvolvimento e transmídia, quadrinhos licenciados podem ser grandes adições à tradição dos jogos” (Ibid., 2022, tradução nossa).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cruzamento do editorial da *Ubisoft* com os produtos da franquia “*Assassin’s Creed*” revela um caminho fecundo para a pesquisa histórica sobre videogames a partir da ampliação do corpus das fontes históricas a serem consideradas para a sua investigação. Quer dizer, os games, as histórias em quadrinhos e os livros de “*Assassin’s Creed*” são fontes valiosíssimas para a compreensão da narrativa transmídia que tem sido construída em torno desse universo. Contudo, em um movimento constante de análise interna e análise externa, outras fontes devem ser consideradas, pois, ao representarem a produção e a difusão dos artefatos vinculados à franquia, podem também esclarecer as práticas veladas e referentes a esses mesmos processos, como fizemos com o editorial publicado pela própria *Ubisoft*.

Dessa forma, compreendemos que a narrativa transmídia para a *Ubisoft* é um expediente para colocar os fãs de seu universo em um contato cada vez mais ativo e contínuo com a história de “*Assassin’s Creed*”, integrando-os por meio do consumo dos seus conteúdos em suportes distintos daqueles pertencentes a sua comunidade local e cultural. Por último, diante desse entendimento, finalizamos retomando a pertinência do conceito de narrativa transmídia, já que esta última é empregada pela *Ubisoft* como uma estratégia para ampliar arcos narrativos e, assim, engajar também os jogadores/consumidores nas diversas mídias diferentes dos videogames.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AARSETH, E. (2001). Computer game studies: Year one. *Game Studies: The International Journal of Computer Game Research*, 1. Disponível em: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>. Acesso em: 11 jan. 2021.

BELLO, Robson Scarassati. *O videogame como representação histórica: narrativa, espaço e jogabilidade em Assassins Creed (2007-2015)*. 2016. 323 f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo: São Paulo, 2016 (mestrado).

BERRY, David M. *Understanding Digital Humanities*. London: Palgrave Macmillan, 2012.

DA LUZ, Alan Richard. *Video game: história, linguagem e expressão gráfica*. São Paulo: Blucher, 2010.

RODRIGUES, Anna Carolina; FERNANDES, Nathan; BLACHIN, Victor. *Almanaque dos games*. São Paulo: panda Books, 2016.

FERREIRA, EMMANOEL. Videogames, paratextos e narrativas (trans)mediáticas. *Lumina*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. n.2, vol. 10, 2016. Disponível em: <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/501/452>>. Acesso em: 13 nov. 2017.

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. Trad. João Paulo Monteiro. São Paulo: Perspectiva, 2012.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Trad. Susana Alexandria. 2. 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*, edited by Marinka Copier and Joost Raessens, 30-45. Utrecht: Utrecht University, 2003. Disponível em: <<http://www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld/#sdfootnote12sym>>. Acesso em: 05 Set. 2021.

MENDONÇA, Rafael de Souza. *Videogames, Memória e Preservação de seu registro histórico-cultural no Brasil*. 2019. 175 f. Dissertação (Mestrado). UFRJ, Instituto Brasileiro de Informação e Tecnologia: Rio de Janeiro, 2019 (mestrado).

NAPOLITANO, Marcos. A História depois do papel. *In: Fontes Históricas*. Carla Bassanezi Pinsky (Org.). 3.ed. São Paulo: Contexto, 2014.

REUTERS. Receita da indústria de games deve subir 9,6% em 2019, diz estudo. *Exame*. [s.l.: s.n.], Junho de 2019. Disponível em: < <https://exame.com/negocios/receita-da-industria-de-games-deve-subir-96-em-2019-diz-estudo/>>. Acesso em: 18 dez. 2020.

VIANNA, Bernardo. *Mercado de jogos eletrônicos tomou impulso na pandemia e continua em alta. Fevereiro de 2022*. Disponível em: < <https://www.insper.edu.br/noticias/mercado-de-jogos-eletronicos-tomou-impulso-na-pandemia-e-continua-em-alta/>>. Acesso em: 15 jul. 2022.

VIANA-TELLES, Helyom; ALVES, Lynn. Ensino de História e videogame: problematizando a avaliação de jogos baseados em representações do passado. *In: XI Seminário SJECC Jogos Eletrônicos – Educação – Comunicação*. Salvador: UNEP, 2015. V.II. p. 172-181.

FONTES DE PESQUISA

ASSASSIN'S CREED. Direção: Patrice Désilets. Produção: Jade Raymond. Roteiro: Corey May. Plataforma: Xbox 360. Montreal, Canadá: Ubisoft, 2007.

ASSASSIN'S CREED UNITY. Direção: Alexandre Amancio. Produção: Vincent Pontbriand. Roteiro: Alexandre Amancio, Sylvain Bernard, Travis Stout, Russell Lees, Darby McDevitt, Cerri Young, Jeffrey Yohalem. Plataforma: PlayStation 4. Montreal, Canadá: Ubisoft, 2014.

BOWDEN, Oliver. *Assassin's Creed: Unity*. Record, Rio de Janeiro: 2014.

CORBEYRAN, David. *Assassin's Creed*. Volume 1: Desmond. São Paulo: Editora Record, 2013.

_____. *Assassin's Creed*. Volume 2: Aquilus. São Paulo: Editora Record, 2014.

UBISOFT. *Événements clés*. Junho de 2018. Disponível em: <https://www.ubisoft.com/fr-FR/groupe/presse.aspx>. Acesso em: 15 set. 2020.

UBISOFT. *From Novels To Manga: How Ubisoft Is Telling Stories Outside of Games*. Fevereiro de 2022. Disponível em <<https://news.ubisoft.com/en-gb/article/37grPvTp00DIH8P5rPSG8W/from-novels-to-manga-how-ubisoft-is-telling-stories-outside-of-games>>. Acesso em: 06 mar. 2022.