

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Thiago José Moreira Lins

A MENSAGEM EM JOGO: uma análise narratológica dos newsgames,
segundo os valores-notícia

Recife
2017

THIAGO JOSÉ MOREIRA LINS

A MENSAGEM EM JOGO: uma análise narratológica dos newsgames,
segundo os valores-notícia

Dissertação apresentada à coordenação
do Programa de Pós-Graduação em Co-
municação, da Universidade Federal de
Pernambuco para a obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, sob orientação
da Prof. Dra. Carolina Dantas de Figuei-
redo.

Recife
2017

Catálogo na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

L759m	Lins, Thiago José Moreira A mensagem em jogo: uma análise narratológica dos newsgames, segundo os valores-notícia / Thiago José Moreira Lins. – Recife, 2017. 132 f.: il., fig. Orientadora: Carolina Dantas de Figueiredo. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Comunicação, 2017. Inclui referências. 1. Newsgame. 2. Jogo. 3. Jornalismo. 4. Narrativa. 5. Multimídia. I. Figueiredo, Carolina Dantas de (Orientador). II. Título. 302.23 CDD (22.ed.)	UFPE (CAC 2017-136)
-------	--	---------------------

THIAGO JOSÉ MOREIRA LINS

TÍTULO DO TRABALHO: “A MENSAGEM EM JOGO: UMA ANÁLISE NARRATOLÓGICA DOS NEWSGAMES, SEGUNDO OS VALORES-NOTÍCIA”.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em: 15/03/2017

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dra. Carolina Dantas de Figueiredo
(orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^ª. Dra. Cristina Teixeira Vieira de Melo
(membro interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^ª. Dra. Carla Patrícia Pacheco Teixeira
(membro externo)
Universidade Católica de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Todo processo requer um mínimo de esforço e dedicação para ser concluído, desde o mais simples ao mais complexo. Com esta dissertação não foi diferente, especialmente nesta reta final onde diversos contratempos surgiram para tornar o processo ainda mais sofrido. Mas apesar de tudo, fica a sensação de dever cumprido ao ver todo o trabalho finalizado.

Em primeiro lugar, agradeço à minha família. Por me fazerem perceber que o conhecimento, esse sim é o bem mais valioso que o ser humano pode conseguir nessa vida.

A Débora, meu porto seguro e minha maior conselheira nestes dois anos. Não tenho palavras para agradecer por tanto incentivo e por toda ajuda e compreensão nesses dois anos de jornada.

Aos membros da banca, Carol, Cristina e Carla, pelas contribuições e por terem aceitado participar desta banca.

À CAPES, pela concessão da bolsa de pesquisa, o que ajudou a tornar este processo do mestrado um pouco mais tranquilo.

Aos queridos colegas do PPGCOM, Juliana, Laís, Keliny e Leo, pelo companheirismo, pelo apoio moral e emocional mútuo nessa longa jornada.

Aos professores do PPGCOM, minha maior inspiração para seguir carreira acadêmica, e nutrir um carinho imenso pelo ofício de lecionar. Por mais duro que seja, no final sempre é recompensador ver tantos olhos atentos e mentes funcionando a todo vapor.

A todos os jogos, personagens e criadores que embalaram tantas noites insones. Se hoje eu enxergo o jogo muito além de um simples matador de tempo, devo isso a todos vocês.

RESUMO

O presente trabalho tem como principal objetivo estabelecer uma relação entre os processos de criação das narrativas dos chamados newsgames, ou jogos jornalísticos, e os valores-notícia. Baseados em notícias de grande repercussão, sejam elas de diferentes cunhos, os newsgames conseguem aliar o entretenimento e a informação de forma a proporcionar uma experiência interativa para o público-leitor, bem como sedimentar o conhecimento sobre diversos assuntos através do mecanismo da ludicidade. Ao passo que o meio para transmissão de informações passa por constantes transformações, assim aconteceu com o jornalismo, que atualmente sofre uma grave crise nos veículos informativos por não acompanhar essas mudanças. Embora os newsgames ainda sejam um campo relativamente novo no jornalismo, observa-se uma expansão e uma maior abertura dos profissionais da área no que diz respeito ao seu uso. Entretanto, mesmo em países como os Estados Unidos, ou até mesmo o Brasil, onde publicações como a Superinteressante e o portal de notícias G1 conseguiram divulgar bem a proposta dos jogos jornalísticos, esse tipo de produto ainda é tratado pelos grandes veículos apenas como uma forma alternativa de publicação e consumo de notícia, e não como um produto jornalístico de fato. Através da identificação dos valores-notícia nos jogos analisados, este trabalho tenta responder se a narrativa dos jogos recebe influência por parte destes valores.

Palavras-chave: Newsgame. Jogo. Jornalismo. Narrativa. Multimídia.

ABSTRACT

The following work aims to establish an association between the processes of creation of narratives of the so-called newsgames, and the news values, or newsworthiness. Based on news with a major repercussion, from different fields, the newsgames can establish a link between entertainment and information, which aims to propose an interactive experience for the audience, and to ensure the dissemination of knowledge of many subjects through the mechanism of play. As the medium for the information transmission went through deep transformations, as so happened with journalism, which now suffers a major crisis on news vehicles around the world for not keeping up with those changes. Although the newsgames are yet a relatively new field on journalism, an expansion and an opening from the news professionals concerning its use is observed. However, even in countries like the United States, or even Brazil, where publications like the *Superinteressante* magazine and the news portal G1 did absorb well the purpose of the newsgames, this kind of product is still treated by the grand vehicles only as an alternate form of publication and news consumption, and not as a journalistic product. Through the identification of the news values on the analyzed newsgames, this work tries to answer if the narrative on these games is influenced by the news values.

Keywords: Newsgame. Game. Journalism. Narrative. Multimedia.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Imagem do jogo Super Impeachment Rampage! (2016)	19
Figura 2 - Imagem do jogo Ataque às Mulheres (2014)	20
Figura 3 - Imagem do jogo De volta a 1964 (2014)	20
Figura 4 - Representação do conceito de círculo mágico, proposto por Huizinga (2010).	24
Figura 5 - Imagem do Baffle Ball (1931)	29
Figura 6 - Réplica do computador PDP-1 executando o Spacewar! (1962)	30
Figura 7 - Magnavox Odyssey, lançado originalmente em 1972.	30
Figura 8 - Atari 2600 (ou Video Computer System)	31
Figura 9 - Telejogo, primeiro videogame lançado no Brasil em 1977.	32
Figura 10 - Imagem do jogo Super Mario Bros. (1985)	33
Figura 11 - Tela do FoldIt	41
Figura 12 - Imagem do jogo Kabul Kaboom (2001)	47
Figura 13 - Imagem do jogo September 12th (2003)	48
Figura 14 - Imagem do jogo Play Madrid (2004)	49
Figura 15 - Imagem do jogo Food Import Folly	50
Figura 16 - Imagem do jogo Presidential Pong.	51
Figura 17 - Imagem do Jogo da Máfia	52
Figura 18 - Tela do jogo jornalístico Filosofighters	52
Figura 19 - Tela do jogo jornalístico Jogos da Sustentabilidade	53
Figura 20 - Imagem do jogo Cutthroat Capitalism	57
Figura 21 - Tela do infográfico Como Funciona a Bateria da Grande Rio	58
Figura 22 - Imagem do jogo Super Columbine Massacre RPG!	60
Figura 23 - Imagem do jogo JFK Reloaded	60
Figura 24 - Tela do jogo De Volta a 1964, produzido pela Superinteressante	61
Figura 25 - Imagem do jogo Global Conflicts.	63
Figura 26 - Tela do jogo jornalístico A World Without Oil (2007)	65
Figura 27 - Imagem do jogo Zork (1980)	87
Figura 28 - Tela de abertura do jogo Super Impeachment Rampage (2016)	95
Figura 29 - Decathlon (1983), uma das inspirações de mecânica de jogo para o newsgame Super Impeachment Rampage (2016)	96
Figura 30 - Primeira tela do Super Impeachment Rampage (2016), mostrando o objetivo do jogo.	99

Figura 31 - Primeira fase do jogo Super Impeachment Rampage (2016)	99
Figura 32 - Primeira fase bônus do Super Impeachment Rampage (2016)	100
Figura 33 - O personagem de Chico Buarque aparece como ajudante na segunda fase de Super Impeachment Rampage (2016).	100
Figura 34 - Segunda fase bônus de Super Impeachment Rampage (2016)	101
Figura 35 - Personagem de Bonner aparece na terceira fase de Super Impeachment Rampage (2016)	101
Figura 36 - Terceira fase bônus do Super Impeachment Rampage (2016)	102
Figura 37 - Quarta fase de Super Impeachment Rampage (2016) coloca como adversários Sérgio Moro e o Japonês da Federal.	102
Figura 38 - Quarta fase de bônus do Super Impeachment Rampage (2016)	103
Figura 39 - Quinta fase de Super Impeachment Rampage (2016) coloca Aécio e Cerveró como adversários	103
Figura 40 - Quinta fase de bônus do Super Impeachment Rampage (2016)	104
Figura 41 - Sexta fase de Super Impeachment Rampage (2016) mostra o vice Michel Temer como algoz	104
Figura 42 - Sexta fase de bônus do Super Impeachment Rampage (2016)	105
Figura 43 - Primeira forma do "chefão" Cunha em Super Impeachment Rampage (2016)	105
Figura 44 - Segunda forma de Cunha em Super Impeachment Rampage (2016)	106
Figura 45 - Última forma de Eduardo Cunha em Super Impeachment Rampage (2016)	106
Figura 46 - Tela final de Super Impeachment Rampage (2016) mostrando a pontuação do jogador	107
Figura 47 - Tela inicial do newsgame Ataque às Mulheres (2014).	108
Figura 48 - Tela do newsgame Ataque às Mulheres (2014), mostrando a atividade do jogo	109
Figura 49 - Tela de seleção de personagens do newsgame Ataque às Mulheres (2014)	110
Figura 50 - Aviso de duração da viagem em Ataque às Mulheres (2014)	111
Figura 51 - Condição de derrota de Ataque às Mulheres (2014) estimula o jogador a refletir sobre ações	111
Figura 52 - Tela de abertura do newsgame De volta a 1964 (2014)	112
Figura 53 - O primeiro desfecho possível em De volta a 1964 (2014).	117

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Elencos de valores-notícia para operacionalização, segundo Silva (2005)	16
Tabela 2 - Classificação e organização dos tipos de jogos, segundo Roger Caillois.	28
Tabela 3 - Definições clássicas do jogo, compiladas por Juul (2005)	34
Tabela 4 - Modelo clássico dos jogos, proposto por Juul (2005)	35
Tabela 5 - A relação do modelo clássico dos jogos com o jogo, o jogador e o mundo real	36
Tabela 6 - Características de um jogo eletrônico, segundo McGonigal (2012)	37
Tabela 7 - Esquema de Propp (2006) para análise de personagens e esferas de ação	75

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 DO LÚDICO AO INFORMATIVO	21
2.1 A importância do jogo na cultura moderna	22
2.2 Histórico dos jogos digitais	28
2.3 O jogo digital enquanto objeto de estudo	34
2.4 O encontro do jornalismo com os jogos digitais	38
3 O QUE SÃO OS NEWSGAMES?	44
3.1 A relação dos jogos com o jornalismo	45
3.2 Um panorama histórico dos newsgames	46
3.3 Alguns conceitos sobre newsgames	53
3.4 Classificação dos newsgames	56
3.4.1 <i>Current events</i> (eventos atuais)	56
3.4.2 <i>Infographic newsgames</i> (infográficos)	57
3.4.3 <i>Documentary newsgames</i> (documentários)	59
3.4.4 <i>Puzzle newsgames</i> (quebra-cabeças)	61
3.4.5 <i>Literacy newsgames</i> (letramento)	61
3.4.6 <i>Community newsgames</i> (comunidade)	63
4 NEWSGAMES E NARRATIVIDADE	67
4.1 Alguns conceitos sobre a narrativa	68
4.2 Elementos da narrativa aplicados aos jogos digitais	79
4.2.1 Ludologia, a ciência do jogo	82
4.2.2 Narratologia: jogos contando histórias	86
5 ANÁLISE DOS NEWSGAMES PROPOSTOS	95
5.1 Super Impeachment Rampage (2016)	95
5.1.1 Identificação dos valores-notícia	97
5.1.2 Análise da narrativa	98
5.2 Ataque às Mulheres (2014)	108
5.2.1 Identificação dos valores-notícia	109
5.2.2 Análise da narrativa	110
5.3 De volta a 1964: sua vida em tempos de ditadura (2014)	112

5.3.1 Identificação dos valores-notícia	115
5.3.2 Análise da narrativa	116
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	119
REFERÊNCIAS	124

1 INTRODUÇÃO

Se a humanidade pudesse ser definida em uma palavra, esta seria, sem dúvida, inovação. Inovar é uma atividade inerente ao ser humano. Renovação, mudança, novidade, evolução. Todos esses vocábulos possuem uma ligação bastante próxima. Para Brasil (2015), inovar é um processo que demanda liberdade, seja ela de pensamento ou ainda de espaço para desenvolver ideias. Inovar demanda um esforço por vezes hercúleo, com a necessidade de pensar sempre além do seu campo de atuação - ou seja, pensar de forma multidisciplinar em soluções para a resolução de problemas sensíveis do cotidiano. É preciso inovar para manter-se relevante. É o caso do jornalismo.

Uma coisa é certa: toda e qualquer área do conhecimento, ao longo dos anos, precisou passar por esse processo. Com o jornalismo não foi diferente. Desde o surgimento dos primeiros jornais no século XVII, na Alemanha, até a adoção do computador como meio produtor e propagador de informação, todas essas etapas são resultantes de uma ação inovadora. No caso do lançamento dos primeiros jornais, a prensa móvel criada por Gutenberg teve um papel primordial. Para o jornalismo online, o computador assumiu tal responsabilidade.

O jornalismo possui uma grande capacidade de transformação, o que pôde ser visto nas últimas quatro décadas. Um dos principais atores neste processo de remodelação foi sem dúvida a internet, que forçou os produtores de conteúdo noticioso a pensar em novas formas de veiculação e propagação. De acordo com uma pesquisa divulgada pela União Internacional de Telecomunicações da Organização das Nações Unidas (ONU)¹, no final de 2014, cerca de 40% da população mundial estava conectada à rede mundial de computadores, o que resulta em quase três bilhões de usuários. Já no território brasileiro, dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)² em abril de 2015, mostram que 49,4% da população brasileira, o que corresponde ao total de 85,6 milhões de brasileiros acima dos 10 anos de idade, têm acesso à internet. Já segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (PBM 2015)³, o brasileiro costuma passar uma média de cinco horas do seu dia conectado à internet. Segundo os dados, 65% dos jovens na faixa etária de até 25 anos acessam a internet diariamente, já entre na faixa acima de 65 anos, esse percentual é de

¹ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/11/1553088-internet-ja-tem-quase-3-bilhoes-de-usuarios-no-mundo-diz-onu.shtml>>. Acesso em 11 jan. 2017.

² Disponível em: <www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/04/150429_divulgacao_pnad_ibge_lgb>. Acesso em 11 jan. 2017.

³ Disponível em: <www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em 11 jan. 2017.

apenas 4%. Quanto aos suportes de acesso, a maior parte dos entrevistados, 71%, acessa pelo computador e 66% pelo celular, ao passo que apenas 7% usam o *tablet* como meio de acesso.

É inegável o fato da internet ter provocado grandes mudanças em todo o ecossistema do jornalismo. Graças à consolidação da rede como suporte de transmissão, hoje assistimos ao jornalismo impresso, até então visto como inabalável, perder a força diante dos artefatos digitais, assim como o rigor temporal das transmissões radiotelevisivas esmaecer e dar lugar a propostas novas, mais concisas, que dão maior poder ao consumidor de desfrutar da informação quando e como quiser.

Mais do que nunca, a internet mudou a relação entre quem consome a notícia e quem a produz. A mudança de investimentos também é algo bastante notável. Até então veículos impressos, TV e rádio possuíam um modelo de negócio que colocava o público apenas na posição de consumidor do conteúdo informativo. Hoje, quem consome também produz conteúdo. Graças à internet, a verba originária da publicidade migrou de destinatário: dos veículos tradicionais, passou a ser aplicada quase em sua totalidade em sites, canais e portais na Web. Este também pode ser um dos motivos que fez os meios tradicionais perderem relevância e, até mesmo, deixarem de operar em diversas regiões, graças à queda expressiva na receita total desses grupos. Vale ressaltar que muito desta relevância foi perdida exatamente por muitas dessas empresas de comunicação não saberem como adaptarem seus modelos de operação para um cenário que passa por constantes mudanças, no caso tecnológicas. A expressão *passaralho*⁴, comum no meio, tornou-se temida entre os profissionais, especialmente nos últimos cinco anos.

Segundo pesquisa publicada pela Volt Data Lab⁵, cerca de 5700 funcionários da mídia tradicional no país foram demitidos entre junho de 2012 e dezembro de 2016. Deste total, 1646 são de jornalistas. Dentre todos os meios, os jornais sofreram maior diminuição no quadro de funcionários, com 49% das demissões. A queda nas receitas é dada como justificativa pelos veículos para as altas taxas de desligamentos, o que pode ser observado nos dados compilados pela pesquisa do projeto Inter-Meios. Segundo dados da última pesquisa publicada, em 2015, o faturamento dos impressos brasileiros, no caso jornais e revistas, registrou no ano anterior uma queda de R\$ 500 milhões em comparação com o ano anterior. Mas ela não pode ser vista como o único motivo para tantas demissões. Como dito no início desta introdução, para manter-se

⁴ *Passaralho* é uma expressão informal que significa a “demissão em massa de empregados”. No caso do jornalismo, tornou-se comum, dado o alto número de profissionais dispensados dos veículos de comunicação nos últimos anos.

⁵ Disponível em: <<http://passaralhos.voltdata.info/>>. Acesso em 11 jan. 2017.

relevante, é necessário sempre inovar, estar à frente do seu tempo. Algo que pode significar a sobrevivência destas empresas de comunicação.

Segundo Anderson *et al.* (2013), um dos principais desafios desse processo de inovação é adaptar o modo de produzir e pensar a notícia para um novo público, que “(...) já não é somente mero leitor e telespectador, mas sim usuário e editor (...)” (ANDERSON *et al.*, 2013, p.33). O público consumidor de notícias hoje está com outro tipo de pensamento: eles adotam uma postura mais colaborativa, o que pode ser comprovado através da troca e do compartilhamento de informações. Um dos atores mais relevantes nesse processo são as redes sociais.

A internet consolidou-se a ponto de desenvolver duas características marcantes: mobilidade e ubiquidade. Isto pode ser comprovado nas telas dos computadores e, mais ainda, nos dispositivos móveis, como os *tablets* e *smartphones*. Na literatura, os livros digitais dividem a preferência com os tradicionais impressos. No entretenimento, os jogos digitais não estão mais restritos aos consoles e computadores, ganhando maior aceitação nos dispositivos móveis. No jornalismo, aplicativos trazem a instantaneidade da informação para o usuário, além de prover conteúdos exclusivos, como as edições vespertinas dos jornais impressos, exclusivas do meio digital, só para citar alguns exemplos. De acordo com Seabra (2014), não faz muito tempo que o consumidor de informação passou a interagir com a notícia de forma mais “democrática, interativa e horizontalizada”. Nessa perspectiva, o jornalismo produzido pela *web* abre espaço para a criação de novos modelos comunicacionais. Modelos que serviram de inspiração para que a sociedade passasse a encarar a notícia não apenas como algo “novo, curioso, estetizado, espetacularizado”.

Uma iniciativa que despertou a atenção dos grupos de comunicação na última década foi o desenvolvimento dos newsgames, que são o objeto de estudo deste trabalho. Pensar em criar jornalismo para um público que apenas age como receptor hoje pode ser considerado ultrapassado, dada toda a mudança de comportamento do público já apresentada nesta introdução. O público atual se informa, mas também produz, publica e compartilha conteúdos e, novamente, as redes sociais têm participação fundamental nisso.

A mudança de ambiente na produção jornalística não enfraquece o papel do profissional de jornalismo nesta equação. Pelo contrário, ele só aumenta. Dado o alto volume de informações geradas, cabe ao jornalista colocar em prática o seu ofício. Como? Verificando e investigando todas elas. Com isso, são levantados alguns questionamentos: no cenário atual, o que pode ser considerado notícia? O que é passível de se tornar um conteúdo noticioso que vá repercutir como o esperado entre o público?

Ao longo das últimas cinco décadas, diversos questionamentos permearam as mentes de quem trabalha diretamente com a produção e subsequente divulgação da notícia. Mais precisamente, pergunta-se como ocorre a transformação de um acontecimento do cotidiano em fato noticiável, e como isso se torna importante para as teorias da notícia e do jornalismo de uma forma geral. Para Silva (2004, p. 96), o uso de conceitos comuns, entendidos de maneira diversa, tem dificultado a sistematização de ideias basilares no estudo da produção noticiosa.

Nas leituras e pesquisas sobre o modo de produção da notícia, observamos que diversos autores (WOLF, 1997; TRAQUINA, 2005; KUNCZIK, 2001; LAGE, 2001) empregam como sinônimos os conceitos de noticiabilidade, valores-notícia e seleção de notícias, o que pode confundir quem faz um estudo mais aprofundado das teorias da comunicação. Segundo Silva (2004), os critérios de noticiabilidade são:

Todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (SILVA, 2004, p. 96).

Tal posicionamento permite estabelecer uma série de instâncias ou conjuntos diferenciados dos chamados critérios de noticiabilidade:

(a) na origem dos fatos (seleção primária dos fatos/valores-notícia), considerando atributos próprios ou características típicas, que são reconhecidos por diferentes profissionais e veículos da imprensa; (b) no tratamento dos fatos, centrando-se na seleção hierárquica dos fatos e levando-se em conta, para além dos valores-notícia escolhidos, fatores inseridos dentro da organização, como o formato do produto, a qualidade do material jornalístico apurado (tanto texto como imagem), prazo de fechamento, infraestrutura, tecnologia, dentre outros fatores, como também fatores extraorganizacionais direta e intrinsecamente vinculados ao exercício da atividade jornalística, como relações do repórter com fontes e públicos; (c) na visão dos fatos, a partir de fundamentos éticos, filosóficos e epistemológicos do jornalismo, compreendendo conceitos de verdade, objetividade, interesse público, imparcialidade que orientam inclusive ações e intenções das instâncias ou eixos anteriores (SILVA, 2004, p. 96).

De acordo com Wolf (1997), uma série de questionamentos feitos em 1979 por Elliott Golding ajudaram a definir o âmbito do *newsmaking* e expor os problemas de que se ocupa desta abordagem. Que imagem do mundo fornecem os noticiários televisivos? Como isso é associado às exigências cotidianas da produção de notícias nos organismos radiotelevisivos? Tal abordagem articula-se principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dentro do ambiente jornalístico, bem como os processos produtivos.

De acordo com Silva (2004, p.97), o conceito de *newsmaking* e o processo de seleção de notícias geralmente partem do conceito de *gatekeeper* (a figura do guardião, que aqui, neste

caso, assume o contexto de “examinador de fatos”), conceito este aplicado ao jornalismo baseado nos estudos de David Manning White, inicialmente divulgado nos anos 1950, e bastante difundido nos estudos acadêmicos envolvendo comunicação a partir da década seguinte.

Traquina (2005) entende que as notícias são o resultado de um processo de produção que compreende uma série de etapas como a percepção, a seleção e a transformação de uma matéria-prima, especialmente quando falamos dos acontecimentos num produto jornalístico. Segundo Hackett (apud SILVA, 2004), esse produto é resultante de: características tecnológicas do meio noticioso, logísticas de produção jornalística, imperativos comerciais, retraimentos orçamentais, inibições legais, disponibilidade de informação das fontes e necessidade de narrar o fato de modo inteligível e atraente para um determinado público.

Segundo Kunczik (2001, p. 245-246), a primeira tentativa bem-sucedida de identificar de forma sistemática e exaustiva esses critérios usados pela comunidade de jornalistas foram os estudos de Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge (1965). Com o título *The Structure of Foreign News*, os autores respondem à pergunta “como os acontecimentos se tornam notícia”, com cerca de doze respostas. Cada uma dessas respostas examina a maneira como os fatos se tornam notícias. Com isso, Galtung e Ruge detalharam doze fatores, que seriam: frequência, umbral, falta de ambiguidade, significação, conformidade, qualidade do inesperado, continuidade, composição, referência a nações de elite, referência a pessoas da elite, referência às pessoas, referência ao negativo.

Para Galtung e Ruge (apud TRAQUINA, 2005), um acontecimento será tanto mais noticiável quanto maior número de critérios possuir, embora esta não seja uma regra absoluta. Igualmente, os autores consideram que um acontecimento poderá ter um pouco de um critério, e compensar isso com muito de outro critério. Em suma, é uma matemática que acaba ficando frouxa.

Vale ressaltar que esta não é a única tipologia existente sobre critérios de noticiabilidade, embora seja uma das mais famosas. Ao longo dos últimos 50 anos, diversos autores como Traquina, Wolf e Kunczik, juntamente com brasileiros como Lage, Chaparro e Erbolato contribuíram com suas observações sobre o que de fato é relevante na transformação do acontecimento em notícia. Silva (2004) condensou todas estas tipologias em uma tabela, apresentada a seguir. É esta tabela que usaremos como parâmetro para identificação dos valores-notícia em cada jogo.

Tabela 1 - Elencos de valores-notícia para operacionalização, segundo Silva (2005)

IMPACTO Número de pessoas envolvidas (no fato) Número de pessoas afetadas (pelo fato) Grandes quantias (dinheiro)	PROEMINÊNCIA Notoriedade Celebridade Posição hierárquica Elite (indivíduo, instituição, país) Sucesso/Herói
CONFLITO Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação	ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE Aventura Divertimento Esporte Comemoração
POLÊMICA Controvérsia Escândalo	CONHECIMENTO/CULTURA Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião
RARIDADE Incomum Original Inusitado	PROXIMIDADE Geográfica Cultural
SURPRESA Inesperado	GOVERNO Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos
TRAGÉDIA/DRAMA Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte Violência/Crime Suspense Emoção Interesse humano	JUSTIÇA Julgamentos Denúncias Investigações Apreensões Decisões judiciais Crimes

Fonte: SILVA (2004)

Assim como nas rotinas de produção do jornalismo impresso e radiotelevisivo, os valores-notícia, seguindo a lógica, também deveriam ser empregados no âmbito online, nos portais de notícias (muitos portais ainda continuam apenas transpondo a linguagem do impresso para o digital) e mais precisamente nos newsgames. Quase quinze anos marcam o surgimento do termo na comunidade acadêmica e nos veículos comunicacionais. Originalmente, surgiu como

uma proposta de aliar a estética dos videogames ao jornalismo necessitado de renovação, face o cenário de queda na receitas e demissão de profissionais. Mas por que investir em jogos? Eles atraem a atenção do público desde a década de 1960, com os primeiros experimentos no MIT, e logo depois com os *arcades* e consoles caseiros. O mesmo segmento do público que hoje usa de meios digitais para manter-se informado, também tem acesso a jogos eletrônicos. Segundo dados divulgados pelo instituto Newzoo⁶, em 2014, o Brasil já estava consolidado como o maior mercado de jogadores entre os países da América Latina, ao passo que no resto do mundo, ficou em 11º lugar. Segmentando esse público ainda mais, o dossiê Game Brasil de 2016 revelou que 52,6% dos jogadores brasileiros são mulheres. Já quanto ao acesso, 77,2% usam smartphones, 66,9% usam os computadores, e 45,7% usam consoles para jogar.

Não se pode negar duas características muito marcantes dos jogos: serem um suporte interessante para contar histórias e possuírem capacidade de engajamento. Para Mattar (2010), jogos são definidos pela interatividade, ao passo que “se removemos a interatividade daquele jogo, ele deixa de ser um jogo. Jogos são ‘escritos’ pelo jogador, e não lidos” (MATTAR, 2010, p. 20). O autor acrescenta ainda que, nos jogos, os usuários são livres para descobrir e criar diferentes rotinas de aprendizado, sendo assim, o jogo possui a capacidade de proporcionar ao seu leitor/jogador a liberdade que um texto tradicional não tem, uma vez que o jogador/leitor assume a posição de autor, tendo total controle na construção do texto ao longo da experiência.

Essas são características levadas em consideração na produção do produto chamado newsgame, e ainda são as motivações para o problema central de pesquisa deste trabalho. De que forma esses jogos são pensados e projetados? Que critérios jornalísticos são aplicados na construção desses produtos? Podemos afirmar que o newsgame é de fato um produto jornalístico?

O newsgame tem como principal aspecto a inovação, e é primariamente voltada para atender um segmento mais jovem do público, familiarizado aos modelos de comunicação trazidos pela internet, além de serem possíveis potencializadores do jornalismo na sociedade contemporânea.

Como dito anteriormente, os newsgames ainda têm uma história relativamente recente. O termo ganhou força após o trabalho de Frasca (2003), o jogo *September 12th*. Resumidamente, o jogo apresenta uma questão polêmica: quais as consequências de uma possível retaliação do governo norte-americano aos países muçulmanos, em decorrência dos ataques de 11/9? O modelo apresentado por Frasca abriu precedentes para que diversos veículos como o The

⁶ Disponível em <https://newzoo.com/wp-content/uploads/2011/06/Newzoo_T11_Beijing_FINAL_Public.pdf>. Acesso em 11 jan. 2017

New York Times, o El País, e a Superinteressante, aqui no Brasil, passassem a criar e publicar produtos semelhantes em seus sites. Segundo dados do *Newsgame Vault*, atualmente off-line, os EUA e o Brasil figuravam como os maiores produtores de newsgames no mundo. Para Bogost *et al.* (2010), os newsgames possuem como diferencial a possibilidade de vivenciar a experiência, de reconstituir os fatos como eles aconteceram, ao invés de ter apenas uma perspectiva descritiva, pois o poder de simulação dos jogos é capaz de proporcionar novas abordagens. Mas esses produtos são baseados em fatos para sua construção, e é aí onde residem possíveis artefatos narrativos, que são o foco deste estudo.

O primeiro capítulo, *Do lúdico ao interativo*, tem como objetivo apresentar diversos conceitos fundamentais para entender a importância do jogo na cultura moderna. Partindo das definições de Huizinga (2010) e Caillois (1990), outros autores são incorporados à discussão. Entre eles, Juul (2005), que propõe a criação de uma definição para jogo, baseada em pontos observados por diversos outros estudiosos (metas, sistema de pontuação, jogadores, desfecho, consequências). Além de Juul, é discutido brevemente o conceito de gamificação, e como ele acabou sendo reconfigurado para atender ao propósito do jornalismo com o newsgame.

O segundo capítulo apresenta o que são os newsgames, objeto de estudo dessa dissertação. Além de recordar a relação antiga que os jogos possuem com o jornalismo impresso, que teve sua origem nos passatempos das editorias dominicais, é apresentado um panorama histórico do jogo jornalístico, passando por conceitos de autores como Sicart (2009), Treanor & Mateas (2009), Burton (2005), Frasca (2003) e Bogost *et al.* (2010), que foram os primeiros a propor uma tipologia para os diferentes tipos de jogos jornalísticos.

O terceiro capítulo apresenta a outra frente abordada nesta pesquisa, que seria a narrativa. O capítulo inicia-se trazendo conceitos clássicos de autores como Ricoeur (1994), Benjamin (1994) e Propp (2006). A partir disto, é discutido como o processo de construção da narrativa é aplicado e adaptado para os jogos digitais. Mais adiante, é discutida a questão da análise do jogo não só pelos seus elementos narrativos, mas também pelo seu conjunto de regras e interações, que é o que a corrente dos ludologistas defende. Autores como Frasca (2003), Aarseth (1997), Juul (2005) e Eskelinen (2005) são abordados.

No último capítulo da dissertação, serão analisados três produtos lançados no mercado nacional, que adaptaram uma série de notícias e fatos para o ambiente de jogo eletrônico. No processo de escolha dos jogos para análise, decidimos por priorizar produções brasileiras, dada a expressividade do país na produção de jogos jornalísticos, além de escolher produtos recentes

e de notoriedade feitos nos últimos dois anos⁷. O primeiro deles, *Super Impeachment Rampage* (2016), recria, a partir do ambiente de jogo, toda a sequência de fatos e pessoas envolvidas no processo que culminou no afastamento da presidenta da República, Dilma Rousseff. O segundo jogo, *De volta a 1964* (2014), foi criado pela revista Superinteressante, em decorrência dos 50 anos do golpe militar, completados em 2014. No jogo, a partir de escolhas feitas pelo jogador, são desenhadas diferentes narrativas sobre como seria a vida do jogador, na época do golpe militar. Por último, *Ataque às Mulheres* (2014), foi criado após a repercussão negativa de uma pesquisa divulgada pelo Ipea no início de 2014, e pelas constantes notícias relatando casos de abuso no metrô de São Paulo. Em cada jogo, serão identificados os valores-notícia dos fatos que inspiraram tal jogo, e como eles estão inseridos na experiência narrativa, e de que forma eles contribuem para a construção das suas estruturas narrativas, fase a fase.

Figura 1 - Imagem do jogo *Super Impeachment Rampage!* (2016)



Fonte: disponível em <<http://www.superimpeachment.com>>. Acesso em 09 jan. 2017.

⁷ Segundo dados do site Newsgame Vault (atualmente off-line), o Brasil estava na segunda posição de jogos catalogados, com 57 jogos, perdendo apenas para os EUA, com 135.

Figura 2 - Imagem do jogo *Ataque às Mulheres* (2014)



Fonte: disponível em <<http://kishimoto.itch.io>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Figura 3 - Imagem do jogo *De volta a 1964* (2014)



Fonte: disponível em <<http://www.super.abril.com.br>>. Acesso em 09 jan. 2017.

2 DO LÚDICO AO INFORMATIVO

Antes de tentarmos compreender o potencial do jogo como produto informativo, torna-se importante traçar um panorama histórico da sua evolução, desde o lançamento de *Spacewar*, considerado um dos marcos dos videogames, lançado em 1962, até os jogos mais modernos, que usam de diversos artefatos gráficos e que conversam cada vez mais com outras manifestações midiáticas. Além de mostrar o potencial do jogo como instrumento informativo, este capítulo pretende mostrar outras abordagens para o conceito do jogo, enfatizando aquelas que tentam entender como os jogos digitais se tornaram elementos importantes da cultura moderna, bem como mostrar como a indústria das mídias se tornou uma grande beneficiária das linguagens apresentadas nos jogos.

Quando falamos em jogo eletrônico, estamos observando antes de mais nada um *software*, composto por algoritmos complexos, além de diferentes conjuntos de instruções e rotinas computacionais, que, associados a dados de entrada (normalmente um botão ou uma tecla pressionada pelo jogador) e saída (o resultado de tal ação originalmente designada para aquele botão ou tecla), requerem o emprego de processadores capazes de lidar com instruções de alto nível de complexidade. Todas essas rotinas computacionais ainda manipulam elementos gráficos e sonoros.

Para Ranhel (2009), um dos principais fatores que legitimam o sucesso dos jogos digitais seria a ubiquidade⁸ dos processadores, inserindo-os em diferentes tipos de aparelhos, não ficando restrito aos computadores pessoais. Hoje, enxerga-se uma gama bastante diversificada de jogos, presentes em consoles, computadores e principalmente em dispositivos móveis, como os *smartphones*. Não somente os jogos digitais permeiam uma variedade de plataformas digitais, mas também de aplicações no cotidiano.

O ato de jogar é um fenômeno amplo, que hoje vai muito além de passar algum tempo imerso em universos virtuais, encarnando diferentes personagens e interagindo com os elementos dispostos naquele mundo. A cultura do jogo eletrônico fez emergir um novo campo teórico, ainda em processo de amadurecimento, que apresenta diferentes posicionamentos e questionamentos sobre como tal artefato exerce sua influência na sociedade. Torna-se importante entender como esses diferentes posicionamentos são refletidos nos diversos produtos disponíveis no mercado. Hoje, o jogo não é somente utilizado para fins lúdicos, mas também abre precedentes

⁸ De acordo com o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, ubiquidade seria “o fato de estar presente em todo lugar, ao mesmo tempo”. Adaptando o termo para o contexto tecnológico, a computação ubíqua teria como missão integrar a tecnologia com as ações e comportamentos naturais das pessoas. O uso de interfaces naturais, além do aperfeiçoamento (e consequente portabilidade) dos processadores são alguns dos fatores que favorecem este cenário.

para a discussão de questões mais sensíveis do cotidiano. Jogos com posicionamentos não são mais tão raros de serem encontrados, e é exatamente nesta categoria que podemos encontrar os jogos jornalísticos, que trataremos com detalhes mais adiante.

2.1 A importância do jogo na cultura moderna

Uma das abordagens mais representativas de que se tem registro sobre o ato de jogar na cultura ocidental vem do filósofo holandês Johan Huizinga. Em sua obra *Homo Ludens*, o acadêmico tenta discorrer brevemente sobre o jogo e sua importância no dia-a-dia do cidadão comum:

Sobre o jogo, há uma extraordinária divergência entre as numerosas tentativas de definição da função biológica do jogo. Umas definem as origens e o funcionamento do jogo em termos de descarga da energia vital superabundante, outras como a satisfação de um certo ‘instinto de imitação’, ou ainda simplesmente como uma ‘necessidade’ de distensão. Segundo uma teoria, o jogo constitui uma preparação do jovem para as tarefas sérias que mais tarde a vida dele exigirá, segundo outra, trata-se de um exercício de autocontrole indispensável ao indivíduo. Outras vêem o princípio do jogo como um impulso inato para exercer uma certa faculdade, ou, como o desejo de dominar e competir (HUIZINGA, 2010, p. 4)

Os trabalhos de Johan Huizinga serviram como ponto de partida para tentar encontrar respostas plausíveis para a problemática da atividade lúdica de forma mais expansiva, mais abrangente. No livro, o filósofo holandês ainda relaciona o jogo a diversas atividades do cotidiano humano, como o direito, a guerra, a religião e a arte. Um exemplo disso são expressões que surgiram nos diferentes setores do conhecimento como “jogos políticos”, “jogos de guerra”, o que não quer dizer necessariamente que contemplam na sua totalidade a real natureza do ato de jogar.

Como Huizinga é apontado como um dos pioneiros na construção do que é o jogo, vamos tomar suas declarações como marco, e a partir dela, novos posicionamentos serão associados. Deve-se deixar claro que definições datadas de 1938 não são suficientes para tentar explicar em sua totalidade como os jogos digitais são tão importantes para a cultura moderna, até porque naquela época os computadores e processadores eram objetos puramente teóricos⁹. A seguir, apresentaremos como o jogo propriamente dito é visto sob a ótica de Huizinga:

Numa tentativa de resumir as características formais do jogo, poderíamos considerá-lo como uma atividade livre, conscientemente tomada como “não-séria” e exterior à vida habitual, mas ao mesmo tempo capaz de absorver o jogador de maneira intensa e total. É uma atividade desligada de todo e qualquer interesse material, com a qual não se pode obter qualquer tipo de lucro, praticada dentro de limites espaciais e tem-

⁹ Embora os computadores já existissem, ainda que de forma conceitual, à época da publicação da primeira edição de *Homo Ludens*, em 1938, os primeiros computadores, como o Mark I e o ENIAC, só viriam a ser construídos na década de 1940.

porais próprios, segundo uma certa ordem e certas regras. Promove ainda a formação de grupos sociais com tendência a rodearem-se de segredos e a sublinharem sua diferença em relação ao resto do mundo por meio de disfarces ou outros meios semelhantes (HUIZINGA, 2010, p. 16)

Como pode se observar, a função do ato de jogar para Johan Huizinga pode ser definida por dois aspectos fundamentais encontrados nele: uma luta por alguma coisa, ou a representação de alguma coisa. Ainda falando sobre a declaração de Huizinga, uma das associações que pode ser feita com o “uso de disfarces ou outros meios semelhantes” seria com os chamados *avatares*, nos jogos digitais. Na terminologia do jogo eletrônico, avatar é a personificação do jogador dentro do universo do jogo; é a partir da figura do avatar que o jogador interage e realiza as diversas ações permitidas pelo escopo do jogo.

Em alguns jogos jornalísticos, especialmente os que envolvem notícias mais complexas, é observado o uso de avatares para inserir o jogador naquele universo que lhe é apresentado. De acordo com Isbister (2016), o uso de arquétipos próximos do real como avatares de jogo contribuem para a facilidade de imersão e identificação com a situação representada. A autora ainda acrescenta que este tipo de imersão – através da representação e da identificação – pode ser uma ferramenta importante em alcançar diferentes setores de público, especialmente os mais jovens, que estão cada vez mais usando as fontes tradicionais, como o jornalismo televisivo e o impresso, para se informarem.

Voltando a Huizinga, podemos sumarizar algumas conclusões a partir da afirmação do filósofo: (a) o jogo é uma atividade livre; (b) o jogador não tem consciência de que o jogo é uma atividade exterior à vida habitual; (c) o jogo não deve ser visto como um meio para a obtenção de lucros; (d) a execução do jogo acontece dentro de um espaço e tempo definidos – o que viria a ser definido pelo holandês como “círculo mágico”; (e) o jogo espera de todo jogador imersão e seriedade na execução das atividades, ou seja, quem não cumpre com as regras escritas não participa propriamente do jogo, visto como um “desmancha-prazeres”; (f) jogos são atividades que agregam diferentes clãs que compartilham interesses em comum; (g) o jogo tem objetivos, metas, finalidades; (h) todo e qualquer jogo deve possuir regras e uma certa manifestação de ordem.

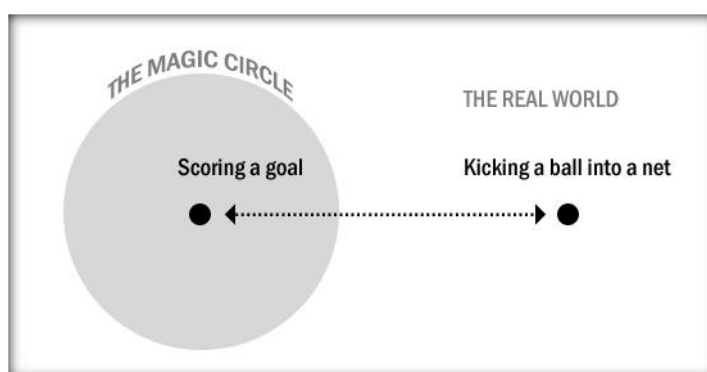
O jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da vida quotidiana (HUIZINGA, 2010, p. 24)

De acordo com Johan Huizinga, o jogo em sua essência deve antes de tudo estimular a liberdade, não fazendo parte do curso da evocação natural. Deve ser possível, a qualquer momento, adiar ou suspendê-lo momentaneamente, um processo que é mais ou menos visto nos jogos físicos (tabuleiro, cartas) ou até mesmo nos próprios jogos digitais. De forma alguma deve ser imposto, tampouco ser visto como uma tarefa, sendo praticado nos momentos ociosos do dia-a-dia. A segunda característica notada é a de que o jogo não se passa em “vida corrente” ou “vida real”, sendo o jogo uma forma de escapismo, de evasão dela. Deve-se atentar, entretanto, que a essência do jogo não está isenta de seriedade. A imaginação faz com que, enquanto o jogador se divirta, tenha a ilusão de que a vida não acaba, sugerindo, portanto, uma sensação de continuidade. Por fim, podemos depreender da terceira característica que o jogo é limitado e isolado em seu tempo e espaço. Em outras palavras, o jogo é classificado como uma esfera temporária de atividade, com orientação própria.

Ainda segundo Huizinga (2010), todas as ações inerentes ao jogo ocorrem dentro de uma estrutura chamada de “círculo mágico”. Tal estrutura não é delimitada fisicamente, é apenas uma representação do desenvolvimento da condução do jogo, bem como a execução das suas regras. Segundo o autor,

O círculo mágico de um jogo é onde o jogo acontece. Jogar um jogo significa entrar em um círculo mágico, ou talvez em criar um quando o jogo começa. O círculo mágico de um jogo pode ter um componente físico, como o tabuleiro (...). Mas muitos jogos não têm limites físicos (...). O jogo simplesmente começa quando um ou mais jogadores decidem jogar (HUIZINGA, 2010).

Figura 4 - Representação do conceito de círculo mágico, proposto por Huizinga (2010).



Fonte: ADAMS & ROLLINGS (2009)

Podemos enxergar o círculo mágico como uma “válvula de escape” para os problemas do cotidiano. E o mais importante: todas as ações que ocorrem dentro do círculo mágico podem ser transformadoras, de alguma forma. Toda vez que uma pessoa “deixa” esse círculo, ela pode ou não aplicar no mundo real toda a vivência e experiência obtidas dentro dos limites do jogo.

Outro importante nome que discorreu de forma bastante ativa sobre o papel dos jogos na cultura moderna foi o sociólogo francês Roger Caillois, que corroborou diversas proposições sobre o jogo apresentadas por Johan Huizinga, na obra *Os jogos e os homens*, publicada originalmente em 1958.

De acordo com Caillois (1990, p. 9-10), o jogo, para ser classificado como tal, deve seguir as seguintes prerrogativas: (a) o jogo deve ser visto como uma atividade livre [i.e., voluntária]; (b) separada [no tempo e no espaço]; (c) incerta [seu curso não pode ser determinado, nem os resultados podem ser de antemão alcançados]; (d) improdutiva [não deve gerar mercadorias ou bens – apesar de às vezes, transferi-los]; (e) governada por regras [convencionadas, que suspendem as leis ordinárias]; (f) fictícia [um faz-de-conta acompanhado da consciência de uma segunda realidade contrária à vida real].

Apesar de ser uma extensão dos conceitos originalmente apresentados por Huizinga, a obra de Caillois discorda deles em alguns pontos, especialmente no quarto ponto, listado acima. Um deles seria o “desinteresse material” defendido pelo holandês. Caillois contesta tal afirmação dizendo que o “o jogo é ocasião de puro gasto; seja de tempo, de energia, de perspicácia, de destreza e, muitas vezes, de dinheiro para adquirir o equipamento do jogo ou eventualmente pagar para um estabelecimento [onde se joga]”, o que explicaria, assim, a sua “improdutividade” (CAILLOIS, 1990, p. 25).

...a parte da definição de Huizinga que apresenta o jogo como uma ação destituída de qualquer interesse material exclui pura e simplesmente as apostas e os jogos de azar, ou seja, por exemplo, as casas de jogo, os cassinos, os hipódromos, as loterias que, para o bem ou para o mal, ocupam precisamente uma parte importante na economia e na vida cotidiana de vários povos, sob formas, é certo, infinitamente diversas, mas em que a constância da relação azar e lucro é assaz impressionante. Os jogos de azar, que também são jogos envolvendo dinheiro, não têm praticamente lugar na obra de Huizinga. Uma parcialidade destas tem de ter as devidas consequências (CAILLOIS, 1990, p. 24-25)

Quando Huizinga (2010) menciona o “desinteresse material” manifestado pelos jogos, o autor afirma que o jogo não poderia concentrar qualquer produtividade em si, ou seja, com ele não é gerado qualquer tipo de produto material. Os jogos de azar, como os bingos e as loterias, podem ser objetos de apostas, mas eles não devem ser considerados como uma fonte de lucro. Ou ainda, como geradores de bens ou serviços. Caillois (1990, p. 25) afirma que “existe o deslocamento de propriedade, mas não a produção de bens”.

Se revisitarmos esta definição levando em consideração o momento atual, observa-se um grande volume de bens e mercadorias que são gerados e comercializados a partir dos mecanismos de interação do jogo, como os leilões virtuais em jogos *multiplayer*, tais como o *World*

of *Warcraft*, dentre outros. São adquiridas mercadorias, no caso itens virtuais, através de transações entre jogadores. Como Caillois aponta, existe apenas uma transição de propriedade, ou seja, os valores pagos pelo comprador são transferidos para quem vende o produto, que por sua vez, agora é de posse do jogador que pagou por tal item. Nenhum bem é gerado de fato nesta transação.

Outro ponto relevante da definição de Caillois é o seu destaque para a natureza fictícia dos jogos. Eles ocorrem dentro de uma realidade à parte do cotidiano do jogador, um “faz-de-conta”. Ora, é o mesmo princípio dos jogos digitais, em sua maioria, a de criar mundos e realidades imaginárias que atraem diferentes perfis de jogador. Podemos dizer ainda que tais “faz-de-conta” variam de jogador para jogador, de acordo com suas experiências dentro do “círculo mágico”, de acordo com a denominação dada por Huizinga. Seria a mesma coisa de colocar a experiência do jogo dentro da análise narrativa.

Os diferentes *plots* engendrados pelas experiências dos jogadores podem sim ser chamados de narrativas. Tais histórias podem ser facilmente analisadas sob a ótica de diferentes teóricos, também chamados de narratologistas¹⁰. Faremos uma discussão mais elaborada sobre essa corrente de estudiosos, bem como a sua antagônica, os chamados ludologistas¹¹, mais adiante. Entretanto, quando falamos na categoria dos jogos jornalísticos, devemos atentar para o fato de que as experiências apresentadas para o público não são totalmente ficcionais, uma vez que a construção deste tipo de produto é baseada em fatos.

Roger Caillois foi um dos primeiros estudiosos a dividir a essência do jogo em quatro categorias (tipos) fundamentais, que seriam: *agon* (ou jogos de competição), *alea* (os jogos de azar ou de aleatoriedade), *mimicry* (os jogos de simulação e representação) e *ilinx* (os jogos de vertigem, de desorientação perceptiva) (CAILLOIS, 1990, p. 11-35).

O *agon* seria a categoria vinculada aos jogos que envolvem o combate, o confronto, a competição. Caillois segmenta em dois os tipos de jogos pertencentes a esta categoria: os jogos cerebrais e os jogos musculares. Teoricamente, os adversários devem se enfrentar em condições ideais e com oportunidades iguais. São os jogos que tem a disciplina e a perseverança como

¹⁰ Entre os narratologistas, destaca-se a autora norte-americana Janet Murray, que defende a abordagem de estudo dos jogos digitais como extensões de campos como o cinema, ou a própria literatura.

¹¹ De acordo com Frasca (2003), o campo da ludologia emergiu em oposição a uma abordagem de pesquisa até então recorrente, que considerava os jogos digitais como uma extensão do drama e da narrativa. O autor argumenta ainda que o modelo padrão de *storytelling* não só não é confiável, como também limita o entendimento do jogo eletrônico enquanto mídia, bem como a possibilidade de criar jogos ainda mais envolventes. Ainda segundo Frasca, a ludologia tem como principal objetivo estudar os jogos digitais a partir dos seus mecanismos de interação e da experiência de jogo, dentre outros fatores.

requisitos fundamentais. Dentre alguns exemplos, podemos citar o jogo de xadrez, damas, sinuca e outros esportes em que exista um confronto estabelecido entre os jogadores, jogos de futebol também são um bom exemplo disso. Ainda segundo Caillois, o *agon* é um elemento crucial na concepção clássica do jogo. É o que faz, por exemplo, jogos de paciência e raciocínio estarem enquadrados na categoria de “quebra-cabeças”, por não oferecerem a potencialidade da competição, uma vez que não existe interação com outros jogadores.

A categoria denominada *alea* é vista como antagônica à anterior. Aqui, o jogador tem somente um adversário: o destino, ou a sorte. Aqui, negam-se a competência, a habilidade, a qualificação, o trabalho, porque tais jogos independem das decisões do jogador, sendo regidos apenas pela aleatoriedade. Como exemplos ilustrativos, podemos citar principalmente os jogos de azar comuns na nossa sociedade, como as loterias, os bingos, jogos de cassino, etc.

O *mimicry* é a categoria da representação, da personificação de um personagem ilusório pelo jogador, bem como a adoção de seu respectivo comportamento (mímica). Segundo Caillois, seria uma forma de se apropriar de outra realidade que não a sua. Para o francês, na criança este jogo se caracteriza principalmente pela imitação do adulto, o prazer em assumir o papel do outro, ou pelo menos tentar se passar por outro. Trazendo a categoria do *mimicry* para o contexto dos jogos digitais atuais, seria algo próximo à estética do *avatar*, elo de interação entre o jogador e o mundo criado pelos algoritmos e rotinas do jogo.

Por último, temos o *ilinx*, que seria a categoria que visa atuar na desestabilização momentânea da percepção do jogador, causando sensações como pânico e vertigem. Por opção própria, o jogador procura o atordoamento orgânico e psíquico. Os jogos de vertigem física e moral, que o autor associa ao gosto da desordem e da destruição. Como exemplos ilustrativos, Caillois fala do prazer que se há em rodar, rodopiar, escorregar, balançar, dançar e em ser cada vez mais veloz no esqui, ao guiar um carro, controlar uma moto ou tomar as rédeas de um cavalo, ou até mesmo o passeio numa montanha-russa.

Caillois também ressalta a existência de dois princípios que regem a prática dos jogos, que seriam a *paidia* e o *ludus*. Segundo o autor, o *paidia* remete às brincadeiras, as atividades livres e improvisadas. O *ludus* transmite a ideia de atuação restrita por regras e códigos, que requerem “esforço, paciência e habilidade”. Ou seja, os jogos propriamente ditos encaixam-se no princípio do *ludus*, visto que todos eles são regidos por um conjunto, ainda que reduzido, de regras para sua execução.

Tabela 2 - Classificação e organização dos tipos de jogos, segundo Roger Caillois.

	Ágon (competição)	Alea (sorte)	Mimicry (simulacro)	Ilinx (vertigem)
Paidia (algarizarrar, alarido, tumulto, agitação, riso solto)	Corridas Lutas	Pedra, papel ou tesoura Cara ou coroa	Jogos de ilusão Máscaras Fantasias	Carrossel Dança
Ludus (esportes e outros jogos com regras, técnicas e equipamentos)	Boxe Esgrima Futebol Bilhar Damas Xadrez	Apostas Roleta Loterias Bingos	Teatro Circo RPG	Esqui Alpinismo <i>Bungee jump</i> <i>Snowboarding</i> Acrobacias

Fonte: CAILLOIS (1990)

2.2 Histórico dos jogos digitais

Antes do seu lançamento, um dos precursores dos jogos digitais eram as máquinas de *pinball* (também conhecidas como fliperamas), que em sua forma tradicional eram operadas com relês eletromecânicos. Uma das primeiras máquinas lançadas foi o *Baffle Ball*, em 1931 pelo americano David Gottlieb (KENT, 2001). A mesa ainda não usava eletricidade para operação, e tinha uma mecânica bastante simples: por um centavo de dólar, os jogadores tinham direito a dez bolas, que eram lançadas e caíam em buracos, que possuíam diferentes pontuações. Pelo fato de não usar eletricidade, todas as pontuações eram computadas manualmente. Mais de 50 mil unidades foram comercializadas, ajudando na consolidação dos fliperamas entre a comunidade de jogadores.

Figura 5 - Imagem do *Baffle Ball* (1931)

Fonte: disponível em <<http://arcademuseum.org>>. Acesso em 13 dez. 2016

Segundo Santi (2010), os primeiros jogos digitais começaram a aparecer nos Estados Unidos por volta de 1962, a maioria deles ligados a projetos financiados pelo MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts), que é creditada pelo desenvolvimento do *Spacewar!*, e seu histórico foi marcado por algumas fases subsequentes. No entanto, Brasil (2012) aponta que existem controvérsias quanto ao primeiro jogo eletrônico lançado. Nesse caso, seria o *Tennis Programming*, ou *Tennis for Two*, criado por William Higinbotham em 1958. O jogo simulava uma partida de tênis, usando um osciloscópio como dispositivo de saída, que por sua vez era ligado a um enorme computador analógico. Cada jogador segurava uma caixa de alumínio que tinha um botão giratório e um botão de pressionar. A partir do botão giratório, o jogador podia regular os ângulos de rebatida da bola, que era feita com o pressionar do botão. Apesar do enorme alvoroço causado no ano de sua criação, Higinbotham nunca patenteou seu produto, que viria a ser desmontado um ano depois.

O *Spacewar!* teve seu desenvolvimento feito inteiramente no computador DEC PDP-1, equipamento que à época ocupava uma mesa inteira. Vale ressaltar que na década de 1960 os computadores pessoais ainda não existiam, e os criadores do jogo não tinham objetivo de gerar lucros com a sua produção.

Figura 6 - Réplica do computador PDP-1 executando o Spacewar! (1962)



Fonte: disponível em <<http://wikimedia.org>>. Acesso em 09 jan. 2017

A história dos consoles teria início em 1972, com o lançamento do Magnavox Odyssey. Projetado pelo alemão Ralph H. Baer, foi o primeiro dispositivo eletrônico a usar as saídas analógicas de imagem dos televisores da época para a exibição dos gráficos. Uma das particularidades do console era o uso de pedaços de plástico coloridos, chamados de *overlays*, afixados na tela dos televisores. Seu uso tinha como objetivo suprir a limitação gráfica do console, oferecendo maior sofisticação na experiência de jogo. Apesar dos esforços em oferecer uma boa experiência gráfica, os jogos não possuíam qualquer tipo de efeitos sonoros, e ainda não se cogitava o uso dos cartuchos para armazenamento dos jogos. Na época, todas as informações eram escritas em pequenas placas de circuito impresso. Cerca de 27 títulos foram lançados para o Odyssey, todos pela própria Magnavox, que também era fabricante do console.

Figura 7 - Magnavox Odyssey, lançado originalmente em 1972.



Fonte: disponível em <<http://polygon.com>>. Acesso em 09 jan. 2017

A Atari, do americano Nolan Bushnell, foi um dos destaques da indústria dos videogames entre 1972 até o *crash* de 1983. Da autoria da empresa, surgiu Pong (1972), um dos primeiros *arcades* a alcançar significativa popularidade no Ocidente. Mais tarde, os jogos deixariam de ser apenas restritos às casas especializadas, e chegariam aos domicílios norte-americanos. O primeiro console lançado pela companhia foi o Atari VCS (Video Computer System), posteriormente rebatizado como Atari 2600, em 1977. Segundo Kent (2001, p. 42), o uso de cartuchos para armazenamento dos jogos foi popularizado com o console (o Fairchild Channel F foi o primeiro console a usar cartuchos).

Figura 8 - Atari 2600 (ou Video Computer System)



Fonte: disponível em <<http://arcademuseum.org>>. Acesso em 09 jan. 2017

No início da década de 1980, os videogames já eram um mercado que arrecadava impressionantes US\$ 3,2 bilhões (LANGLOTZ, RHODE e WHALEY, 2008). Neste mesmo período, entretanto, a indústria passou por fortes dificuldades, exaurindo todas as perspectivas de expansão desse mercado por alguns anos: evento que ficou conhecido como o *crash* da indústria dos videogames. Uma das causas apontadas foi a saturação do mercado com produtos de baixa qualidade. Um desses produtos foi o *E.T.* (1982), adaptação do filme homônimo de Steven Spielberg para o Atari 2600, conhecido pela sua alta dificuldade, apontado como exemplo de mau planejamento por parte da fabricante (KENT, 2001). O fracasso do jogo foi tanto, que durante anos perdurou uma lenda na indústria de que haviam toneladas de cartuchos do jogo enterrados num deserto no estado do Novo México, lenda essa que foi perpetuada por diversos veículos especializados. Tal mito viria a ser derrubado em 2014, com uma escavação no deserto de Alamogordo. Diversos cartuchos do jogo foram encontrados enterrados, mas não toneladas, como os boatos pregavam. Junto com o *E.T.* outros jogos também foram encontrados. O *E.T.* não pode ser apontado como o único responsável pela derrocada da indústria dos jogos, visto

que a baixa qualidade era vista em outros produtos da época, mas foi o ápice para que as atenções sobre os jogos eletrônicos diminuíssem consideravelmente.

Um dos primeiros consoles produzidos no Brasil foi o Telejogo, lançado em 1977, período antes do estouro da bolha, pela Philco Ford. O console era simples, abrigando os controles para três jogos: Futebol, Tênis e Paredão. Vale salientar que o Tênis era uma adaptação do *Pong*, já consagrado pela Atari. Os controles nada mais eram que dois botões giratórios, semelhantes ao *dial* de um rádio.

Figura 9 - Telejogo, primeiro videogame lançado no Brasil em 1977.



Fonte: Museu do Videogame Itinerante

Após o estouro da bolha, a indústria dos games só voltaria a ter nova visibilidade com a entrada da japonesa Nintendo no mercado norte-americano. Originalmente uma empresa familiar que começou suas operações manufaturando baralhos, a Nintendo lançou nos EUA em 1985 o NES (Nintendo Entertainment System) e o jogo *Super Mario Bros.*, o que voltou a alavancar o consumo e a produção de jogos digitais no Ocidente. Os jogos da franquia estão entre os mais vendidos da história, introduzindo um novo tipo de mecânica, que adota a progressão lateral para condução do *gameplay* e das ações tomadas pelo jogador.

Figura 10 - Imagem do jogo *Super Mario Bros.* (1985)



Fonte: disponível em <<http://businessinsider.com>>. Acesso em 09 jan. 2017

O período compreendido entre 1985 e 1995 foi marcado pela rivalidade entre a Nintendo e a Sega (abreviação para Service Games), tanto nos consoles 8-bit como nos 16-bit. A primeira, consolidada nos Estados Unidos e Japão com seu NES (no Japão era batizado de Family Computer, ou apenas Famicom), começou a ver sua hegemonia ameaçada pela Sega com o lançamento do Mega Drive (Genesis, nos EUA), que prometia gráficos e som inovadores para a época. Com o lançamento do Super NES no início de 1991, a Nintendo recuperaria a liderança nas vendas de consoles e jogos.

Os gráficos tridimensionais, hoje um elemento encontrado com frequência nos jogos, começaram a tomar forma ainda na geração 16-bit, com iniciativas como o chip Super FX, lançado pela Nintendo em jogos como *Starfox*, e o 32X, lançado pela Sega como um complemento para o Mega Drive, assim como o Sega CD. A geração seguinte consolidou os gráficos em três dimensões, através dos consoles Sony Playstation, Sega Saturn e Nintendo 64. Do início da década de 2000 até hoje, o mercado observou uma nova rivalidade ganhando força no mercado, entre a japonesa Sony e a norte-americana Microsoft, que hoje dividem a preferência do público com seus consoles. Este período ajudou ainda a consolidar os suportes multimídia, com diversas possibilidades de interação para os jogos online (*multiplayer*).

Esta modalidade de jogos fornece possibilidades que readéquam e revigoram velhos modelos de negócio, com o objetivo de atingir diferentes públicos. Como consequência direta, nos parece possível ampliar a gama de jogos que exploram diferentes narrativas e exigem um

nível maior de interação do jogador com o mundo criado pelo jogo, assim como outros jogadores. Tal possibilidade permite ainda a inclusão de argumentos, personagens e conteúdos reais da comunicação, que estão diretamente relacionados com culturas locais e regionais.

2.3 O jogo digital enquanto objeto de estudo

Como dito anteriormente, no início deste capítulo, os jogos, mais precisamente os digitais, começaram a ganhar o devido reconhecimento por parte dos acadêmicos, especialmente as questões relacionadas com a narrativa, a estética, dentre outros aspectos. Partindo deste reconhecimento por parte da academia, novas linhas de pesquisa envolvendo os jogos começaram a surgir, dando origem ao que chamamos de *game studies*, corrente de pesquisa que atualmente é formada por autores como Frasca (2003), Aarseth (2004), Juul (2005), Eskelinen (2001), dentre outros.

Uma das definições mais usadas atualmente pelos estudiosos da corrente dos *game studies* para definir o que são os jogos digitais é a proposta pelo dinamarquês Jesper Juul (2005). Para construir sua definição sobre jogos, o acadêmico condensou diversas categorizações propostas por autores clássicos, como é apresentado na tabela a seguir (JUUL, 2005, p. 30-31):

Tabela 3 - Definições clássicas do jogo, compiladas por Juul (2005)

Autor	Conceito
Johan Huizinga (1938)	[...] uma atividade livre, que se mostra conscientemente fora da vida “normal” por ser “não séria”, mas que, ao mesmo tempo, absorve os jogadores intensa e completamente. É uma atividade desassociada de interesses materiais, e nenhum lucro pode ser obtido dela. A atividade se dá dentro de suas próprias fronteiras de tempo e espaço de acordo com regras e de uma forma ordenada. Ela promove a formação de agrupamentos sociais, os quais tendem a se envolver em um manto de segredo e a deixar de lado suas diferenças pelo mundo comum pelo disfarce ou por outros meios.
Roger Caillois (1961)	[...] uma atividade que é essencialmente: livre (voluntária), separada (no tempo e no espaço), incerta, improdutiva, governada por regras e faz-de-conta.
Bernard Suits (1978)	O ato de jogar um jogo é engajar em uma atividade direcionada a criar um certo conjunto de circunstâncias, usando apenas meios permitidos pelas regras, onde as regras proíbem

	meios mais eficientes em favor de meios menos eficientes, e onde tais regras são aceitas apenas porque elas possibilitam a existência de tal atividade.
Elliott M. Avedon e Brian Sutton-Smith (1971)	Em seu nível mais elementar, podemos definir um jogo como um exercício de sistemas de controle voluntários nos quais há uma oposição entre forças, confinado por um procedimento e por regras para que seja produzido um resultado desequilibrado.
Chris Crawford (1982)	Eu percebo quatro fatores comuns: representação (um sistema formal fechado que subjetivamente representa um subconjunto da realidade), interação, conflito e segurança (os resultados de um jogo são sempre menos ríspidos do que as situações que o jogo modela).
David Kelley (1988)	[...] um jogo é uma forma de recreação constituída por um conjunto de regras que especificam que um objeto deve ser obtido e os meios permitidos para obtê-lo.
Katie Salen e Eric Zimmerman (2003)	Um jogo é um sistema nos quais jogadores engajam em um conflito artificial, definido por regras, o que acarreta um resultado quantificável.

Fonte: Juul (2005)

A partir dos resultados elencados na montagem da tabela, Juul (2005) observou que existem dez características comuns às definições apresentadas que são: regras, resultado, metas, interação, objetivos e regras, o mundo, a separação entre o que é real e o que é imaginário, não é trabalho, meios menos eficientes, agrupamento social e ficção. A partir da identificação dessas características, o acadêmico criou uma definição que foi nomeada por ele de “modelo clássico dos jogos”. Esse exercício consistia exatamente em identificar as similaridades de cada definição, e agrupá-las em categorias (neste caso foram seis, identificadas por Juul em seu trabalho). São elas: (1) conjunto de regras; (2) resultado quantificável variado; (3) valorização do trabalho; (4) esforço do jogador; (5) ligação do jogador ao resultado e (6) consequências negociáveis.

Cabe ressaltar aqui que o “clássico” se refere ao fato de que qualquer jogo, de acordo com Juul, pode ser modelado usando a sua estrutura. A partir dos resultados das categorias, foram obtidos os seguintes resultados, organizados na tabela a seguir:

Tabela 4 - Modelo clássico dos jogos, proposto por Juul (2005)

Item	Descrição
Regras	Todo e qualquer jogo é regido por um conjunto de regras preestabelecidas.

Resultados quantificáveis e variáveis	Todo e qualquer jogo possui resultados variáveis e quantificáveis.
Valorização do resultado	Aos resultados potencialmente diferentes de um jogo são associados diferentes valores – uns positivos, outros negativos.
Esforço do jogador	O jogador exerce esforço para influenciar o resultado (todo jogo imbuí uma certa carga de desafio para o jogador).
Ligação do jogador ao resultado	O jogador é emocionalmente ligado ao resultado de um jogo, no sentido de que um jogador será o vencedor e ‘feliz’ em caso de um resultado satisfatório, e será o perdedor e ‘triste’ caso um desfecho negativo ocorra.
Consequências negociáveis	O mesmo jogo (sistema de regras) pode ser usado para jogar com ou sem consequências para a ‘vida real’.

Fonte: Juul (2005)

A partir disso, Juul sintetiza a seguinte definição para o que chamamos de jogo:

Um jogo é um sistema baseado em regras, com resultados variáveis e quantificáveis, onde para os diferentes resultados são atribuídos diferentes valores, onde o jogador exerce esforço para modificar o resultado, o jogador se sente emocionalmente ligado ao resultado, e as consequências desta atividade são negociáveis (JUUL, 2005)¹²

As regras, os resultados quantificáveis e o esforço do jogador descrevem propriedades do jogo como um sistema formal; a valorização do resultado descreve valores ligados aos resultados possíveis do sistema – a meta para a qual o jogador deve imprimir esforço; enquanto esse esforço e a ligação do jogador ao resultado descrevem a relação entre o sistema e o jogador; e as consequências negociáveis descrevem a relação entre a atividade do jogo e o resto do mundo (JUUL, 2005). Isso pode ser compreendido de forma mais clara se observarmos o quadro a seguir:

Tabela 5 - A relação do modelo clássico dos jogos com o jogo, o jogador e o mundo real

	O jogo enquanto sistema formal	O jogador e o jogo	O jogo e o resto do mundo
1. Regras			
2. Resultados variáveis e quantificáveis			
3. Valorização do resultado			
4. Esforço do jogador			
5. Ligação do jogador ao resultado			
6. Consequências negociáveis			

¹² Tradução do original: “A game is a rule-based system with a variable and quantifiable outcome, where different outcomes are assigned different values, the player exerts effort to influence the outcome, the player feels emotionally attached to the outcome, and the consequences of the activity are negotiable”

Fonte: Juul (2005)

Numa tentativa de remodelar o modelo de categorização proposto por Juul (2005) para os jogos mais atuais, McGonigal (2012, p. 30-32) cria um modelo com abordagem mais emocional, propondo o seguinte conjunto de características: (1) meta, (2) regras, (3) sistema de feedback e (4) participação voluntária. O quadro a seguir mostra como é descrito cada um destes itens:

Tabela 6 - Características de um jogo eletrônico, segundo McGonigal (2012)

Item	Descrição
Meta	É o resultado específico que os jogadores vão trabalhar para conseguir. Tem foco na atenção e orienta de forma contínua a participação deles ao longo da experiência de jogo, propiciando um senso de objetivo.
Regras	Impõem limitações em como os jogadores podem atingir a meta, estimulando-os a explorar possibilidades anteriormente desconhecidas para atingir o objetivo final. Liberam a criatividade e estimulam o pensamento estratégico.
Sistema de feedback	Diz aos jogadores o quão perto eles estão de atingir a meta. O sistema pode assumir a forma de pontos, níveis, placar ou barra de progresso. O feedback em tempo real serve como uma promessa para os jogadores de que a meta é alcançável, além de fornecer motivação para continuar jogando.
Participação voluntária	A participação voluntária nada mais é do que um “contrato” entre o jogador e o jogo, de forma a criar uma base comum para que diversas pessoas joguem ao mesmo tempo.

Fonte: McGonigal (2012).

Diferentemente do modelo proposto por Juul (2005), McGonigal propõe um modelo de jogo, de forma a enxergá-lo como um “instrumento corretor da realidade” (McGONIGAL, 2012, p. 33). A autora também é uma das defensoras do conceito de gamificação, que seria a adoção de elementos inerentes à mecânica do jogo para aplicação em situações do cotidiano. Tal abordagem vem sendo usada com bastante sucesso em atividades de cunho educacional, assim como no ramo empresarial, para o treinamento de equipes, dentre outros fins.

2.4 O encontro do jornalismo com os jogos digitais

Os veículos informativos, como um todo, passam por um período de profundas transformações em sua estrutura. A partir desse cenário, a convergência midiática tornou-se uma grande aposta para a divulgação de notícias (JENKINS, 2009). Na tentativa de contornar o cenário negativo, uma das soluções encontradas foi apostar nos portais e sites informativos, que fazem uso de artefatos digitais que combinam texto, áudio, imagens e vídeos com o intuito de tornar a informação mais agradável e assimilável para o público em geral, assim como a chamada “geração Y”, que lê jornais e outros periódicos de forma cada vez mais escassa.

Seabra e Santos (2012) ressaltam que a internet subverteu o padrão escritural. Um artefato de grande visibilidade foram os infográficos interativos, que apresentam ao leitor diversas informações e fatos relevantes sobre um determinado assunto. Cairo (2007) afirma que elementos como linhas do tempo, perfis e outros registros históricos normalmente são usados com tal recurso de forma bem-sucedida, conseguindo combinar diferentes mídias no único produto, além de ser atraente para o público consumidor de mídias.

Apesar de visualmente atraentes, esses métodos têm se mostrado pouco eficazes como fidelizadores do grande público, tendo sua inviabilidade econômica como um de seus principais entraves. Para Santi (2010), esses produtos partem da informação em busca de outras ferramentas, como o entretenimento e os jogos digitais, com a proposta de compor novos e híbridos produtos comunicacionais.

Sendo assim, não basta apenas combinar entretenimento e informação em uma mesma embalagem. Torna-se necessário o desenvolvimento de uma outra linguagem, própria do ambiente, além de lançar produtos adequados a esta nova linguagem, a fim de dar uma sobrevida ao negócio comunicacional. Uma das propostas deste trabalho é a de adequar e fortalecer a ideia dos jogos digitais no âmbito da comunicação, e como eles podem eficientemente informar sem perder o interesse do público-alvo.

O interesse nos jogos digitais como objeto de estudo deste trabalho surge a partir de duas particularidades: (1) eles se mostram como um setor bastante adaptável às inovações tecnológicas, visto que à medida que consoles e artefatos foram tornando-se mais modernos, os jogos acompanharam tal evolução e (2) são uma mídia de cunho convergente por excelência, adaptando diferentes vertentes de informação em um único produto.

Outra potencialidade dos jogos é o seu poder de agregar comunidades em um mesmo ambiente, como pode ser visto nos jogos *online*, vistos como um grande avanço de concepção, na qual os usuários disputam partidas conectados à internet. De forma simultânea, dezenas, ou até centenas de jogadores localizados em qualquer parte do planeta jogam juntos, conectados.

Segundo McGonigal (2012), o jogo WOW (*World of Warcraft*), um dos nomes mais representativos do segmento online, já registra um recorde importante desde o seu lançamento, em meados de 2004. Passados quase doze anos, os servidores do jogo já contabilizaram a impressionante marca de mais de 6 milhões de anos jogados, o que ultrapassaria o tempo de vida humana registrada na Terra. Além disso, é interessante observar a mobilização dos jogadores de WOW na criação de conteúdos relacionados ao jogo, como é o caso da WoW-Wiki¹³, um dos principais repositórios de conteúdo adicional sobre o jogo que já registrou mais de 100 mil páginas criadas pelos fãs. O que mais chama atenção atualmente é a convergência de diferentes mídias e a interatividade simultânea e multinível destes produtos, o que marca uma nova revolução tecnológica nos distintos suportes de jogos (SANTI, 2010).

A proposta de adoção do jogo online fornece novas possibilidades, que readéquam e revigoram velhos modelos de negócio do jornalismo, com o objetivo de ser abrangente, atingindo assim diferentes segmentos de público. Consequentemente, parece-nos possível ampliar a gama de jogos que exploram aventuras e exigem um nível maior de interação do jogador com a máquina, bem como com outros jogadores. Tal possibilidade permite ainda a inclusão de personagens e conteúdos reais da comunicação, relacionados com culturas locais e regionais. Em outras palavras, as variantes online destes jogos acabam por proporcionar maior imersão por parte dos jogadores no ambiente virtual.

Não há como negar o potencial transformador dos jogos digitais na cultura atual, e nas gerações de hoje. Segundo Santi (2010), os jogos digitais representam um segmento cultural impulsionado pelas novas tecnologias que podem servir como elemento relançador de aplicações online de pouco êxito anterior, como os informativos e noticiosos. Eles estão introduzindo propostas de integração e convergência midiática, cujo modelo de negócio triunfa de forma incontestável. Os jogos formam um mercado cultural em constante crescimento, com grandes possibilidades de desenvolvimento e evolução, e que contam com um público consumidor bastante diversificado, que assimila de forma mais fácil e intuitiva as diversas inovações apresentadas por tais plataformas.

De acordo com Tapscott (1999), o público consumidor de jogos digitais é composto por usuários considerados multitarefa, ou seja, que realizam diversas atividades ao mesmo tempo. Ainda segundo o autor, estes chamados “nativos digitais” representam um desafio para todas as instituições. Para o governo, são considerados um desafio enquanto consumidores de serviços e cidadãos participantes do processo democrático. Já para o mercado, assumem uma postura

¹³ Disponível em <<http://www.wowwiki.com/>>. Acesso em 08 mar. 2016

muito mais exigente enquanto consumidores, e que costumam prezar pela rapidez no oferecimento de serviços, além de terem seus diferentes gostos atendidos. Para o ambiente de trabalho, os nativos digitais representam um grande desafio enquanto empregados, uma vez que seus instintos contrariam práticas tradicionais do ambiente corporativo.

Ao falarmos em “nativos digitais”, estamos lidando com um fenômeno que pode causar grandes impactos, inclusive no mercado de trabalho. Esta geração hoje representa metade da população ativa (pessoas com até 25 anos), mas até 2020, com o crescimento demográfico, tal parcela da população poderá chegar até os 80%, segundo Tapscott (1999).

Como dissemos no início deste capítulo, o processo de mesclar elementos próprios dos jogos digitais com artefatos totalmente não relacionados deu-se a partir da disseminação do conceito de gamificação (do inglês *gamification*), criado pelo *game designer* britânico Nick Pelling em 2002, mas que só ganhou força e popularidade graças à também *game designer* Jane McGonigal. A gamificação corresponde ao uso de mecanismos oriundos dos jogos orientados à resolução de problemas práticos, ou ainda de despertar o engajamento de um público específico (VIANNA et al., 2014).

Uma definição mais completa sobre o advento da gamificação é a de Zichermann (apud MASTROCOLA, 2012), citada a seguir:

[O processo] de gamificação trata fundamentalmente de reescrever as regras de jogos para o design de produtos e marketing. Da rede social de geolocalização *Foursquare*, até o *social game* Farmville, e da Nike até a Marinha americana, elementos dos games como pontuação, troféus, níveis, recompensas e rankings estão sendo usados em número cada vez maior (ZICHERMANN apud MASTROCOLA, 2012).

O mecanismo da gamificação ganhou um importante advogado depois de um discurso na série de conferências TED (um acrônimo para *Technology, Entertainment, Design*) pela *game designer* Jane McGonigal. Intitulado *Gaming can make a better world*¹⁴, McGonigal discorre sobre o número de horas jogados no World of Warcraft, previamente mencionado neste capítulo. À época da realização da palestra, a designer lançou o seguinte questionamento: e se todas estas horas gastas dentro do universo do WoW (aproximadamente 6 bilhões de horas) fossem usadas na solução de problemas do mundo real, como a erradicação da pobreza extrema, o aquecimento global, a questão da mobilidade nas grandes metrópoles, ou ainda a pesquisa para a cura de doenças endêmicas?

O primeiro grande esforço nesse sentido veio com o *Foldit*¹⁵, um *crowdsourcing*, iniciativa orientada para angariar esforços coletivos de milhares de participantes, motivados por um

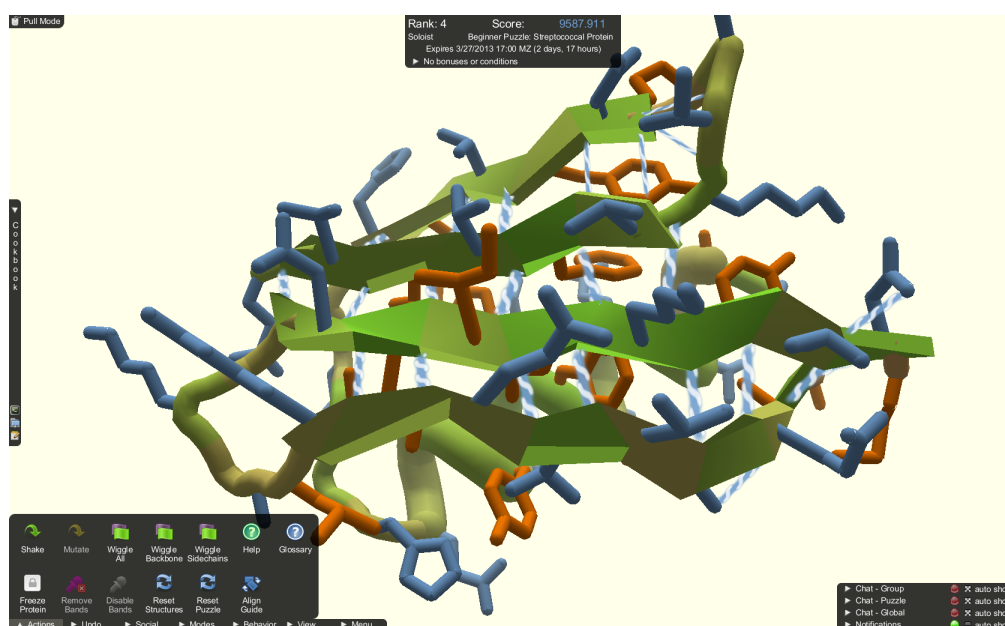
¹⁴ Disponível em <http://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world>. Acesso em 08 mar. 2016

¹⁵ Disponível em <<http://fold.it/>>. Acesso em 08 mar. 2016

simples desafio: tentar compreender como determinadas proteínas, sintetizadas pelo corpo humano, poderiam ser utilizadas no combate do HIV, o vírus da Aids. Desenvolvido pela Universidade de Washington em 2008, a empreitada reuniu cerca de 46 mil participantes, muitos deles sem ter qualquer ligação com as ciências médicas. Em 2011, os usuários do *Foldit* conseguiram um grande feito: decifrar a estrutura cristalina de uma proteína retroviral, a M-PMV, que possui ligação direta com o vírus HIV. Em apenas dez dias, foi produzida uma representação tridimensional da proteína, solucionando assim um problema sem solução por mais de quinze anos por parte da comunidade científica.

A mecânica do *Foldit* é bastante simples, uma pontuação é atribuída de acordo como as proteínas são “enoveladas” pelo usuário, e uma tabela com as maiores pontuações obtidas pelos jogadores é constantemente atualizada. A premissa do *Foldit* desenvolve a competência do envolvimento social, encorajando os jogadores a criar e juntar-se a diferentes grupos, de forma a compartilhar diferentes soluções para os quebra-cabeças disponíveis.

Figura 11 - Tela do *FoldIt*



Fonte: disponível em <<http://fold.it>>. Acesso em 09 jan. 2015.

Podemos considerar o *Foldit* como uma aplicação bem-sucedida do processo de gamificação, pelo seu propósito e poder de engajar diversos jogadores num mesmo objetivo. Mas vale deixar claro que a gamificação não transforma os processos em jogos. Ela tem sim, uma série de potencialidades, dentre os quais destacamos o aumento no poder de engajamento, assim como o da motivação por parte dos usuários daquela iniciativa. Mas os processos do cotidiano afetados pela gamificação não são jogos propriamente ditos.

Por outro lado, os chamados jogos sérios seriam simulações de eventos ou processos do mundo real, projetados com o propósito de solucionar problemas ou ainda de conscientizar sobre determinados assuntos. Embora os jogos sérios possam ser divertidos, seu principal objetivo é o de treinar ou educar os usuários, embora possa ter outros propósitos, voltados para a propaganda ou o marketing, por exemplo. O jogo sério pode deliberadamente sacrificar a diversão e o entretenimento para alcançarem seu principal objetivo, que é o de conscientizar. Bergeron (2006) chama os jogos sérios de “jogos com uma agenda”:

Jogos com agenda são desenvolvidos para influenciar opiniões, compartilhar conhecimento, ou simplesmente expor um ponto de vista. Assim como um livro ou filme bem construído, a agenda do desenvolvedor por trás deste tipo de jogo sério, pode não ser óbvia para o observador não treinado. Jogos com agenda podem ser subdivididos de acordo com o público-alvo e a área de influência. Embora não exista rigor nas subdivisões, os tipos aqui considerados incluem ativismo, advergames, jogos empresariais, *exergaming*, jogos médicos, jogos jornalísticos, e jogos políticos (BERGERON, 2006, p. 27, tradução nossa)

O primeiro uso do termo foi no livro *Serious Games*, publicado por Clark C. Abt em 1970. Vale salientar que, à época da publicação, o escopo do livro não se resumia aos jogos digitais, um mercado até então em formação na época, mas sim aos jogos físicos, como os de tabuleiro e cartas. Abt dá uma definição bastante clara do que seriam os jogos sérios:

Os jogos podem ser jogados de forma séria ou casual. Nós estamos preocupados com os jogos sérios, no sentido em que estes jogos tem um propósito educacional explícito e cuidadosamente planejado, e não foram planejados para serem desfrutados somente por diversão. Isto não quer dizer que os jogos sérios não são, ou não deveriam ser, divertidos (ABT, 1970, p. 12, tradução nossa)¹⁶

De acordo com Bergeron (2006), os jogos sérios modernos têm suas origens e influências nos simuladores de voo datados dos anos 1920, bem como a criação de simuladores pela indústria bélica. Outro campo de atuação que contribuiu muito para a consolidação do formato foi a indústria médica. Aplicações instrucionais tiveram bastante apoio da comunidade médica, e merecem ser considerados como um marco histórico na trajetória dos jogos sérios. De certa forma, o desenvolvimento de aplicações nesses campos foi ora limitado, ora possível graças à evolução das indústrias de jogos e computação.

O termo “jogos sérios” não é visto como unanimidade por todos os pesquisadores de jogos digitais. Para Bogost (2007), eles deveriam ser nomeados como *persuasive games* (ou jogos persuasivos). O autor defende que a retórica procedimental (ou processual) se manifesta

¹⁶ Tradução do original: “Games may be played seriously or casually. We are concerned with serious games in the sense that these games have an explicit and carefully thought-out educational purpose and are not intended to be played primarily for amusement. This does not mean that serious games are not, or should not be, entertaining”.

mediante representações e interações baseadas em regras escritas para o jogo, ao invés da palavra falada ou escrita, das imagens fixas ou em movimento. Os jogos persuasivos constroem argumentos sólidos sobre como os sistemas funcionam no mundo real, o que leva o jogador a mudar sua opinião quando deixa de jogá-los.

Um importante beneficiário da proposta dos jogos sérios (ou, jogos persuasivos) foi o jornalismo, a partir do lançamento de jogos como *Kabul Kaboom*, *September 12th* e *Play Madrid*, entre 2001 e 2005, respectivamente. Os três jogos abordam a problemática do terrorismo, em diferentes instâncias e discutem consequências a curto e longo prazo. São jogos que se comportam como simulações, não possuem vencedores e perdedores, indo contra o “modelo clássico dos jogos” proposto por Juul (2005), mas retomando a premissa da possibilidade de transformação pessoal apontada por Huizinga (2010).

A partir desses produtos, a indústria das mídias passa a olhar para os jogos digitais com um outro viés além do entretenimento: os jogos sérios podem ser usados como transmissores de mensagens, com o intuito de conscientizar e provocar debates sobre diferentes temas. Estavam consolidados os jogos jornalísticos, ou newsgames, uma das categorias dos jogos sérios. No Brasil, um dos principais expoentes no uso da linguagem do jogo eletrônico para fins informativos foi a revista *Superinteressante*, do grupo Abril.

Uma das obras que ajudou a legitimar o jogo jornalístico como um objeto de estudo foi *Newsgames: Journalism at Play*, lançado em 2010. Escrito por Ian Bogost, juntamente com Bobby Schweizer e Simon Ferrari, os autores apresentam os jogos jornalísticos como “um largo campo de trabalho que mescla os jogos digitais com o jornalismo”.

Discutiremos no capítulo seguinte um pouco mais sobre a proposta do jogo jornalístico, enquanto nova modalidade de gênero jornalístico e produto de entretenimento. Serão apresentados diversos tipos desses produtos, e seus posicionamentos como material informativo.

3 O QUE SÃO OS NEWSGAMES?

Numa época em que as expressões “sociedade em rede” (CASTELLS, 2007) e “convergência midiática” (FIDLER, 1997; JENKINS, 2009) tornaram-se vedetes do novo cenário informacional, grandes veículos procuram adequar-se a esta nova realidade marcando presença em diversos meios. Graças à mudança de comportamento por parte do grande público no que tange ao consumo de conteúdo noticioso, isso acabou refletindo na forma como esse conteúdo é publicado: o jornalismo impresso, representado pelas revistas e jornais, antes comprados nas bancas, hoje reinventaram-se, ganhando novos formatos e adentrando as telas de computadores, *tablets* e *smartphones*.

O jornalismo televisivo, considerado um dos principais medidores da audiência das TVs, também se reinventou, agora apresentando seus conteúdos *on demand* e usando as redes sociais como mecanismo de interação com o público. Um dos poucos formatos cuja linguagem tenha sofrido transformações foi o rádio, ainda visto como um dos meios que priorizam a instantaneidade na hora de informar. Com o desenvolvimento da internet e as melhorias de infraestrutura, a alta velocidade na troca de informações permitiu ao consumidor hoje desfrutar da informação que quer, na hora que quer.

Os mais pessimistas poderiam achar que o fortalecimento da internet acabaria por enfraquecer o jornalismo. No entanto, esta seção visa apresentar como a adoção da convergência entre meios pode ser uma aliada na construção de produtos inovadores e atraentes, e cujas narrativas estejam condizentes com o que é discutido no cenário atual.

Os jogos jornalísticos vêm recebendo diferentes definições entre pesquisadores: para alguns seria uma modalidade de narrativa transmidiática (SCOLARI, 2008; TÁRCIA, 2011), um novo suporte, uma nova plataforma, um novo gênero, um novo formato, ou ainda um novo meio. Para Caetano, Quadros & Pereira (2012), eles constituem uma modalidade de produção e intercâmbio de informações jornalísticas. Para as autoras, embora existam diferentes definições, podemos identificar alguns traços comuns:

As definições são diversas, mas todas implicam em sua construção alguns aspectos comuns: o esquema lógico do jogo, especialmente os jogos virtuais, pelo predomínio de uma estética hiper-realista e a competição. E, por consequência, o agenciamento de fatores de ordem emotiva no tratamento do aspecto cognitivo que envolve a resolução de tarefas, a interface interativa com a programação digital, a ação coletiva, a adequação motora-intelectiva a certos tipos de algoritmos, o prazer pelo *game* e pela informação (CAETANO, QUADROS & PEREIRA, 2012, p. 1)

Para Ribeiro (2012), os jogos jornalísticos tornaram-se uma forma encontrada pelo jornalismo para se adequar às constantes evoluções da internet e ao surgimento do ciberespaço. Já

para Seabra (2009), os newsgames não devem ser vistos só como uma alternativa para o webjornalismo, mas também como uma proposta de jornalismo digital, que funciona, também, como suporte de produção – e não apenas de circulação e consumo.

3.1 A relação dos jogos com o jornalismo

De acordo com Fonseca e Caruso (2014, p. 692), a presença dos jogos nos jornais é bastante antiga, fato também corroborado pelos estudos apresentados por Burton (2005). O autor afirma que os veículos jornalísticos têm uma longa tradição em oferecer para o seu público jogos como uma forma de entretenimento. Burton (2005) relata que uma das primeiras palavras cruzadas foi publicada em 21 de dezembro de 1913, no jornal dominical *New York World*. Com o passar dos anos, estes jogos de palavras cruzadas começaram a ser tratados muito além de uma simples forma de entretenimento (BURTON, 2005, p.88). Além de entreter e carregar valor educacional, alguns passatempos empregados pelos veículos de mídia normalmente requerem por parte do usuário um entendimento dos acontecimentos para serem preenchidos, o que já indicaria uma noção de continuidade da narrativa do meio impresso tradicional para outros tipos de plataforma.

A partir da segunda metade do século XX, as editorias de cultura e variedades tornaram-se os espaços mais empregados para a disponibilização das mais variadas modalidades de jogos, até então vistos prioritariamente como passatempos, voltados para o público infanto-juvenil ou para o público adulto. Segundo Burton (2005), com o desenvolvimento da internet comercial na última década do século XX, bem como a evolução dos gráficos interativos e de uma simbiose natural desses recursos digitais com a programação de jogos digitais, a comunidade acadêmica passou a enxergar outras potencialidades no uso dos jogos não somente como ferramentas para entretenimento, mas também para a veiculação de notícias, bem como contribuir para a formação intelectual do leitor.

Ainda segundo Burton, a internet também tem participação bastante significativa no uso dos jogos digitais na rotina de produção jornalística. O uso dos jogos como complemento para o entendimento das notícias não é algo feito sem precedentes. Os veículos de mídia tradicionais têm um longo histórico no uso de jogos interativos como parte da sua cobertura. O autor acrescenta que muitos destes jogos têm uma natureza educacional bastante evidente, uma vez que para jogá-los, o leitor precisa ter um bom conhecimento dos eventos que inspiraram a criação daquele artefato. Um dos exemplos citados por Burton é o *September 12th*, considerado um dos primeiros jogos jornalísticos, que é apresentado com mais detalhes a seguir.

O ambiente *online* possibilitou a criação de diferentes jogos, que têm o potencial de oferecer para o público um método adicional de explorar os fatos noticiosos no seu ritmo de tempo. Apesar de existirem barreiras culturais e técnicas, o jornalismo online acabou se familiarizando de um modo geral com a criação de jogos baseados em notícias que complementam e tornam mais efetivas as práticas jornalísticas (BURTON, 2005, p.88).

Entretanto, de acordo com Fonseca e Caruso (2014), o uso dos jogos digitais no jornalismo seria visto como inapropriado por analistas que apontam uma incompatibilidade incorrigível entre “propósito, estrutura e ética”. Tal raciocínio levaria a dizer que a informação nos jogos digitais acaba se tornando apenas um meio para obter resultados, e não um fim em si mesmo. Um dos pontos delicados, segundo os autores, seria a ideia de recompensas e penalidades serem totalmente problemáticas para o jornalismo, que valoriza a informação como um fim, e não como um meio para se alcançar algo. Em suma, a questão lançada pelos autores seria: um jogo eletrônico pode carregar informação, ou conhecimento como um produto final, ao invés de ser apenas um meio?

3.2 Um panorama histórico dos newsgames

Os primeiros esforços em trazer uma linguagem diferenciada na apresentação dos fatos, sejam eles recentes ou não, começaram a aparecer no ano de 2002, com o jogo *Kabul Kaboom*¹⁷, criado pelo *game designer* uruguaio Gonzalo Frasca. Uma das propostas do jogo é a de criticar a política dos Estados Unidos e seu tratamento com os refugiados ao oferecer ajuda na forma de alimentos, mas também bombas para dismantelar células terroristas. Todo o processo de criação e mecânica do jogo é bastante simples. O jogador controla uma refugiada afegã (cuja ilustração foi tirada da obra *Guernica*, de Pablo Picasso), que deve coletar os alimentos (representados no jogo como hambúrgueres), e desviar das bombas, ambos lançados pelos aviões norte-americanos. Mesmo com mecânica e visual rudimentares, *Kabul Kaboom* abriu precedentes para usar o jogo como mecanismo sobre temáticas sensíveis do cotidiano mundial, bem como temas de destaque na opinião pública.

¹⁷ Disponível em <<http://ludology.typepad.com/games/kabulkaboom.html>>. Acesso em 09 mar. 2016

Figura 12 - Imagem do jogo Kabul Kaboom (2001)



Fonte: disponível em <<http://purposefulgames.info>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Outro jogo jornalístico de grande importância é o *September 12th*, lançado em 2003. Também da autoria de Gonzalo Frasca, é considerado o primeiro esforço bem-sucedido de jogo jornalístico, abordando de forma interativa a temática do terrorismo e suas consequências.

September 12th é visto como uma “simulação”, não possui mecânicas ou narrativas complexas, e pode ser considerado como um jogo casual, visto que sua solução ou desfecho pode ser encontrado em poucos minutos, atendendo a uma das convenções dos jogos jornalísticos, que é a brevidade (SICART, 2007; TREANOR & MATEAS, 2009). Logo na primeira tela, um resumo é apresentado para o jogador:

Este não é um jogo. Você não pode ganhar e não pode perder. Esta é uma simulação. Este jogo não possui um final. Ele já começou. As regras são bastante simples. Você pode atirar, ou não. Este é um modelo simples que você pode usar para explorar alguns aspectos da guerra ao terror (FRASCA, 2003, tradução nossa)¹⁸.

A interação do jogador com o ambiente do jogo dá-se através do controle de uma mira com o mouse, e a cada clique são lançados mísseis no local onde a mira se encontra, com o objetivo de deter a atividade terrorista. Caso estejam no raio de alcance do míssil, os civis também são atingidos, e suas mortes são lamentadas pelos outros civis próximos. Em consequência,

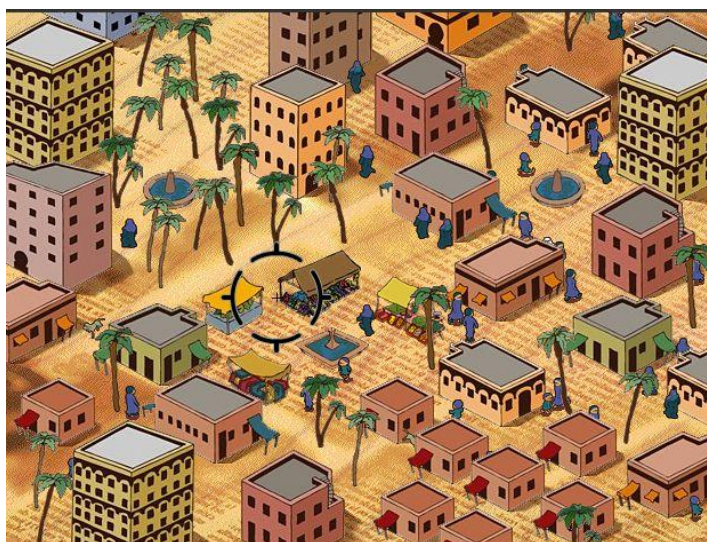
¹⁸ Tradução do original: This is not a game. You can't win and you can't lose. This is a simulation. It has no ending. It is already begun. The rules are deadly simple. You can shoot. Or not. This is a simple model you can use to explore some aspects on the war on terror.

estes mesmos civis também se tornam terroristas, representados por personagens vestidos de preto e armas em punho.

Essa premissa simples relembra o fato de como as intervenções militares têm grande peso em ataques terroristas futuros, bem como a dificuldade de eliminar terroristas sem afetar inocentes. Para Burton (2005), *September 12th* é um dos jogos cujo objetivo final a ser alcançado é o conhecimento:

Não há um ‘final’ tradicional neste jogo. Ao invés disso, o estado de ‘vitória’ se torna o conhecimento adquirido pelo jogador que o jogo não pode ser vencido, e saber das razões pelas quais este jogo não pode ser vencido. A mensagem implícita que Frasca coloca – que a guerra contra o terror é algo que não tem lados vencedores – é bastante clara (BURTON, 2005, p. 91, tradução nossa)¹⁹

Figura 13 - Imagem do jogo *September 12th* (2003)



Fonte: disponível em <<http://gamesforchange.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A primeira tentativa da mídia impressa de usar a linguagem dos jogos digitais como ferramenta para enriquecer a narrativa jornalística foi em 2005, com o jogo *Play Madrid*, lançado pelo jornal espanhol El País, que trazia uma mecânica mais leve para o leitor, embora também tivesse o terrorismo como mote. Assim como *September 12th*, o jogo também se comporta como uma simulação, em que o jogador tem como missão manter todas as velas acesas, clicando na chama de cada uma delas. Caso todas as velas se apaguem, o jogo se encerra.

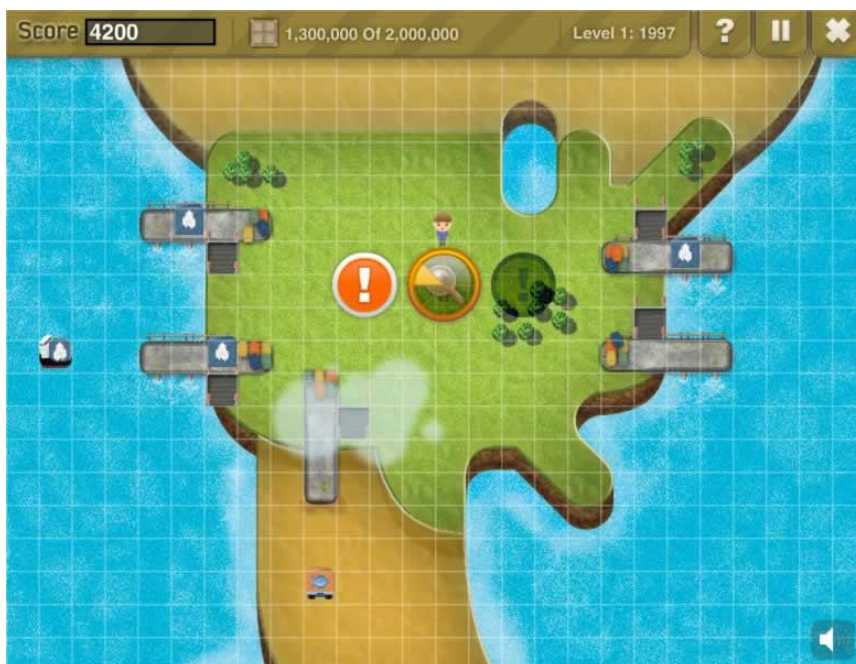
¹⁹ Tradução do original: “There is no traditional ‘end’ on this game, the ‘win state’ becomes the knowledge that the game cannot be won, and the knowledge of the reasons why the game cannot be won. The underlying message that Frasca puts forth – that the war on terror is essentially un-winnable – is clear”.

Figura 14 - Imagem do jogo *Play Madrid* (2004)

Fonte: disponível em <<http://newsgaming.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Outro importante exemplo a ser comentado é o newsgame *Food Import Folly*²⁰, criado pelo estúdio Persuasive Games, de Ian Bogost, para o jornal The New York Times. A premissa do jogo envolve um problema então bastante recorrente na mídia no ano de 2007, época em que o jogo foi produzido: a verificação da procedência dos alimentos importados pelos EUA, e os alertas quanto à contaminação desses produtos devido ao manuseio, dentre outros fatores. O jogo toma de empréstimo mecânicas de jogos de estratégia (*point and click*), onde o consumidor deve avaliar de forma consciente todos os gêneros alimentícios que entram nas fronteiras do país. A dificuldade encontra-se nos poucos recursos disponíveis para o jogador, no início do jogo. Aqui, é levado em consideração o raciocínio rápido para avançar entre fases.

²⁰ Disponível em <http://select.nytimes.com/2007/05/24/opinion/20070524_FOLLIES_GRAPHIC.html?_r=0>. Acesso em 04 jan. 2016.

Figura 15 - Imagem do jogo *Food Import Folly*

Fonte: disponível em <<http://persuasivegames.com>>. Acesso em 09 jan. 2017.

No jogo, dois investigadores revezam-se na avaliação dos produtos, emitindo alertas quando alguma suspeita de contaminação é encontrada. Caso o jogador não seja rápido o suficiente para inspecionar todos os produtos, novos alertas de produtos contaminados são emitidos. Caso três alertas sejam emitidos sem serem avaliados, o jogo é encerrado. A tela inicial sintetiza seus objetivos num texto breve:

O FDA (Food and Drug Administration) inspeciona grande parte da produção administrativa doméstica, mas os recursos limitados e o aumento constante nos números de alimentos importados têm reduzido as inspeções dessas importações para um número embaraçosamente pequeno. A importação de alimentos aumentou de 2 milhões de carregamentos em 2007 para mais de 9 milhões no último ano, enquanto a equipe do FDA e os recursos permaneceram constantes. Agora você pode assumir o papel dos inspetores do FDA. Sua missão: tentar proteger o país de contaminantes de alimentos importados usando recursos extremamente limitados²¹.

Os veículos impressos não são os únicos usuários da proposta dos jogos jornalísticos. A rede norte-americana CNN também mesclou o jornalismo tradicional com a linguagem deste novo produto e lançou o *Presidential Pong*, um jogo de pingue-pongue onde os jogadores a

²¹ Tradução do original: “The F.D.A. inspects much of domestic agricultural output, but limited resources and rapidly rising food import levels have reduced import inspections to an embarrassingly small number. Food imports increased from 2 million shipments in 1997 to over 9 million last year, while F.D.A. personnel and resources remained roughly constant. Now you can take the role of the F.D.A. inspectors. Your charge: try to protect the country from contaminants in foreign food imports using extremely limited resources”.

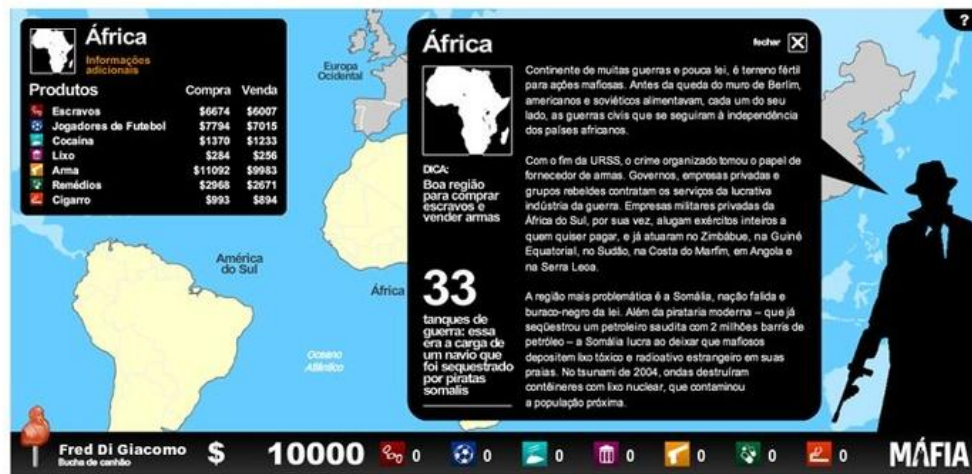
serem escolhidos são os pré-candidatos à presidência dos EUA (tanto republicanos como democratas) nas eleições de 2008. Também de autoria do estúdio *Persuasive Games*, o jogo se assemelha ao clássico *Pong*, lançado pela Atari nos anos 1970.

Figura 16 - Imagem do jogo *Presidential Pong*.



Fonte: disponível em <<http://persuasivegames.com>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Além dos Estados Unidos, os veículos de imprensa brasileiros também se tornaram adeptos da proposta do jogo jornalístico, como meio que combina entretenimento e informação. Um dos destaques é o Núcleo Jovem da Editora Abril, através da revista *Superinteressante*, que soube criar produtos envolventes e que proporcionam engajamento por parte do grande público, como o *Jogo da Máfia*, peça que aborda a temática do crime organizado e o comércio de itens ilícitos usando mecânicas de jogos de tabuleiro (*board games*), e estratégia. Outro é o *Filosophy fighters*, divertido jogo de luta em que os personagens jogáveis são os principais nomes da filosofia, desde Platão até Friedrich Nietzsche e Jean Paul Sartre.

Figura 17 - Imagem do *Jogo da Máfia*

Fonte: disponível em <<http://super.abril.com.br>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Figura 18 - Tela do jogo jornalístico *Filosofighters*

Fonte: disponível em <<http://super.abril.com.br>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Além da Superinteressante, os portais de notícia G1 e Estadão.com.br já dedicaram espaço para a criação de jogos jornalísticos como complemento para a publicação de informações. Como destaque, vale mencionar o *Nanopops*, um *quiz* sobre as principais autoridades mundiais. O jogador tem como objetivo acertar o nome da figura pública exibida na tela, tendo como única dica uma caricatura sua. Já o Estadão lançou o *Jogo da Sustentabilidade*, que serviu como alerta para a temática da sustentabilidade, da reciclagem e do reaproveitamento de materiais. Podemos considerá-los marcos importantes dos jogos jornalísticos até agora.

Figura 19 - Tela do jogo jornalístico *Jogos da Sustentabilidade*



Fonte: disponível em <<http://estadao.com.br>>. Acesso em 09 jan. 2017.

No cenário pernambucano, ainda são poucas as tentativas de levar o jogo jornalístico para o grande público. Uma das mais recentes, realizada em março de 2015, foi no aniversário das cidades de Recife e Olinda, quando o portal NE10, pertencente ao Sistema Jornal do Comércio de Comunicação, elaborou dois questionários com o tema *Descubra qual rua de Recife/Olinda você seria*²².

3.3 Alguns conceitos sobre newsgames

Uma das primeiras abordagens apresentadas neste texto é a do estudioso Miguel Sicart. Em seu artigo *Newsgames: Theory and Design* (2009), Sicart conceitua os jogos jornalísticos como uma subcategoria dos jogos sérios (*serious games*), com o diferencial de que estes jogos se baseiam em eventos atuais, produzidos com a intenção de estimular debates. O baixo custo de desenvolvimento, aliado à facilidade de distribuição desses produtos contribui para a evolução do jogo que comenta ou simula eventos ocorridos em notícias, entendido como o “discurso preexistente de uma instituição social impessoal que também é uma indústria” (SICART, 2009, p.1). A definição de Sicart mescla conceitos dos chamados *game studies* e das teorias do serviço público (*public service broadcasting*). Em resumo, para Sicart (2009, p.4) um jogo jornalístico, para ser tratado como tal, deve seguir os seguintes princípios:

²² Disponível em <<http://produtos.ne10.uol.com.br/recifeeolinda/>>. Acesso em 08 mar. 2016.

- (a) O jogo jornalístico deve ser de fácil distribuição, quase que universal. De acordo com Sicart, os jogos executados feitos para os *web browsers* possuem maior capacidade de atingir um grande público, uma vez que não são necessários downloads. Jogos que necessitam desse recurso normalmente usam configurações de hardware específicas;
- (b) Os jogos jornalísticos podem seguir ou não uma linha editorial, mas eles não podem ter interesses conflitantes. Devem ter como objetivo ajudar a ilustrar um fato e não persuadir o leitor;
- (c) O jogo jornalístico participa no debate público ilustrando as notícias através do mecanismo da retórica procedimental, mas eles não querem, nem devem, de forma alguma, guiar a discussão, papel este que cabe ao público;
- (d) O jogo jornalístico deve somente se referir às notícias em que se baseiam, por um período específico de tempo;
- (e) O jogo jornalístico deve ser efêmero, não aspirando a sobreviver por mais tempo que as notícias que inspiraram sua criação;

Mike Treanor e Michael Mateas (2009) olham para o jogo jornalístico com uma outra abordagem, comparando o objeto com as charges políticas como instrumentos que expressam opiniões, através dos mecanismos de interação. Tal opinião pode ser: a do próprio autor, ou a do veículo ao qual ele esteja vinculado. Assim como Sicart, Treanor e Mateas acreditam que os jogos jornalísticos devem funcionar com o mesmo grau de sofisticação e irreverência das charges.

Assim como as charges, os jogos jornalísticos devem persuadir de alguma forma os leitores a tomarem um determinado posicionamento. Para os autores (2009, p.4-5), os jogos jornalísticos deveriam adotar uma série de princípios, listados a seguir:

- (a) Os jogos jornalísticos são criados em resposta a um evento atual, corrente, e devem ser lançados enquanto a notícia tiver relevância na mente do público;
- (b) Os jogos jornalísticos devem ser triviais, isto é, devem ser jogados e ter sua mensagem compreendida em um curto período de tempo;
- (c) De forma semelhante às charges dos jornais, os jogos jornalísticos devem sintetizar uma notícia;
- (d) Os jogos jornalísticos devem comunicar-se com o público de forma retórica através de textos e imagens;

Os jogos jornalísticos têm como objetivo transmitir uma opinião e fazer com que os jogadores analisem um determinado fato, notícia ou acontecimento a partir de uma visão determinada pela mecânica e pelos objetivos propostos pelo jogo. A tal processo é dado o nome de *retórica procedimental ou processual* (BOGOST, 2007).

Proceduralidade se refere à maneira como criar, explicar e entender processos. E os processos definem a maneira como as coisas funcionam: os métodos, técnicas e a lógica que movimenta a operação de sistemas, de sistemas mecânicos como motores até sistemas organizacionais como o sistema escolar passando por sistemas conceituais como a fé religiosa. Retórica se refere à expressão efetiva e persuasiva. A retórica processual é, então, uma prática de uso dos processos de forma persuasiva. Mais especificamente, a retórica processual é a prática de persuadir através de processos em geral e processos computacionais em particular. (...) A retórica processual é uma técnica para criar argumentos com sistemas computacionais e para desempacotar argumentos computacionais criados por terceiros (BOGOST, 2007, p. 2-3)²³

Segundo Bogost (2007), a retórica processual (do inglês *procedural rhetoric*) está diretamente atrelada aos processos mais elementares dos computadores, que seriam: a execução de processos e a manipulação simbólica baseada em regras predefinidas (BOGOST, 2007, p.16). Para Sicart (2009, p.4), o conceito proposto por Bogost é totalmente válido e classifica os jogos jornalísticos como jogos digitais que estimulam discussões públicas, articulando discursos através da retórica processual. Entretanto, nem todas as categorias se dispõem a propor esse tipo de discussão, sendo empregadas apenas como forma de entretenimento do público consumidor das notícias.

Quanto ao processo de criação, Sicart (2009, p.4-5) relata que os jogos jornalísticos não gozam dos mesmos privilégios do processo tradicional de criação de jogos, que, segundo o autor, são sistemas complexos para interação que requerem um projeto cuidadoso de forma a serem engajadores, balanceados e operacionais. Na produção dos jogos de computadores, a maior parte do processo de design é feita durante a pré-produção, e pode tomar semanas ou até meses, dependendo da complexidade do jogo.

Os jogos jornalísticos, por outro lado, devem ser idealizados e produzidos enquanto os fatos relacionados ao produto ainda possuem relevância, não somente com o objetivo de participar da discussão, como também imprimir mais significado para o jogo. Ainda segundo Sicart (2009, p. 4), os jogos jornalísticos possuem designs muito específicos que tendem a permitir

²³ Tradução do original: *Procedurality* refers to a way of creating, explaining or understanding processes. And processes define the way things work: the methods, techniques, and logics that drive the operation of systems, from mechanical systems like engines to organizational systems like high schools to conceptual systems like religious Faith. *Rhetoric* refers to effective and persuasive expression. Procedural rhetoric, then, is a practice of using processes persuasively. More specifically, procedural rhetoric is the practice of persuading through processes in general and computational processes in particular (...) Procedural rhetoric is a technique for making arguments with computational systems and for unpacking computational arguments others have created.

uma interação muito limitada, porém focada, dialogando com convenções e categorias do design de jogos que permitem implementações muito mais rápidas.

Para Sicart (2009), nos jogos jornalísticos a mensagem que se deseja transmitir não pode estar subentendida. Enquanto um instrumento de retórica, o jogo deve apresentar a interpretação dos fatos jornalísticos de forma clara e explícita para o jogador. Este é um dos desafios dos jogos jornalísticos quanto ao design: conseguir traduzir o conteúdo e a relevância dos fatos jornalísticos em um mecanismo de jogo que seja atraente e possível de ser desfrutado pelos jogadores. O fato jornalístico possui um papel duplo na construção de newsgames: ao mesmo tempo em que é responsável por orientar o desenvolvimento e mecânicas do jogo, ele é encarado como uma limitação de design desses jogos, o que acaba sendo traduzido em jogos mais simples e de fácil compreensão, como afirma Sicart (2009) e Treanor & Mateas (2007). Criar jogos jornalísticos é traduzir tais limitações em regras, mecânicas e desafios para o jogador. Quando relembremos dos conceitos de Juul (2005) sobre os elementos tradicionais dos jogos, deparamo-nos com um elemento que comanda todos os outros, que é exatamente a notícia. Isso encontra-se refletido por exemplo no conjunto de regras desses jogos, e também quando falamos na condição de vitória, assim como a mecânica do jogo, ou como o jogador estabelece a interação com o ambiente do jogo.

3.4 Classificação dos newsgames

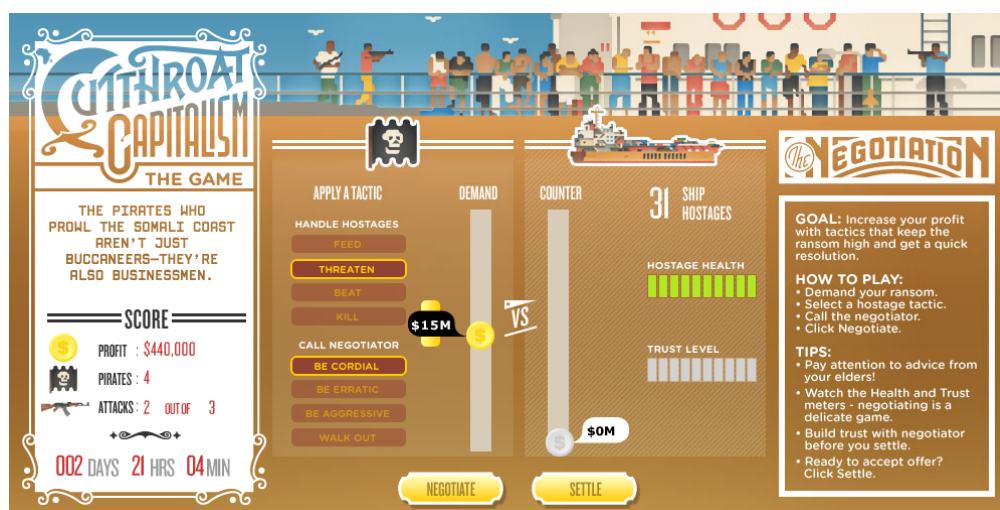
Apresentamos a seguir a tipologia proposta por Bogost et al. (2010) para classificar os jogos jornalísticos. A partir de cada item citado, serão apresentados exemplos para melhor entendimento.

3.4.1 *Current events* (eventos atuais)

A primeira categoria a ser citada seria a dos jogos jornalísticos baseados em eventos atuais (em inglês, *current events*). De acordo com Bogost et al. (2010), os jogos baseados em eventos atuais são em sua essência breves, curtos. Normalmente usam o suporte do *web browser* como plataforma para sua disponibilização, além de serem usados para a transmissão de pequenos fragmentos de informações, notícias ou opiniões. Se mesclarmos os conceitos de Sicart (2007) e Treanor & Mateas (2009), os jogos jornalísticos baseados em eventos atuais seriam o tipo que mais “se aproximam do jogo jornalístico ideal”, uma vez que eles são lançados enquanto o fato jornalístico ainda possui relevância.

Exemplos desta categoria são o já citado *September 12th* (2003) e o *Cutthroat Capitalism*²⁴ (2009) produzido pela revista Wired, que serviu como material de apoio para a reportagem *An Economic Analysis of the Somali Pirate Business Model*, publicado na mesma revista na edição de julho de 2009. O jogador, assumindo o papel de capitão de uma embarcação pirata, deve abordar diferentes tipos de embarcações e usar dos mais variados métodos de persuasão para ter êxito na negociação, assim, gerando lucros. É uma forma de discutir sobre os recorrentes ataques na costa somali sobre os altos lucros obtidos com as abordagens. O visual do jogo é muito simples, usando a estética *8-bit*, comum nos jogos digitais pixelados da década de 1980, como *Donkey Kong* (1983), *Super Mario Bros.* (1985), dentre outros títulos.

Figura 20 - Imagem do jogo *Cutthroat Capitalism*



Fonte: disponível em <<http://wired.com>>. Acesso em 09 jan. 2017.

3.4.2 Infographic newsgames (infográficos)

A segunda categoria é a que compreende os *infográficos interativos* como manifestação dos jogos jornalísticos. A princípio esta denominação pode gerar um certo estranhamento por parte do leitor, visto que nem toda infografia possui algum traço de interatividade ou é projetada para lembrar a sensação proporcionada ao jogar. Mas segundo Bogost et al. (2010, p. 7), os mecanismos visuais há muito vêm sendo usados no jornalismo como instrumento para representação de dados e assim a síntese de informações. Desde os primeiros registros de arte infográfica, datados de 1786 pelo escocês William Playfair (CAIRO, 2007), até os dias atuais, a técnica da infografia passou por importantes transformações. Um dos fatos que pesou para tal mudança foi o aperfeiçoamento e lançamento dos computadores pessoais, o que resultou na

²⁴ Disponível em <<https://www.wired.com/2009/07/cutthroat-capitalism-the-game/>>. Acesso em 08 mar. 2016

informatização das redações de veículos ao redor do mundo. Tal modernização permitiu aos jornais impressos acrescentar diagramas, gráficos e linhas do tempo que condensam diversos fatos em uma narrativa visual, sem deixar de lado o fato de serem intuitivos e facilmente compreensíveis. Bogost et al. (2010, p.7) argumentam que, à medida que os infográficos digitais amadurecem e ganham novas possibilidades interativas, eles se tornam mais semelhantes aos jogos digitais. Os jogadores podem explorar diferentes informações e serem surpreendidos, além de engajar discussões mais aprofundadas sobre diferentes questões. Enquanto alguns infográficos podem comportar-se como jogos, outros apenas guardam semelhanças, adotando somente algumas convenções e sensações propostas por eles.

Um exemplo desta categoria de “infográfico jogável” seria a peça Como funciona a bateria da Grande Rio²⁵, publicado em 2011 pelo portal de notícias iG. Mesclando a arte infográfica com alguns elementos de linguagem dos jogos, o jogador tem como missão coordenar e organizar a bateria de uma escola de samba, no caso a Grande Rio, ativando e desativando os diversos instrumentos usados. Para deixar a mecânica mais aproveitável e proporcionar construção de sentido nas ações do jogador, vídeos e textos informativos são usados no produto, para que exista um melhor entendimento do papel de cada instrumento na bateria.

Figura 21 - Tela do infográfico Como Funciona a Bateria da Grande Rio



Fonte: disponível em <<http://ig.com.br>>. Acesso em 09 jan. 2017.

²⁵ Disponível em <<http://especiais.ig.com.br/infograficos/veja-como-funciona-a-bateria-da-grande-rio/>>. Acesso em 08 mar. 2016

3.4.3 *Documentary newsgames* (documentários)

A terceira categoria seria a dos jogos jornalísticos documentais (*documentary newsgames*). De acordo com Bogost et al. (2010), os jogos documentais proporcionam uma aproximação da sensação de realismo e veracidade dos documentários, outro modo de contar histórias do qual o jornalismo se apropriou. Normalmente, temas de grande repercussão (históricos) são os principais beneficiários desta categoria de jogos jornalísticos. Para atingir o efeito desejado, os jogos documentais passam por um longo trabalho de pesquisa e apuração.

Embora estejam imbuídos de uma carga imersiva maior do que a encontrada em outros gêneros, uma característica encontrada nestes produtos é o alto teor polêmico, visto que diversas tragédias e episódios controversos foram reconstruídos e recontados usando a mecânica dos jogos digitais como suporte.

O primeiro exemplo citado aqui é o *Super Columbine Massacre RPG*²⁶, publicado em 2005 por Danny Ledonne. A premissa do jogo é a de reconstituir o massacre da escola de Columbine, ocorrido em 1999 na cidade de Littleton, no estado norte-americano do Colorado. De início, se observa a semelhança com *role playing games*²⁷ consagrados da geração 16-bit, como é o caso das séries *Final Fantasy* (1987) e *Chrono Trigger* (1995), ambos lançados pela Squaresoft nas décadas de 1980 e 1990. O ponto mais polêmico está nos personagens que são controlados pelo jogador, Eric Harris e Dylan Klebold, os atiradores.

Diversas críticas negativas foram feitas ao produto, especialmente por banalizar as ações dos dois jovens e as mortes dos alunos e professores. Embora não tenha sido rotulado como um jogo jornalístico, esse foi um dos primeiros jogos que apresentou a possibilidade de usar a mecânica característica do jogo eletrônico para recriar eventos de grande repercussão.

²⁶ Disponível em <<http://www.columbinegame.com/>>. Acesso em 08 mar. 2016

²⁷ Os *role-playing games*, tradicionalmente conhecidos como RPGs, são tipos de jogos em que se assume um personagem durante o jogo, e toda e qualquer interação é feita a partir deste personagem. Tradicionalmente abordando a temática da fantasia medieval, hoje qualquer outro contexto histórico pode ser adaptado livremente para este tipo de jogo. O RPG mais famoso é o *Dungeons & Dragons*, criado por Gary Gygax e Dave Arneson na década de 1970. O *role-playing game* se aproxima do que Caillois (1990) escreve sobre o *mimicry*, tipo de jogo em que para participar, o jogador deve assumir um outro papel, uma outra identidade que não a sua.

Figura 22 - Imagem do jogo *Super Columbine Massacre RPG!*



Fonte: disponível em <<http://columbinegame.com>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Outro exemplo polêmico pertencente a esta categoria é o jogo *JFK Reloaded*²⁸, lançado em 2005 e que recria o assassinato do então presidente norte-americano John F. Kennedy, em 1963, por Lee Harvey Oswald. O jogo possui maior apuro visual na construção da sua tensa narrativa. O jogador controla Oswald, reconstruindo todos os detalhes do atentado, como a análise balística, além de outras particularidades do dia do ocorrido.

Figura 23 - Imagem do jogo *JFK Reloaded*



Fonte: disponível em <<http://mobygames.com>>. Acesso em 09 jan. 2017.

²⁸ Disponível em <[https://www.fileplanet.com/192027/190000/fileinfo/JFK-Reloaded-v1.1-\(Free-Game\)](https://www.fileplanet.com/192027/190000/fileinfo/JFK-Reloaded-v1.1-(Free-Game))>. Acesso em 08 mar. 2016

3.4.4 *Puzzle newsgames* (quebra-cabeças)

A próxima categoria a ser citada são os *puzzle newsgames*, que são bastante semelhantes aos jogos de palavras cruzadas, encontrados com frequência nas seções de entretenimento e cultura dos jornais impressos. De acordo com Bogost et al. (2010), o diferencial está no conteúdo destes produtos. Uma abordagem que pode ser empregada, por exemplo, é fazer o leitor tentar decifrar palavras baseadas em manchetes de sites de notícias da Internet. É o caso do *Scoop!*, jogo lançado pelo estúdio Red Mercury.

Ainda segundo Bogost et al. (2010, p. 96), os questionários (*quizzes*) apresentam uma série de fatores que supostamente ajudam a localizar o participante em alguma categoria social. Esse tipo de teste também vem sendo usado com sucesso para ajudar leitores a descobrir suas inclinações políticas ou econômicas (idem, p. 96).

Uma abordagem que levou a mecânica do questionário a outro patamar, aproximando-o das narrativas interativas foi o *De Volta a 1964*, lançado em 2014 pela revista Superinteressante, em virtude dos 50 anos da ditadura militar.

Figura 24 - Tela do jogo De Volta a 1964, produzido pela Superinteressante



Fonte: disponível em <<http://super.abril.com.br>>. Acesso em 09 jan. 2017.

3.4.5 *Literacy newsgames* (letramento)

Os jogos jornalísticos também possuem uma característica muito valiosa: a transmissão de conhecimento, assim como na premissa de um jogo sério. A partir desse pressuposto, podem ser usados como *ferramentas instrucionais*. Neste caso, eles estão relacionados à disseminação

de como se faz jornalismo para o grande público. Estudantes e profissionais da área de comunicação podem ser grandes beneficiários dessa categoria de jogos. É algo semelhante ao que acontece, por exemplo, nos treinamentos militares, em que as simulações envolvendo ambientes e situações reais poderiam ser altamente custosas ou até mesmo perigosas para os envolvidos. Mais tarde, empresas do setor privado, como as da aviação, acabaram adotando o mesmo princípio na construção de simuladores para treinamento de pilotos. Seguindo a tipologia proposta por Bogost et al. (2010), estes são produtos voltados para o letramento (*literacy newsgames*), jogos que aproximam o público da rotina diária de um jornalista. Vale ressaltar que o objetivo não é usar essas ferramentas como formadoras de novos profissionais, mas tornar evidente como é feito o processo de construção da notícia, assim como o conjunto de regras e valores que servem como engrenagem para a prática do jornalismo (BOGOST et al., 2010).

Logo no início do capítulo que trata sobre os *literacy newsgames*, os autores ressaltam que o aprendizado de boas práticas jornalísticas não é uma exclusividade dos jogos jornalísticos. Um exemplo citado por eles é o *Dead Rising* (2006), desenvolvido pela japonesa Capcom e produzido pelo veterano Kenji Inafune, para os consoles Xbox 360 e Playstation 3. A narrativa do jogo se desenvolve praticamente no mesmo cenário: um *shopping center* infestado de zumbis. O jogador, na pele do fotojornalista Frank West, deve sobreviver ao iminente perigo, ao mesmo tempo em que faz de tudo para conseguir uma matéria exclusiva. O *Dead Rising* não é um jogo jornalístico, muito menos um jogo voltado para fins educacionais, mas o conjunto de regras, a jogabilidade e os elementos narrativos servem como incentivo para os jogadores se forçarem a pensar como um fotojornalista na cobertura de um evento de grande escala, embora seja importante ressaltar que este não é o objetivo principal do jogo.

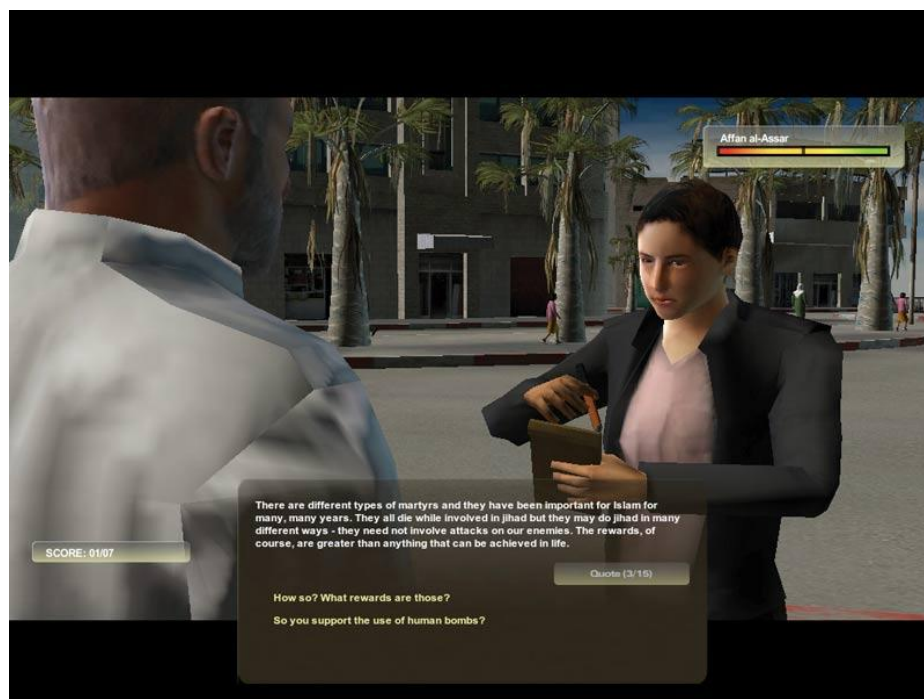
Voltando para o aspecto instrucional dos jogos jornalísticos, um exemplo citado por Bogost et al. (2010) é a série de jogos *Global Conflicts*²⁹, que estimula o jogador na criação de reportagens baseadas em suas próprias experiências na pele de um jornalista especializado em coberturas de grandes conflitos, como na Palestina e na América Latina, em que cada região é retratada em diferentes edições do jogo.

A série explora diversos conflitos morais e ambiguidades no processo de apuração de informações. A cada entrevistado, são exibidas questões sobre determinados assuntos. Dependendo da escolha de opções feita pelo jogador, a entrevista toma diferentes direcionamentos. Quando existem dados suficientes para a redação de uma notícia, o jogador deve escolher dentre todas as apurações reunidas quais delas farão parte da matéria. Isto inclui o título, corpo da

²⁹ Disponível em <<http://www.globalconflicts.eu>>. Acesso em 08 mar. 2016

matéria, olho, fotografias, dentre outras informações. Depois de pronto, o jogador faz a submissão e recebe a pontuação baseada na qualidade do texto, além do quão bem ele se alinha com os interesses políticos da publicação escolhida.

Figura 25 - Imagem do jogo *Global Conflicts*.



Fonte: disponível em <<http://seriousgames.itch.io>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Para Bogost et al. (2010), a mensagem desses jogos é clara: um jornalista não reporta apenas a realidade baseado em seus conhecimentos, mas sim recria a realidade baseado em trechos e informações coletadas de diferentes fontes. Quando um jornalista usa suas convicções para influenciar uma conversa com um entrevistado, os fatos servem como um incentivador para encontrar mais peças de um enigma, assim como confirmar ou tornar inválidas informações previamente reunidas.

Com o lançamento de mais jogos da série, novas características foram adicionadas, como mais níveis de dificuldade e limitantes como o tempo, algo frequente para quem deseja enveredar-se nas práticas jornalísticas.

3.4.6 *Community newsgames* (comunidade)

O próximo gênero de jogos jornalísticos citado por Bogost et al. (2010) são os *community newsgames* (newsgames de comunidade). Assim como os jogos digitais convencionais po-

dem mobilizar os jogadores em diferentes estratos e proporcionar a criação de realidades paralelas, também chamadas de sintéticas (CASTRONOVA, 2007), os jogos jornalísticos também partilham deste mesmo potencial, de criar comunidades trabalhando em torno de um mesmo tema de interesse, de forma a gerar efeitos que podem ou não serem refletidos nas práticas diárias dos cidadãos. Embora os autores destaquem os chamados *alternate reality games*³⁰, também conhecidos como ARGs, como um modelo mais propício para a criação dessas comunidades, uma vez que o desenvolvimento da ação e os desafios desses jogos transitam entre o real e o virtual. Para esse gênero, Bogost et al. (2010) optam por adotar o termo “comunidade”. De acordo com os autores, o aspecto mais importante não é a realidade alternativa que os jogadores vivenciam, mas sim as comunidades específicas que vão experimentar os desafios desse novo cenário. Em outras palavras, o aspecto mais relevante desse gênero é a formação de comunidades colaborativas de jogadores.

Em jogos dessa categoria, fica bem claro que a possibilidade de imersão é ainda maior, visto que o jogador se vê numa realidade totalmente diferente da sua, com costumes e limitantes diferentes. É algo semelhante ao que Castronova (2007) constrói, sob a denominação de “mundos sintéticos”.

O fato de que eles são lugares radicalmente manufaturáveis que podem ser compartilhados por várias pessoas de uma vez – isso gera sua não-trivialidade distinta entre os padrões de influência. Coloque um grupo de pessoas num lugar estranho e elas seguirão seus comportamentos habituais em busca de seus objetivos. Os resultados serão ambos estranhos e familiares, e poderão ser propagados para o mundo real (CASTRONOVA, 2007, p.8, tradução nossa)³¹

Bogost et al (2010) citam como exemplo de *newsgame* de comunidade o *A World Without Oil*³², um ARG financiado pela Corporation for Public Broadcasting Independent Television Service, lançado em 2007. No jogo, é simulada uma realidade hipotética: a população estaria enfrentando uma grande escassez de reservas de petróleo. Tal como um ARG, as ações propostas pelo jogo não se desenvolvem apenas na tela dos computadores, mas se estendem para as ruas, assim como outros canais como blogs e videologs. A cada semana, os participantes registravam como essa crise ficcional os afetava. Se por um lado, os registros levaram à divulgação de fatos fictícios nos meios *online*, por outro a ideia do jogo serviu como um meio de

³⁰ Os *alternate reality games* (ARGs) são uma categoria de jogos sérios que combinam as situações e mecânicas do jogo eletrônico com a realidade, recorrendo às mídias e recursos do mundo real, de modo a oferecer uma experiência interativa para os jogadores. Essas experiências são conduzidas por meio de narrativas transmídia, para oferecer uma situação que pode ser alterada pelas ideias ou ações do jogador.

³¹ Tradução do original: “The fact that they are radically manufacturable places that can be shared by many people at once – that generate their nontriviality unique inside-to-outside patterns of influence. Place a group of people in a strange place, and they will follow their usual tendencies in pursuit of their usual objectives. The outcomes will be both strange and familiar, and will radiate outward”.

³² Disponível em <<http://writerguy.com/wwo/metahome.htm>>. Acesso em 08 mar. 2016

conscientização, e muitos jogadores passaram a mudar seus hábitos, como fazer mais caminhadas, ou usar outros meios de transporte como a bicicleta, com o intuito de economizar combustível. Segundo dados levantados pelo site oficial do jogo, cerca de 1800 jogadores de doze países participaram do projeto, contabilizando mais de 1500 registros, divididos entre postagens de blogs, vídeos, fotos e mensagens de voz.

Figura 26 - Tela do jogo jornalístico *A World Without Oil* (2007)



Fonte: disponível em <<http://aworldwithoutoil.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

De acordo com Araújo (2012), a principal contribuição de jogos como o *A World Without Oil* ou outros jogos pertencentes a esta categoria não é somente incitar a reflexão e a adoção de medidas contra um possível cenário de escassez de petróleo ou outras situações semelhantes, mas também revelar o que as pessoas podem fazer face uma situação de crise, pre-dizendo situações de um cenário futuro. Jogos como este devem ser vistos como formas para criação de saberes, que podem ser úteis para além da experiência do jogador dentro dos limites do jogo.

Bogost et al. (2010) acreditam no potencial dos jogos jornalísticos de comunidade como “agentes transformadores” do mundo em que vivemos. Isso entra em consonância com a principal finalidade do jornalismo, que seria a de “ajudar a tomar decisões em uma democracia” (BOGOST et al., 2010, p. 129). Os autores acrescentam ainda que os jogos que conseguem engajar comunidades realizam esse objetivo de forma mais fácil que a maioria dos jogos digitais

convencionais, bem como os meios informativos tradicionais. Assim, “newsgames de comunidade” seria um termo muito mais apropriado no meio jornalístico do que *alternate reality games* (ARGs).

Como pudemos observar, os jogos jornalísticos atendem a uma gama variada de propósitos e usam diferentes plataformas para a sua execução, e não procuram “reinventar a roda”, diferentemente de outros formatos que foram apropriados pelo jornalismo, como afirma Araújo (2012):

Enquanto jogos, eles não reinventam o design e a interface. Mas, em frente à forma tradicional de se conceber a notícia, mesmo que em ambiente digital, é que reside a novidade dos newsgames, uma vez que complexificam tanto a produção do conteúdo quanto a forma de acesso e a construção de sentido (ARAÚJO, 2012, p. 43).

O capítulo a seguir trata de um ponto relevante para a construção de jogos jornalísticos coerentes e de amplo alcance: a confecção de narrativas. Serão apresentados ainda posicionamentos distintos sobre seu papel na construção do jogo jornalístico.

4 NEWSGAMES E NARRATIVIDADE

Muitas são as conjecturas sobre como se estrutura uma notícia, assim como o seu discurso embutido, embora a proposta deste capítulo não seja a de analisar os textos comunicacionais no seu âmbito discursivo, mas sim na sua potencialidade narrativa. Uma definição para o que seria o discurso jornalístico é apresentada por Motta, Costa & Lima (2004):

Um permeado de sentidos que podem ser observados e interpretados tanto pelo que se evidencia quanto pelo que insinua, sugere ou oculta. As notícias produzidas e veiculadas pelos meios de comunicação de massa não trazem à audiência apenas a informação, mas atualizam a realidade social. Renovam e experimentam diária e cotidianamente a percepção do mundo, do espaço de convívio e de ação, o canônico e as transgressões (MOTTA, COSTA & LIMA, 2004, p. 33)

Os autores ainda acrescentam que as notícias não narram apenas os fatos historicamente localizados, atuando ainda como construtores da realidade social, fazendo uma ressignificação mediante elementos presentes no universo cultural. Mais do que ser uma mera rotina de produção, o jornalismo vai muito além da veiculação e do consumo quase que massivo de diferentes informações. Podemos afirmar que o jornalismo age como um meio transformador, uma forma de inserir seu público-alvo dentro da esfera social.

Ao estendermos essa discussão sobre o consumo de informações noticiosas para o ambiente digital, são observadas algumas teorias sobre a grande mudança de paradigma quanto à disponibilização, assim como a organização arquitetural das informações, que agora assume a estrutura do hipertexto (*hyperlinks*).

A estrutura linear da narrativa presente nos meios informativos tradicionais em teoria deveria ceder espaço agora para uma nova modalidade de leitura, permitindo ao leitor o acesso de diferentes fragmentos de texto, dando a possibilidade de criação de diferentes roteiros de leitura. Vale ressaltar que o artefato do hipertexto não é exclusividade do jornalismo *online*, sendo aplicado em experimentos de cunho literário com estruturas complexas e que dão ao leitor diferentes possibilidades. No jornalismo, entretanto, a complexidade da estrutura destes *hyperlinks* tende a ser menor. E quando falamos em ambiente digital, a inovação no modo de contar uma notícia ainda é escassa nos veículos informativos, onde questões como a instantaneidade ainda são priorizadas.

Para Mielniczuk (2003), este momento de adoção do *hyperlink* seria denominado como *webjornalismo de terceira geração*, o que corresponde:

a um estágio mais avançado de toda uma infraestrutura técnica relativa às redes telemáticas, bem como corresponde a um momento de expansão da base instalada e ao aumento do número de usuários. Houve além uma evolução técnica que permite a transmissão mais rápida de sons e imagens, o crescimento do número de usuários, o que justifica investimentos no setor (MIELNICZUK, 2003, p. 39).

Para muitos autores, os hipertextos, assim como os jogos digitais, são vistos como uma nova forma, ou ainda como uma expansão da narrativa tradicional ou do drama. Frasca (1999) afirma que estas aplicações digitais compartilham muitos elementos das histórias: elas são compostas de personagens, ações desencadeadas entre eles, desfechos e reviravoltas. Particularmente, tanto os hipertextos como a linguagem característica dos jogos digitais pode ser bastante benéfica para o modelo atual de jornalismo, possibilitando a criação de produtos que fogem ao padrão escritural visto nos materiais impressos, por exemplo, e que acaba sendo transposto integralmente para os meios digitais.

Além de apresentar alguns conceitos clássicos sobre a narrativa, este capítulo também mostrará como ela é construída no âmbito dos jogos digitais e, mais adiante, como eles podem ser decisivos para esta proposta de “reconfiguração” do ambiente digital enquanto veiculador de informações noticiosas.

4.1 Alguns conceitos sobre a narrativa

A proposta desta dissertação é a de analisar como os jogos jornalísticos são criados no âmbito da narrativa, e como a narrativa jornalística é reconfigurada, transformada a partir da inserção desses produtos na rotina de produção dos veículos informativos, assim como na rotina do público consumidor de informações noticiosas. Como ponto de partida, é importante entender que o conceito de narrativa passa por diferentes interpretações. É interessante também enxergar que elementos presentes na narrativa são aproveitados para a construção dos jogos digitais, mais precisamente os jogos jornalísticos, que são o enfoque deste trabalho.

Essas particularidades serão apresentadas nos tópicos que seguem, este incluso. Quando falarmos nos jogos digitais, iremos pontuar uma relevante questão no meio acadêmico: a importância e relevância da narrativa na construção dos jogos digitais, e por que motivo alguns dos pesquisadores discordam em olhar o jogo como uma extensão de outras manifestações, como o cinema, ou até mesmo a literatura. Ao término deste capítulo, tentaremos resgatar a questão da narrativa jornalística, e de que forma os jogos jornalísticos conseguem reconfigurá-la.

Iniciando este subtópico, apresentamos um conceito inicial de narrativa. Para o dicionário Priberam da Língua Portuguesa³³, ela seria definida como:

1) Ato de narrar. 2) História contada por alguém. 3) Obra literária, geralmente em prosa, em que se relata um acontecimento, ou um conjunto de acontecimentos, reais ou imaginários, com intervenção de uma ou mais personagens num espaço e tempo determinados.

³³ Disponível em <<https://www.priberam.pt/dlpo/narrativa>>. Acesso em 09 jan. 2017

As três definições observadas no dicionário apontam para um papel crucial para a narrativa, que seria exatamente o ato de relatar ou ainda transmitir alguma coisa. Nesse cenário, a transmissão seria a de uma história, definida como um evento ou ainda uma sequência de eventos que são vividos por um ou mais envolvidos em determinadas situações. Trazendo essas definições para o jornalismo, observamos a semelhança: transformar os fatos em materiais informativos, o relato de diferentes acontecimentos. Quando olhamos para a definição³⁴ de história no mesmo dicionário, nos deparamos com as seguintes informações:

1) Narração escrita dos fatos notáveis ocorridos numa sociedade em particular ou em várias. 2) [História] Período do desenvolvimento da humanidade após o aparecimento da escrita. 3) Ciência ou disciplina que estuda fatos passados. 4) Sequência de fatos ou ações. 5) Relatos desses acontecimentos. = ESTÓRIA, NARRAÇÃO, NARRATIVA. 6) Descrição dos seres da Natureza. 7) Estudo das origens e progressos de uma arte ou ciência. 8) Biografia de uma personalidade ou personagem célebre. 9) Livro de história. 10) [Informal] Relato destinado a enganar (ex.: não me venhas com histórias). = CONTO, MENTIRA, PETA.

Quando analisamos as definições para o verbete, observamos que as definições um, quatro e cinco apresentam uma relação direta com o conceito proposto da narrativa. Dessa forma podemos dizer que uma história pode ser configurada como uma sequência de fatos ou ações, e que a narrativa é a forma como essa história é relatada, de um narrador (quem enuncia a narrativa) para os narratários (que seriam os receptores daquele conteúdo). Sendo assim, dizemos que uma história está mais próxima ao conteúdo factual (também em contextos jornalísticos), enquanto a narrativa se apresenta como a maneira de descrição, de expressão desse conteúdo. Os jogos jornalísticos são uma forma de expressão do conteúdo jornalístico. Temos as histórias, que seria o conteúdo noticioso, e os jogos funcionando como suporte narrativo, ou seja, como reconfiguradores narrativos destas histórias.

Cunha (2003) destaca a *Poética* de Aristóteles como o primeiro texto significativo sobre a narrativa. Na obra, a definição de narrativa se liga à concepção de uma representação (mimese) que é interpretada por um enunciador. Se enxergamos a poesia como uma sequência de diferentes eventos, tal qual uma história, esta definição se aproxima bastante da primeira definição, mas se distingue ao estar atribuído à figura do narrador.

Segundo o filósofo, toda arte é uma atividade mimética, aquela que representa, por imitação, uma realidade subjacente. Mas, de tal maneira que “não é ofício do poeta (criador) narrar o que realmente acontece; é sim, o de representar o que poderia acontecer, quer dizer, o que é possível, verossímil e necessariamente”. A poesia contém, em primeiro lugar, dois modos de exteriorização: a narração, em que o autor fala em seu próprio nome ou em nome de personalidades que ele assume (o ditirambo e a epopeia, ou poesia épica), e o drama, pelo qual os atores vivenciam ações (o texto teatral poético, cômico ou trágico) (CUNHA, 2003, p. 300-301).

³⁴ Disponível em <<https://www.priberam.pt/dlpo/história>>. Acesso em 09 jan. 2017

Já para Reis e Lopes (2011) a narrativa

pode ser entendida em diversas acepções: a narrativa enquanto enunciado, a narrativa como conjunto de conteúdos representados por esse enunciado, a narrativa como o ato de os relatar e ainda a narrativa como modo, termo de uma tríade de universais (lírica, narrativa e drama) que desde a Antiguidade, e não sem hesitações e oscilações, tem sido adotada por diversos teorizadores. É nesta última acepção que o conceito de narrativa aqui nos interessa, uma vez que as restantes acepções ou são contempladas por outros termos mais precisos (por exemplo, narração e história) ou são contempladas por conceitos como discurso e sintagma narrativo (REIS; LOPES, 2011, p. 270-271).

Conforme a definição proposta por Reis e Lopes (2011), a narrativa estaria sendo vista como modo prioritariamente, uma vez que as outras definições podem ser facilmente substituídas por termos mais específicos. Se procurarmos no dicionário a definição³⁵ de modo, é possível compreender que, para os autores, a narrativa estaria próximo ao que seria a representação narrativa. Significaria dizer que o modo afeta de forma quantitativa e qualitativa o objeto narrado, assim como a perspectiva, o que estaria diretamente vinculado à subjetividade do discurso do narrador, e o processo de seleção usado.

Deixando claro, a definição de narrativa enquanto modo (REIS e LOPES, 2011) possui conexão com a forma como os diferentes eventos são narrados, em razão da perspectiva subjetiva do narrador para o narratário. Na narrativa como modo, o conteúdo não é o ponto principal, que pode ser sempre estar sujeito às modificações da seleção. Ela, por sua vez, é determinante no campo qualitativo e quantitativo para os eventos a serem narrados, o que por consequência, afeta toda a experiência narrativa.

Um dos principais nomes no que se refere ao estudo das manifestações narrativas é o francês Paul Ricoeur (1994). Em sua célebre trilogia *Tempo e Narrativa*, o autor discute a conexão entre a narrativa e a temporalidade, abordando tanto a história humana quanto o discurso literário. A obra se fundamenta na análise do *Livro XI das Confissões de Santo Agostinho* e a *Poética* de Aristóteles. A partir das duas obras, Ricoeur apresenta suas considerações quanto ao que motiva o ser humano a narrar e contar histórias, assim como todas as etapas pelas quais tais manifestações ganham forma.

A relação entre narrativa e temporalidade é estudada na obra de Santo Agostinho, na qual Ricoeur constata que são discutidas as angústias do tempo, assim como o peso da consequente existência do tempo, que é enfrentada pelo ser humano.

³⁵ Disponível em <<https://www.priberam.pt/dlpo/modo>>. Acesso em 09 jan. 2017

Na análise da obra, Ricoeur aponta a busca de Santo Agostinho pelo esclarecimento quando compara a passagem temporal com a condução temporal de uma música. Para ele, durante o decorrer da música, é observado quando um trecho finaliza sua reprodução, e outro está para ser apresentado. Esta comparação, entretanto, é bastante simplória para tentar definir o que seria o tempo no contexto da narrativa, o que é relatado por Agostinho como um “enigma sem resposta” (RICOEUR, 1994).

Quando falamos dos seres humanos, a existência temporal seria vista como uma angústia vivida em função da quantidade por vezes avassaladora de eventos caóticos. A linha temporal da existência humana é disposta de maneira dispersa e peculiar. É uma sucessão de fatores que não estão ao controle do ser humano, sem a necessidade de possuírem algum sentido. De acordo com Ricoeur (1994), para Santo Agostinho isto é definido como a “prevalência do discordante sobre o concordante”. A narrativa é um artifício usado para colocar algum sentido na realidade incerta e repleta de incógnitas na qual o ser humano encontra-se.

No ponto de vista antagônico, a outra obra analisada por Paul Ricoeur é a *Poética* de Aristóteles, que é considerada um dos pilares fundamentais dos estudos clássicos da narrativa. Na análise da *Poética* por Ricoeur, a abordagem se apropria da noção de mimese, desenvolvendo-se por diferentes ramificações. A análise da *Poética* surge como uma antítese ao estado de caos, de incerteza da obra de Santo Agostinho.

Para Ricoeur (1994), a narrativa, segundo a ótica de Aristóteles, acaba tornando-se um alívio, uma forma de tranquilizar as inquietudes do ser humano ao longo da passagem do tempo. Afinal de contas, observa-se a vida como uma série de eventos inesperados, porém toda a história concatenada por tais eventos segue uma lógica predefinida.

Entretanto, a narrativa não é uma solução definitiva. Seja qual for o sentido que se cria a partir da experiência narrativa, os eventos da vida continuam sendo designados longe do controle humano. Em outras palavras, trata-se do uso de uma unidade de linguagem que é capaz de conferir ordem e sentido ao estado caótico que seria o “ser-no-tempo”. Assim, o ato de narrar seria visto como uma forma de lidar com eventos e fatos até então inexplicáveis, quando se coloca sentido a partir da lógica.

Ricoeur (1994) destaca o poder das circunstâncias do tempo, que são encaradas como inexplicáveis pelo ser humano. A narrativa também é utilizada desde a tragédia grega como uma forma de trazer conformidade ao tempo a partir do mecanismo da intriga. Entendemos como intriga a atividade de agenciar os fatos em que atua como mediadora, um elo entre o chamado “mundo prático” e o “mundo do leitor”, uma tentativa de organizar os diferentes fatos em uma ordem passível de ser compreendida.

Quando falamos da tragédia grega, as intrigas exerciam um papel crucial na sua condução. Da mesma forma enxergamos a intriga hoje como vital para a construção de enredos (*plots*). Ela não só garante sentido para a sucessão de fatos desconexos, mas também promove uma sensação de finitude, a partir de um desfecho, uma resolução. Quando falamos em histórias, lembramos de fatos que ocorriam em momentos determinados e personagens que surgem em momentos oportunos e atuam de forma heroica. Em outras palavras, o mecanismo da intriga lida com o planejamento de execução de ações com o intuito de transmitir um enredo de forma clara, verossímil e bem amarrada.

Assim, são apresentados os três tipos de mimese identificados por Ricoeur (1994), tipos que fazem alusão ao processo de mimese que Aristóteles, em sua obra, sempre reconheceu como “representação produtora”.

Platão e Aristóteles compartilhavam o mesmo entendimento sobre as mimeses serem uma espécie de “representação da natureza”. Entretanto, ao contrário de Platão, que sempre observou o processo de criação do mundo como uma imitação da verdadeira natureza, Aristóteles não via esta criação como imitação. Existia então uma divergência entre os dois, sobre o fato de observar a representação artística do mundo físico como uma imitação barata.

Ao analisar a *Poética*, Ricoeur (1994) categoriza o processo da mimese em etapas. Se enxergarmos essas mimeses como representações, Ricoeur tece suas considerações sobre a existência de diferentes mimeses e sobre como a formação de todas elas completaria um círculo gerando uma espiral sem fim.

O autor afirma que existe sempre um momento que precede à criação de uma narrativa, ou seja, a organização do que seria a intriga, o componente central da narrativa. Segundo Ricoeur, a primeira mimese seria a representação desse momento de pré-narrativa, ou o “mundo prático” que antecede a narração. Para que este mundo seja representado, é necessário que exista algum tipo de pré-compreensão dele. Isso seria aceitar que existe um mundo já dotado de sentidos e de significado, mas que ainda assim é carregado de muita discordância. A partir da pré-compreensão dessa representação de mundo (que seria a mimese I), ocorre a mimese II, que seria a organização da intriga propriamente dita, o “pivô” da análise de Ricoeur.

A partir da mimese II, o momento da criação da intriga, que ocorre a elaboração de uma trama que irá se construir uma trama que acrescentará sentido aos fatos isoladamente irrelevantes. O modelo da intriga, mesmo com seu ápice na Grécia antiga, ainda continua sendo bastante utilizado nos dias atuais. É a partir da mimese II que se abre o domínio do “como-se”. Esse domínio seria a ficção, a configuração, a composição e o agenciamento dos fatos por meio de uma tessitura de uma intriga que exerce papel de mediadora entre história e acontecimentos e

extrai uma história de uma ampla gama de acontecimentos, ou transforma esses acontecimentos em histórias. A tessitura da intriga compõe juntos fatores heterogêneos, a essa configuração é dada o nome de concordante-discordante, a síntese do heterogêneo que extrai uma configuração de uma sucessão.

Após a intriga ser tecida pelo narrador, ela tem seu destino o leitor. Com a leitura, é feita a recepção da narrativa. Tal leitura afeta a intriga (mimese II) com base na realidade da pré-narrativa (mimese I) e constrói um novo sentido para os eventos narrados. Tal afirmação é construída com base no pensamento que todos os seres humanos são diferentes, assim sendo possuem entendimentos e visões diferentes. Dessa forma, como o leitor não participa do processo de tessitura da intriga, suas bases de conhecimento, assim como sua perspectiva da história, são totalmente divergentes da originalmente proposta pelo narrador.

A mimese III, de acordo com Ricoeur (1994), poderia ser considerada um processo de reconfiguração da intriga. Essa etapa final seria ainda vista como o “lugar do leitor”, a nova configuração de sentido que é dada à intriga a partir da interpretação do leitor.

Outro autor de grande relevância para os estudos narrativos, assim como para a base teórica que constrói os argumentos deste trabalho é Benjamin (1994). Em seu ensaio *O Narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov*, o alemão expõe suas reflexões acerca da narrativa. Dentre elas, são comentadas a historiografia clássica, a epopeia grega, a crônica medieval, o romance de cavalaria, o conto popular, além de formas mais modernas da narrativa em si.

Um ponto interessante da análise de Benjamin é seu enfoque: a importância de compreender o ato de narrar como uma experiência de troca de valores, de vivências, além de ser uma ferramenta essencial para a construção do sujeito. Em suma, um diálogo no qual quem tem algo para dizer acaba por enriquecer o outro culturalmente e vice-versa. Ele o faz ao usar como influências os segmentos da psicologia, da filosofia e da religião.

Uma das colocações mais pertinentes do ensaio é quando Benjamin afirma que “quando o homem perde a sua capacidade de narrar é porque a sua experiência enquanto ser humano foi abalada”:

A arte de narrar está definindo porque a sabedoria - o lado épico da verdade - está em extinção. Porém esse processo vem de longe. Nada seria mais tolo que ver nele um ‘sintoma de decadência’ ou uma característica ‘moderna’. Na realidade, esse processo, que expulsa gradualmente a narrativa da esfera do discurso vivo e ao mesmo tempo dá uma nova beleza ao que está desaparecendo, tem se desenvolvido concomitantemente com toda uma evolução secular das forças produtivas (BENJAMIN, 1994, p.200-201)

Tal conceito, o de “experiência abalada”, torna-se mais claro quando Benjamin (1994) considera o ato discursivo como sagrado e parte intrínseca da existência do ser humano. Muito embora a linguagem não seja algo exclusivo do homem, tanto a linguagem, como a sua narrativa acabam ganhando maior destaque, graças às palavras.

Uma das justificativas da “morte da narrativa”, para Benjamin, seria o surgimento do romance no início da Idade Moderna. Para ele, uma das diferenças cruciais seria o fato de o romance estar “essencialmente vinculado ao livro”, cuja difusão só viria a se tornar possível graças à invenção da imprensa, por Gutemberg. Ao contrário da narrativa, que se baseia nas experiências de quem narra, ou que são relatadas por outrem, o romance é segregado. Sua origem estaria no indivíduo isolado, que “não pode mais falar exemplarmente sobre suas preocupações mais importantes e que não recebe conselhos nem sabe dá-los” (BENJAMIN, 1994, p. 201).

Segundo a ótica de Benjamin (1994), “cada manhã recebemos notícias de todo o mundo. E, no entanto, somos pobres em histórias surpreendentes. A razão é a de que os fatos já nos chegam acompanhados de explicações”. Podemos observar, a partir desta afirmação, que a informação acaba tendo valor muito mais relevante do que a narrativa no contexto jornalístico. Muito do *hard news* é descritivo: fatos que são divulgados com explicações claras, ou que podem dar margem - e normalmente dão - para questionamentos posteriores. Assim como no surgimento dos romances modernos, nos tempos atuais, onde observam-se diferentes revoluções no campo informacional, especialmente no que concerne à adoção de artefatos digitais, o ser humano cada vez mais afasta-se da narrativa em prol da instantaneidade, a informação em tempo real. Saem de cena a magia, a troca de experiências, a construção de ambas as partes.

Mas, ao contrário da informação, a narrativa possui suas próprias forças, e mesmo com tantos altos e baixos ao longo de sua trajetória histórica, ainda consegue se desenvolver, se renovar e surpreender as gerações mais atuais, estas que estão totalmente distantes dos núcleos em que ela foi originalmente criada. Pode-se ver isso claramente nos filmes e ainda nos próprios jogos digitais, que cada vez mais exploram de formas criativas e inovadoras os fundamentos da narrativa, com o intuito de apresentar para o público fatos contundentes e acima de tudo, coerentes com a realidade de quem está acompanhando.

Embora o tom adotado por Benjamin seja fatalista, ao constatar a “morte da narrativa tradicional em função da crescente importância da veiculação da informação”, tal ponto de vista não é o foco deste trabalho. Entretanto, a visão apresentada pelo autor serve para discutir o peso da narrativa diante da necessidade da instantaneidade da informação, bem como a sua crescente

importância. Ora, a narrativa passou por “declínios” em diferentes momentos. Mas, em outros, soube se reinventar, aproveitando outros suportes midiáticos para manter-se relevante.

Outra perspectiva bastante relevante no que concerne aos estudos da narrativa é a do russo Vladimir Propp, considerado um dos expoentes da narratologia. Em sua obra *Morfologia do Conto Maravilhoso*, publicada em 1928, o russo propõe uma análise de mais de cem narrativas: os contos 50 a 151 da coletânea *Contos de Fadas Russos*, publicada por Aleksandr Afanássiev em oito volumes, totalizando 600 contos.

(...) esta obra está dedicada aos contos de magia. (...) Por conto de magia entenderemos, por enquanto, os que estão classificados no índice de Aarne e Thompson entre os números 300 e 749. Esta definição preliminar é artificial, e adiante teremos ocasião de dar outra mais correta, baseada nas próprias conclusões obtidas (PROPP, 2006, p. 20)

A metodologia de Propp busca definir a narrativa não em relação aos seus temas, mas sim à sua construção e composição. O autor desmembrou essa análise em sete papéis (ou arquétipos) básicos: o herói, o antagonista, o doador, o auxiliar, a princesa, o mandante e o falso herói, além de trinta e uma funções, como mostram os quadros a seguir:

Tabela 7 - Esquema de Propp (2006) para análise de personagens e esferas de ação

Personagem	Esfera de ação
- o herói buscador	- parte em viagem para realizar a busca (C↑) - é colocado à prova pelo doador (E) - casa-se com a princesa (W ⁰)
- o herói vítima	- é colocado à prova pelo doador (E) - casa-se com a princesa (W ⁰)
- mandante	- envia o herói para a sua missão (B)
- antagonista	- causa dano (A) - enfrenta o herói em combate (H) - persegue o herói (Pr)
- doador	- submete o herói a testes/provas (D) - transmite o objeto mágico ao herói (F)
- auxiliar (ser vivo ou objeto mágico)	- transporta o herói para onde ele necessita ir (G) - repara o dano ou carência (K) - salva o herói quando o antagonista o persegue (Rs) - soluciona as tarefas difíceis impostas ao herói (N) - altera a aparência do herói (dando-lhe ou devolvendo-lhe forma animal ou humana, presenteando-o com novas roupas, eliminando um defeito físico) (T)
- princesa ou pai da princesa	- impõe ao herói tarefas difíceis (M) - dá ao herói uma marca ou objeto que servirá para identificá-lo mais tarde (J) - desmascara o falso herói (Ex) - reconhece o herói (Q)

	- casa-se com o herói (W^0)
- falso herói	- parte em viagem para realizar a busca ($C\uparrow$) - é colocado à prova pelo doador, mas falha: sua reação é negativa (E_{neg}) - apresenta-se para receber o prêmio que caberia ao herói (L)

Fonte: Propp (2006)

A partir dessa tabela, compreende-se que a distribuição das esferas de ação entre os personagens é feita de três formas (PROPP, 2006, p. 78-79, p.81): 1) um personagem ocupa uma esfera de ação; 2) um personagem ocupa várias esferas de ação (ex.: o animal agradecido pode ser doador e mais tarde auxiliar; o pai que envia o herói em busca de algo e lhe dá um conselho ou objeto mágico atua como mandante ou doador); 3) vários personagens alternam-se em uma esfera de ação (ex.: a cada etapa o herói é submetido a diferentes provas por um doador diferente).

Desta forma, há, no conto, sete personagens básicos. As funções da parte preparatória (b, g-d, e-x, h-q) também estão distribuídas entre esses personagens, mas essa distribuição não é uniforme, e por isso essas funções não devem definir os personagens. Além disso, existem personagens especiais para a ligação das partes (os queixosos, os delatores, os caluniadores) e também transmissores particulares para a função x (informação obtida): o espelho, o cinzel, a escova revelam onde se encontra a vítima procurada pelo malfeitor (PROPP, 2006, p. 78)

As funções são estabelecidas segundo o quadro a seguir:

Situação inicial (α)

β : afastamento (partida ou morte de alguém mais velho, de um jovem, etc.)
 γ : proibição (γ^1 - herói recebe proibição; γ^2 - herói recebe ordem de fazer algo)
 δ : transgressão (δ^1 - transgressão da proibição; δ^2 - execução da ordem)
 ε : interrogação (o malfeitor pergunta sobre o herói)
 ξ : obtenção de informações (o malfeitor recebe as informações)
 η : persuasão pelo malfeitor (o malfeitor engana a vítima)
 θ : o herói reage ante a proposta do malfeitor (a vítima é enganada)

Demais funções

A: dano / a: carência
B: mediação, momento de conexão (apelo; envio/autorização do herói; anúncio do dano)
C: início da reação
 $\uparrow$: partida do herói

D:	<i>prova</i> (doador submete herói a prova)
E:	<i>reação</i> (herói tem êxito na prova)
F:	<i>transmissão de objeto mágico</i> (herói recebe objeto mágico, informação, etc.)
G:	<i>viagem ao lugar de destino</i>
H:	<i>luta contra malfeitor</i> (combate, competição, etc.)
I:	<i>marca</i> (herói recebe marca no corpo ou objeto identificador - lenço, anel, etc.)
J:	<i>vitória</i> (malfeitor é derrotado, expulso, morto)
K:	<i>reparação do dano/carência</i> (quebra de feitiço, soltura da prisão, fim da pobreza, etc.)
↓:	<i>regresso</i>
Pr:	<i>perseguição</i> (sucessiva transformação em diferentes animais; tentativa de morte)
Rs:	<i>salvamento</i> (herói é socorrido ou consegue escapar)
O:	<i>chegada incógnito</i> (herói aparece disfarçado ou não se identifica)
L:	<i>pretensões do falso herói</i> (falso herói faz-se passar pelo herói)
M:	<i>tarefa difícil</i>
N:	<i>realização da tarefa</i>
Q:	<i>reconhecimento do herói</i>
Ex:	<i>desmascaramento do falso herói</i>
T:	<i>transfiguração</i> (herói ganha nova aparência física, novas roupas, etc.)
U:	<i>castigo do malfeitor ou falso herói</i>
W:	<i>recompensa</i> (casamento, subida ao trono, enriquecimento, etc.)
<:	<i>separação diante de um marco indicador</i> (irmãos, noivos, etc. separam-se)
Mot:	<i>motivações</i>
s:	<i>transmissão de objeto sinalizador</i> (herói e princesa trocam objetos: véu, anel, etc.)
§:	<i>conexões</i> (ação que interliga duas outras funções)
pos:	<i>resultado positivo da função</i>
neg:	<i>resultado negativo da função</i> (ex.: E _{neg} [falso herói não tem êxito na prova imposta pelo doador]; U _{neg} [malfeitor não é castigado])
contr:	<i>resultado oposto ao significado da função</i> (ex.: F _{contr} [doador castiga herói após êxito na prova])

De acordo com Propp (2006), os personagens não são definidos por sua disposição favorável ou agressiva, mas sim por sua contribuição ao enredo e seu impacto sobre o herói, que acaba sendo o eixo central, o pivô da história.

O importante não é o que eles (personagens) querem fazer, nem tampouco os sentimentos que os animam, mas suas ações em si, sua definição e avaliação do ponto de vista de seu significado para o herói e para o desenvolvimento da ação. (...) os sentimentos do mandante podem ser hostis, neutros ou amistosos, isto não influirá no desenvolvimento da ação (PROPP, 2006, p. 79)

Embora relevante nos fundamentos da narrativa, é quase impossível analisar qualquer obra narrativa hoje sob a ótica proposta por Propp (2006). Para que isso ao menos fosse válido, seria necessário que as histórias analisadas estivessem inseridas num contexto de fantasia, isto é, como os contos de fadas ou romances de cavalaria que tratam de atitudes heróicas, ou ainda a inserção de criaturas fantásticas, como dragões, fadas, etc. Mas é interessante observar a construção da história sob um prisma diferente do que se propõe na estrutura de três atos (introdução, desenvolvimento e conclusão). Poderíamos ainda estabelecer uma aproximação com o modelo da jornada do herói, e sua adaptação para os modelos literários (VOGLER, 2015).

De modo geral, as definições diversas sobre o conceito de narrativa apresentadas neste subtópico inicial buscam enaltecer aproximações que elas tenham em comum. Diante de algumas observações realizadas, entende-se inicialmente que não existe uma coincidência ou concordância quanto ao teor de cada definição, além de existir diversos elementos que podem ser considerados parte integrante de uma narrativa.

Em suma, uma narrativa nada mais é que uma sequência de eventos que é transmitida por alguém (normalmente, sob a figura do narrador). Tal sequência de fatos pode sofrer modificações ao longo do tempo e ser alterada de forma qualitativa ou quantitativa pelo modo, ou seja a forma como ela é transmitida para outrem.

Narrar histórias está basicamente ligado a dar significado a alguma coisa. Este processo passa por constantes transformações quando se estabelece diálogo com o público, com quem ouve aquela sequência de informações encadeadas. Conforme Ricoeur (1994) aponta, esse processo passa por diferentes etapas (as mimeses anteriormente citadas), e se molda em uma nova narrativa.

Este trabalho não tem a pretensão de compreender a narrativa em sua totalidade, visto que são diversos os conceitos e observações sobre como ela se manifesta, se constrói, se reconfigura. A proposta aqui é a de apresentar esses pontos de vista, para que eles possam oferecer fundamentação suficiente para discutir a conexão da mesma com um universo até então alheio, que é o dos jogos digitais.

4.2 Elementos da narrativa aplicados aos jogos digitais

A proposta deste subtópico é associar alguns dos conceitos vistos anteriormente sobre a narrativa, bem como suas manifestações no campo de conhecimento dos jogos digitais. Aqui, o objetivo é tentar compreender que uma estrutura digital pode impactar e até mesmo remodelar os conceitos tradicionais expostos no subtópico anterior, bem como observar quais são as observações e perspectivas dos diferentes estudiosos e profissionais que estão diretamente ligados a este campo de estudo, isto é, que adotam estes produtos digitais como objetos de trabalho.

A transição para as formas de produção, comunicação e distribuição mediadas pelo computador teve um papel crítico na construção de novas manifestações narrativas. Sobre esse fenômeno, Manovich (2001) discorre apontando que estas “novas mídias” afetaram de forma bastante significativa a narrativa em si. Segundo ele, estaríamos diante de uma “nova revolução da mídia”, que seria discutivelmente mais profunda que as anteriores, e só agora estamos testemunhando seus efeitos iniciais. Ainda segundo o autor, esta revolução afeta de forma direta todos os estágios de comunicação, que incluem aquisição, manipulação, armazenamento e distribuição, além de afetar todos os tipos de mídia: textos, imagens estáticas e em movimento, sons e construções espaciais. Dentro deste cenário, a narrativa firma-se como modalidade dentro de um aspecto mais amplo, que seria o modo como o ser humano experimenta sua existência, e como opta por representá-la na era digital. Vale salientar que a publicação do livro *The Language of the New Media* aconteceu há mais de quinze anos. De lá para cá, o computador como suporte, produtor e distribuidor de mídia ganhou ainda mais importância na sociedade contemporânea.

Manovich (2001) ainda elenca algumas características importantes destas chamadas “novas mídias”, com o objetivo de identificar tendências que evidenciam uma realidade que passa por constantes transformações. Tais princípios seriam: representação numérica (formal), modularidade, automação, variabilidade e transcodificação. Não é o objetivo deste trabalho discutir como se desenvolve esse conceito de nova mídia, mas de forma bastante breve, apresentaremos cada um destes princípios.

Quando falamos que um objeto de nova mídia é representado de forma numérica, dizemos que estes objetos podem ser representados de forma matemática, isto é, formal. Como estes objetos são representados apenas por números (e se levarmos em consideração as linguagens

de programação de baixo nível³⁶, em forma binária), eles normalmente estão sujeitos à manipulação algorítmica, ou seja, eles podem ser modificados por rotinas, chamadas e métodos das linguagens de programação. Se pararmos para analisar um jogo digital, ele nada mais é do que um conjunto de diferentes rotinas de programação, que são invocadas de acordo com as ações realizadas pelo jogador dentro daquele universo. Seja quando uma tecla é pressionada, seja para apresentar informações sobre a história do jogo. Todas essas operações estão baseadas em algoritmos computacionais. Dentro dessa propriedade, podemos fundamentar o conceito de retórica procedimental (BOGOST, 2007) anteriormente apresentado.

A segunda propriedade seria a estrutura modular destes objetos. Manovich (2001) chama essa propriedade de “a estrutura fractal das novas mídias”. Assim como um fractal possui a mesma estrutura em diferentes escalas, as novas mídias possuem a mesma estrutura modular. Os elementos midiáticos, sejam eles imagens, sons, formas ou até comportamentos, são representados como coleções de *amostras discretas* (pixels, polígonos, voxels, personagens e até mesmo roteiros). Embora esses elementos sejam montados em objetos maiores, eles continuam mantendo suas identidades originais, em separado. Ou seja, podem ser recombinaados em objetos maiores, sem perder sua independência ou essência. Em termos de programação, esses elementos são escritos e combinados na forma de pequenos módulos, vistos como autossuficientes, em programas maiores. Esta analogia, entretanto, tem limites: caso um módulo de um programa de computador seja removido, ele deixa de funcionar. A não ser, claro, quando a estrutura do programa permita o acoplamento e desacoplamento de diferentes elementos. Mas como isso se aplica quando falamos de jogos? Os jogos são tradicionalmente estruturas monolíticas compiladas. Seguindo o pensamento de Manovich, não seria possível tirar um módulo e manter o seu pleno funcionamento, a menos que isto seja permitido pelo desenvolvedor do jogo, por exemplo.

A terceira propriedade a ser mencionada seria a da automação. O argumento de Manovich (2001) para esta propriedade seria a de que a codificação numérica das novas mídias e a estrutura modular de um objeto midiático permitem a automação de muitas operações envolvidas na criação, manipulação e acesso às mídias. Um dos exemplos citados pelo autor, no contexto dos jogos digitais, foi o desenvolvimento da chamada *inteligência artificial*, artifício bastante utilizado no contexto dos jogos para propor desafio para que os jogadores, além de executar e apresentar as informações com o progresso do jogador. Segundo Manovich, quase todo jogo

³⁶ Linguagem de programação de baixo nível seria uma linguagem mais próxima do nível da máquina, ou seja, suas instruções e variáveis são processadas e computadas de forma mais bruta, sendo lidas diretamente pelo processador. Um destes exemplos seria o Assembly.

comercial inclui esse tipo de componente, sejam os jogos simulando corridas de carros, passando por jogos de estratégia e ainda os FPS (*first person shooters*). Os *engines* de IA usam uma grande variedade de abordagens para simular a inteligência humana, de sistemas baseados em regras até redes neurais.

A seguir, Manovich menciona a característica da variabilidade. Entende-se por variabilidade a ausência do caráter fixo dos objetos das novas mídias. Eles são tratados como algo que pode existir em versões infinitas, com potenciais diferenças. A variabilidade é uma consequência direta da representação numérica (propriedade nº 1) e da estrutura modularizada (propriedade nº 2) destes objetos da nova mídia. Quando armazenados digitalmente, os elementos das novas mídias mantêm suas identidades e podem ser combinados em diferentes e numerosas sequências sob o controle de um programa, ou agente. No caso dos jogos digitais, observamos o princípio da variabilidade aplicado sob os elementos dispostos no jogo, os inimigos num *first person shooter*, os personagens num *role-playing game*, só pra citar alguns exemplos. Embora eles sejam apresentados de forma diferente nos ambientes do jogo, sua origem é a mesma: são representações numéricas, tratadas a partir de rotinas computacionais.

Por último, temos a transcodificação. Na visão de Manovich (2001), a transcodificação cultural seria uma das consequências mais substanciais da manipulação da mídia nos meios computacionais. A partir da transcodificação vemos uma mudança na apresentação das narrativas. Sua variante tradicional não exige muito esforço por parte do leitor, tendo seu entendimento linear. Já os jogos digitais já exigem maior entendimento por parte do jogador, que deve procurar descobrir os mecanismos lógicos, com o intuito de reconstruir o sentido. Assim sendo, falar em narrativa interativa, especialmente no que tange os jogos, é falar na soma de diversas trajetórias por um determinado banco de dados, e assim como um objeto cultural tradicional é uma variante particular de um objeto de nova mídia, a narrativa tradicional pode ser vista como uma variante particular de uma narrativa interativa.

Um dos conflitos mais recorrentes na última década relacionado aos jogos digitais, é o uso da narrativa como um elemento intrínseco para o seu desenvolvimento, argumento que não é aceito para um grupo de estudiosos apelidados de ludologistas. Para eles, os jogos não podem ser vistos como extensões do cinema ou da literatura, devendo ser analisados a partir de seu conjunto de regras e possibilidades de interação do jogador com o mundo do jogo. Para estudiosos como Frasca (2003) e Juul (2005), os jogos digitais não são apenas baseados em ambientes de representação, mas também numa estrutura semiótica conhecida como simulação. Para Frasca o modelo de *storytelling* não somente não é preciso, mas também limita o entendimento

do jogo como meio, assim como a habilidade de criar jogos digitais cada vez mais envolventes (FRASCA, 2003, p. 1).

A bandeira levantada pelos ludologistas confronta o que alguns estudiosos pregam, que seria observar (e valorizar) o jogo eletrônico a partir de suas construções narrativas. Para Juul (apud Salen & Zimmermann, 2003), é perigoso confiar totalmente nas teorias literárias para argumentar que todos os jogos são (ou não) narrativas. Juul não está totalmente errado em sua afirmação. Jogos digitais podem ser imbuídos de elementos narrativos, mas é importante observar que a disposição desses elementos ao longo da experiência do jogo se dá de forma totalmente distinta a de um livro, por exemplo. Num livro, a experiência narrativa é linear, onde são apresentados personagens, conflito e a resolução deste conflito, algo parecido com a estrutura narrativa dos três atos. Um dos jogos que Juul cita é o *Doom* (1993). A história do jogo não é contada conforme o jogador avança fase por fase eliminando alienígenas e outros monstros. Muito do *backstory* (a história de fundo) só se torna conhecido a partir do acesso do jogador a outros elementos externos do jogo, como a embalagem ou os próprios manuais, que costumam apresentar um breve resumo da história. No caso do *Doom*, o jogador assume o papel de um soldado que tem como missão impedir o avanço da invasão alienígena nas colônias terráqueas em Marte. Outro artefato normalmente usado para “conduzir” narrativas nos jogos são os trechos mostrados entre fases, comumente chamados de *cutscenes*, como forma de situar o jogador em relação ao progresso de sua experiência, e como suas ações ao longo do jogo estão causando influência na condução da história.

4.2.1 Ludologia, a ciência do jogo

De acordo com Frasca (2003), a ludologia pode ser definida como um campo de estudo dos jogos, mais precisamente os jogos digitais. A relevância do termo surgiu a partir de uma necessidade, segundo Frasca, de uma disciplina mais coerente que eliminasse a necessidade de recorrer às teorias literárias, assim como o campo do cinema e da narratologia para estudar os jogos digitais. Foi a partir disso que o termo ganhou força, inclusive a corrente dos chamados *game studies*. Basicamente, é uma resposta ao senso comum de que os jogos devem ser vistos como extensões da narrativa, desprezando qualquer outra particularidade dos mesmos. Um dos argumentos é o de que o modelo de *storytelling* não somente não é preciso, como também limita a compreensão da mídia como um todo, além da habilidade de criar jogos ainda mais envolventes (FRASCA, 2003; JUUL, 2001).

O termo surgiu a partir da aglutinação das palavras *ludus* e *logia*. A primeira, de origem latina, significa jogo, ou atividade na qual algo é jogado, e *logia*, que significa estudo, vindo do

grego *logos*. Sendo assim, podemos afirmar que a ludologia é a ciência que estuda os jogos, ou as atividades que deles são derivadas. Para este trabalho, é o campo de estudo que tenta estabelecer abordagens para os jogos a partir dos elementos que o caracterizam, como regras e dinâmicas, por exemplo.

Para Frasca (2003), os jogos não devem ser somente vistos como estruturas representacionais (isto é, baseadas em narrativas), mas também numa estrutura semiótica alternativa chamada de simulação. Este é um dos principais motes desta corrente, a de defender os jogos pelo seu conjunto de regras e interações, ao invés de olhar simplesmente para eles como um artefato narrativo. Frasca aproxima seu argumento à classificação originalmente proposta por Caillois (1990), que divide os jogos em duas grandes categorias: *paidia* e *ludus*.

Outro nome importante que levanta a bandeira dos ludologistas é Aarseth (1997), que apresenta o conceito de simulação a partir da análise de textos eletrônicos. Para ele, essa modalidade de texto poderia ter um melhor entendimento se eles fossem analisados como sistemas cibernéticos. Aarseth criou uma tipologia para as diferentes modalidades de texto, mostrando que o hipertexto é somente uma das muitas dimensões possíveis para estes textos sistêmicos, cuja nomenclatura dada por ele é a de cibertextos. A teoria literária tradicional e a semiótica como conhecemos não consegue lidar com este tipo de material, que segundo Aarseth ainda estão os jogos estilo *adventure*, além de ambientes baseados em texto (*text-based*), porque tais produtos não seriam feitos somente de sequências de signos, mas também possuem um comportamento que se assemelha ao das máquinas ou ainda geradores de signos (AARSETH, 1997). Esta contestação nos domínios da representação teria dado precedentes para a simulação e os *game studies* enquanto campos de pesquisa relacionados aos jogos digitais.

Para Frasca, uma das principais diferenças entre os jogos e as mídias tradicionais é que estas últimas são puramente representacionais, e não podem ser simuladas. As mídias tradicionais são excelentes em produzir descrições e descrever eventos de forma precisa, o que é a proposta original da narrativa. Como exemplo, Frasca cita as fotografias de um avião, que dizem informações sobre cores e formatos, mas ela não faz mais nada além disso quando manipulada. Por outro lado, simuladores de vôo ou até mesmo um aviãozinho de papel não são somente sinais, mas máquinas que geram sinais de acordo com as regras que são importadas do funcionamento de um avião de verdade. O mesmo raciocínio valeria para os filmes: são narrativas que podem ser interpretadas de diferentes formas, mas não podem ser manipuladas ou alteradas, visto que aquela sequência de fatos é fixa, imutável em sua estrutura midiática.

Já um simulador de vôo permite ao jogador realizar ações que irão alterar o comportamento do sistema, de uma maneira próxima ao que acontece nos aviões reais. Este é um dos

argumentos usados por Frasca para enaltecer o poder de simulação dos jogos até então negligenciado pelos autores: eles são uma forma particular de estruturar simulações, assim como a narrativa é uma forma de estruturar representações.

Outro argumento que fomenta esta corrente vem de Eskelinen (2001). Em seu artigo *The Gaming Situation*³⁷, o autor discorre que

“fora da teoria acadêmica, as pessoas são excelentes em fazer distinções entre narrativa, drama e jogos. Se eu jogo uma bola para você, eu não espero que você a derrube e espere até que ela comece a contar histórias. Por outro lado, se e quando os jogos, especialmente os jogos de computador são estudados e teorizados eles são quase, sem exceção, colonizados pelos campos da literatura, teatro, drama e estudos cinematográficos. Os jogos são normalmente vistos como narrativas interativas, histórias procedurais ou cinema remediado” (ESKELINEN, 2001)³⁸.

Para Jan Simons (2007), existe uma grande diferença entre jogar uma bola e recontar o fato de jogar essa mesma bola. Tal distinção serve para mostrar que, embora os jogos digitais não possam ser considerados *irrelevantes* ao analisar uma narrativa, estas mesmas narrativas não podem ser analisadas em suas características essenciais, se estiverem embutidas nos jogos. Resumindo, a estrutura formal dos jogos não deve ser desprezada numa análise narrativa, quando eles não são apenas meros meios representacionais.

Voltando para a colocação de Eskelinen, muito embora o teor de parte dela seja extremamente sarcástico, ela levanta uma questão bastante pertinente: é difícil se libertar das “lentes” da narrativa quando se está estudando ou teorizando jogos. Acaba tornando-se difícil pensar em diferentes alternativas para teorização. Frasca (2003) acaba alertando ainda para o fato de muitos pesquisadores estarem familiarizados com as teorias narrativas e dificilmente “começam a construir uma nova abordagem do zero”. Tal argumento é válido, se levarmos em conta a proficiência das indústrias midiáticas e do público em consumir e criar narrativas. Frasca retoma o argumento dizendo que é bastante “tentador” encaixar os jogos neste mesmo parâmetro.

Pode até parecer que os ludologistas menosprezam qualquer manifestação narrativa no âmbito dos jogos digitais, o que não é o caso. Para eles, os jogos não são apenas as narrativas, mas vão além disso. Um jogo não necessita ter um estofo narrativo para ser jogável. Jogos casuais como o *Tetris* ou *Pong* não possuem qualquer narrativa embutida, sendo perfeitamente jogáveis por horas, e a cada experiência, podem ser gerados percalços e desfechos distintos.

³⁷ Disponível em <<http://www.gamestudies.org/0101/eskelinen/>>. Acesso em 09 fev. 2016

³⁸ Traduzido do original: “Outside academic theory, people are usually excellent at making distinctions between narrative, drama and games. If I throw a ball at you I don’t expect you to drop it and wait until it starts telling stories. On the other hand, if and when games and especially computer games are studied and theorized they are almost without exception colonised from the fields of literary, theatre, drama and film studies. Games are seen as interactive narratives, procedural stories or remediated cinema”.

Juul defende o argumento que, quando um jogo é desenvolvido, observa-se a criação de algo novo, algo onde a narratologia falha (JUUL, 2005, p. 15). Assim, entende-se que, para a narratologia, o jogo é visto somente como um meio de perpetuar a narrativa para contar uma história, como é feito com o cinema e a televisão, e suas recorrentes adaptações da literatura para esses meios.

Para Juul, a ludologia ganha força ao distanciar-se deste raciocínio: ela promove o estudo dos jogos, resultando assim em um novo campo de pesquisa, totalmente afastado do que até então existia para estudá-los (JUUL, 2005, p. 16). Segundo Loureiro (2014), autonomizando a ludologia como campo de estudo, uma maior aceitação entre os estudiosos seria possível, ocasionando assim uma maior sistematização do conhecimento sobre esse objeto de estudo. Assim, seria possível atingir o patamar de ciência de estudo válida, totalmente desprendida dos campos já existentes, mas sem perder a sinergia com eles. Vale lembrar que o processo de criação de jogos é algo multidisciplinar. Neste caso, entram a computação, a modelagem e o design de personagens, a criação de sons, a escrita, dentre muitos outros campos.

Ainda segundo Juul (2005), os jogos digitais são únicos em sua essência. Uma das justificativas apontadas seria a incoerência e a contradição existentes no universo do jogo em relação à realidade. O que vai de encontro ao que Bogost (2007) defende, ao afirmar sobre um *ethos* singular presente nesses jogos. Indo mais além, Juul encontra subsídios para defender tal justificativa nas definições de Huizinga (2010), ao defender que os jogos nada mais são atividades dissociadas da realidade. Vale lembrar que o autor defende a ideia do círculo mágico, e toda a ação referente ao jogo se desenvolve dentro dele.

Loureiro (2014) conclui que o jogo é algo único justamente por não ser regido pelas leis da lógica, e assim ele é completamente passível de contradições e incoerências. Vale ressaltar aqui que o ato de jogar é algo totalmente “desprendido” das convenções lógicas, mas durante sua construção, são seguidas tanto as convenções lógicas e regras para sua execução (LOUREIRO, 2014, p. 29). Esse caráter de ficção do jogo (JUUL, 2005) permite que existam tais incoerências e contradições. Juul (2005) prega que um jogo digital nada mais é que uma representação virtual de um mundo real, ou seja, fictício.

Associando agora o nosso objeto de estudo, que são os jogos jornalísticos, com a proposta lançada pela ludologia, podemos observar que existe um certo rigor no universo e nas regras que o conduzem. Não se pode negar que muitos dos jogos que se classificam como jornalísticos possuem uma forte necessidade pedagógica, que é ainda associada a um componente de crítica social, como é o caso do próprio *September 12th* ou do *Kabul Kaboom*, desenvolvidos por Frasca. Ambos são jogos que usam como pano de fundo o terrorismo e as mortes de civis

provocadas direta e indiretamente por tais investidas. Jogos como esses são claros: possuem uma mensagem direta, com o objetivo de clarificar e ao mesmo tempo criticar todas as consequências decorrentes das ações antiterroristas logo após os conflitos, alertando para os efeitos colaterais que ocorreram. São jogos onde não existe uma condição satisfatória de vitória, visto que elas são representações de um contexto verídico, salvo as restrições impostas durante do desenvolvimento. Podem parecer desinteressantes, mas jogos dessa categoria possuem um objetivo maior: despertar o senso crítico de quem os joga.

A partir de jogos como os jornalísticos, que os ludologistas encontram argumentos válidos para sustentar que os jogos podem e devem ser tratados como um campo de estudo próprio. Assim, o jogo pode tornar-se uma ferramenta apropriada para ser usada nas mais diversas áreas, simulando assim ambientes reais em mundos ficcionais, como prega Juul (2005).

Loureiro (2014) reforça que jogos assim são passíveis de evocar memórias históricas, de conseguir criar cenários onde é possível analisar acontecimentos históricos, mas reforça que adotar a realidade histórica a este tipo de jogo sempre cria problemas, que estão relacionados com a reconstrução da complexidade dessa realidade. Jogos assim são vistos como janelas que permitem ter um vislumbre da temática em debate, mas que pecam numa coisa: a falta de narrativas claras. Tanto no *September 12th*, como no *Kabul Kaboom*, o principal objetivo não é conquistar o jogador a partir de uma narrativa envolvente, mas sim conscientizar o mesmo a partir de suas experiências, despertando o pensamento crítico, sem ter qualquer tipo de narrativa apresentado.

Este é um dos pontos debatidos pela narratologia, no ato de criar jogos. É necessário existir um contexto para que o jogador se envolva com aquela experiência. O tópico a seguir apresenta em mais detalhes como esta corrente tornou-se relevante para a criação de jogos digitais.

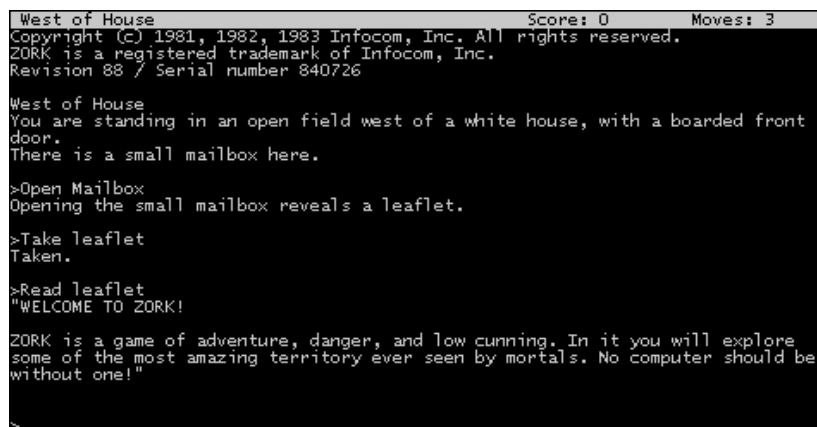
4.2.2 Narratologia: jogos contando histórias

O foco deste trabalho é analisar os jogos jornalísticos sob uma perspectiva da construção de seus elementos narrativos, em detrimento do que a chamada corrente ludológica prega, assim sendo, adotamos um posicionamento a favor da corrente narratológica.

A perspectiva narrativista é algo que está muito próximo dos jogos digitais, desde o seu início, e vem acompanhando-os a cada nova evolução deste produto enquanto mídia. Um dos principais exemplos são os *adventures* baseados em texto. Um desses exemplos é o *Zork* (1980), onde toda a interface era baseada em textos onde o jogador deveria basear suas ações de acordo com o que era apresentado. Jogos desse tipo não apresentavam qualquer tipo de mecanismo

visual para o jogador, que usava a imaginação para criar os cenários e situações descritos em cada passagem de texto. Hoje é um gênero praticamente extinto, mas sua relevância e contribuição para a construção de jogos com estofamento narrativo mais complexo é enorme.

Figura 27 - Imagem do jogo *Zork* (1980)



Fonte: disponível em <<http://infocom.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

As origens deste tipo de jogo surgiram a partir das adaptações literárias das obras de J.R.R. Tolkien (LOUREIRO, 2014, p. 31), já que os criadores eram, também, apreciadores de seus livros. Podemos elencar uma das primeiras diferenças entre as correntes ludológica e narratológica: a primeira busca estudar o jogo digital como uma mídia dissociada de todas as outras, dando maior relevância ao produto; ao passo que para a segunda corrente, o jogo indiscutivelmente acaba buscando inspiração e subsídios para sua criação em outros meios, não desprezando-os de forma alguma. Nesse caso, os jogos acabam sendo parte integrante de um vasto universo narrativo já existente. Para isto, basta observar como a literatura e o cinema influenciaram de forma direta as mais diversas variantes de jogos.

Não se nega a influência da literatura para o desenvolvimento dos jogos digitais. Um exemplo são as adaptações de obras literárias aos jogos, sejam elas adaptações literais do texto, ou que se inspiram em personagens e cenários, criando algo totalmente novo. A recorrência desse tipo de cenário se encontra nos *role playing games*, seja ela na versão digital ou na versão tradicional, de mesa, jogada com dados e fichas. Muitos dos enredos desta categoria de jogo se inspiram na abordagem narrativa proposta por Propp (2006), onde a história se desenrola de acordo com os personagens e esferas de ação delimitadas pelo russo. Mas, deve-se notar que associar a perspectiva narrativista é associada somente à literatura seria muito reducionista. É interessante apresentar porque estes jogos são recorrentemente analisados sob uma ótica narrativista, já que adaptação de livros e filmes não é prerequisite suficiente para os jogos serem

parte integrante da corrente narratológica. Mas autores como Janet Murray, vista como um dos principais nomes da corrente narratológica, considera que tudo é passível de possuir narrativa, incluindo neste conjunto os *jogos digitais* (LOUREIRO, 2014, p. 32).

Relembrando que a estrutura padrão da narrativa está dividida em três partes, segundo Miller (apud ZIMMERMANN, 2004, p. 156-157): em primeiro lugar, uma narrativa é algo estático em seu início, apenas se modificando quando eventos externos a alteram, criando assim razões para que ela avance; em segundo lugar, a narrativa não é meramente um conjunto de eventos soltos, mas existe uma personificação de eventos através de um meio, que seria a linguagem; e em terceiro e último lugar, tal representação é constituída de padronização e repetição, o que se torna verdadeiro para todos os níveis de uma narrativa, seja em sua forma material, ou na sua temática conceitual. Em resumo, uma narrativa começa como estática no início, mas que ganha dinamismo ao longo de diversos processos, evolui e a linguagem se personifica, mediante um processo de padronização e repetição.

Podemos muito bem inserir nesta definição os jogos digitais. Para eles, a narrativa cresce no momento em que existe ação, e essa ação, em termos de mundo do jogo, é traduzida a partir das ações tomadas pelo jogador. Pode ser um mundo de jogo baseado somente em textos, como o Zork, ou em ambientes de gráficos bastante elaborados, como *The Witcher III: Wild Hunt* (2015), só para citar alguns exemplos.

E os newsgames? Em sua essência são jogos digitais, independente da sua construção. Em jogos como o *Super Impeachment Rampage*, que será analisado com mais detalhes no capítulo seguinte, observamos uma narrativa, embora simplória, sendo desenvolvida ao longo do desempenho do jogador pelas fases. Aqui, toda a narrativa (que começou desde a abertura do processo até perto da votação do mesmo na Câmara dos Deputados), se desenvolve fase a fase: seja por elementos característicos desses fatos inseridos no jogo, seja pela interação da protagonista (a ex-presidente Dilma) com outros personagens-chave da trama. Vale lembrar que nem todos os newsgames seguem esse pensamento, relembrando por exemplo os próprios *September 12th* e *Madrid*. Um dos conflitos na adoção de narrativas nos newsgames é uma das características levantadas por Sicart (2009): a de serem jogos que não devem perder o “frescor” da notícia. Aliado a isso, observamos alguns entraves: criar jogos requer uma equipe com múltiplas competências, algo difícil no atual contexto jornalístico, que vê uma diminuição significativa no quadro de funcionários das redações ao redor do mundo. Essa questão será discutida com mais detalhes no capítulo seguinte.

É interessante novamente os eventos desconexos servirem como subsídio para alimentar uma narrativa, além do padrão existente e a sua repetição para dinamizá-la. Deve-se entender

que este *modus operandi* é um dos principais motivos por que existem tantos defensores da abordagem narrativista nos jogos digitais. Segundo Loureiro (2014), se alterarmos eventos por ação direta do jogador, é obtida a base de quase todos os jogos existentes, ou seja, são as ações dos jogadores que dinamizam o jogo. A linguagem, segundo a definição de Miller, torna-se o mundo do jogo. Assim, traduzindo totalmente para o contexto do jogo eletrônico, os eventos tornam-se as ações dos jogadores dentro do jogo, e o padrão e a repetição nada mais são do que a mecânica embutida nele. Seguindo essa ideia, podemos especular que todo jogo é passível de ter uma narrativa.

Esta é uma das considerações defendidas pelos acadêmicos que se posicionam como narratologistas, como a própria Janet Murray. Em seu livro *Hamlet no Holodeck* (2003), a autora defende o argumento que os jogos digitais nada mais são que uma continuação da evolução narrativa, que temos observado desde que o ser humano começou a criar histórias de forma consciente.

Para Murray, esse argumento também ganha força ao afirmar que são “quebradas” barreiras dentro do gênero, permitindo assim a criação de novos campos, permitindo novas experiências dentro da esfera de criação de narrativas. Esta multidisciplinaridade pode ser compreendida a partir de uma série de fenômenos: com o surgimento do cinema, a literatura ganhou novas formas para sua expansão, os livros passaram a ser adaptados para a grande tela, permitindo assim representações visuais da narrativa além do ambiente teatral, até então o único meio para adaptação destes conteúdos. Outra interessante questão levantada aqui é a projeção que a narrativa ganha, deixando de ser necessária a mesma quantidade de imaginação usada na literatura. Para os jogos digitais, o cinema e o teatro são levados além, e além de termos a representação visual daquele universo, observa-se um outro traço bem específico, que é a interação entre o mundo criado pelo jogo, e por quem o joga. O jogador acaba tornando-se um ator naquela grande trama construída pelo jogo, e se vê compelido a completar aquele roteiro. Vale ressaltar que, normalmente, os jogadores interagem com o mundo do jogo a partir da mecânica do *avatar*, como mencionado no primeiro capítulo.

A consolidação dos jogos digitais e a sua proximidade com as abordagens narratológicas ocasionou um distanciamento com as formas mais lineares da narrativa. O que Miller discorre a respeito dela é muito próximo do que seria uma abordagem linear da narrativa, e para fugir dessa definição, novos experimentos narrativos foram criados, e boa parte deles foge totalmente da linearidade. Um dos exemplos que a própria Janet Murray cita em seu livro é o conto *O Jardim dos Caminhos que se Bifurcam* (2005), do argentino Jorge Luís Borges. Uma das particularidades desse texto são as bifurcações que surgem ao longo da experiência de leitura, dando

ao leitor a possibilidade de continuar a história por diferentes caminhos. Não é o tipo de experiência que ficou restrito somente à literatura clássica. Para jogos, os livros do tipo *choose your own adventure*³⁹ seguem essa ideia de bifurcações narrativas, e são um exemplo consolidado deste tipo de abordagem.

Em termos mais precisos, narrativas como essas são geradas “de cima para baixo”, de forma que todos os rumos já estão definidos, cabendo a quem os joga aceitar o que lhe é apresentado. Mesmo com tantos limitantes, podemos observar que existe imersão dentro deste tipo de narrativa. Como? A partir da personificação do jogador pela figura do *avatar*, o elo entre os dois mundos, o real e o do jogo, e todas as suas nuances ali delimitadas. Entretanto, narrativas como esta não permitem qualquer tipo de agência por parte de quem as vivencia, visto que toda e qualquer ação tomada pelo jogador já tem um comportamento predefinido dentro do jogo.

Pimentel (2015) argumenta que a inteligência artificial do computador puxa estes dois polos para um ponto comum, central. Segundo ele, sendo os computadores capazes de simular espaços e comportamentos, eles transpõem uma narrativa tradicional e puxá-la do topo, onde ela é formada, e dar mais possibilidades de agência⁴⁰ a quem os consome, transformando-os em interatores. Jogos do tipo *sandbox*, como o Minecraft, dão maiores possibilidades de agência a seus jogadores, ao passo que toda e qualquer previsibilidade de roteiro é retirada. Não existe uma narrativa explícita, sendo as ações do jogador os eventos construtores de interações e dinamização de histórias, seguindo a definição proposta por Miller (2004).

Embora os jogos não sejam meios representacionais por excelência, eles carregam de alguma forma estruturas narrativas. Jogos não são representados em função da observação, mas sim em função da interação (PIMENTEL, 2015, p. 29). O que quer dizer que, tanto narrativa como jogo coexistem, mas uma não é definitiva para a existência da outra. Histórias criadas e formadas pelos jogos existem em função dos jogos e do seu progresso. A representação do jogar é o principal objetivo do jogo, estando a narrativa definida independente do ato de jogar.

Esta questão é levantada por Murray (2003). Segundo ela, tanto o jogo como a narrativa são exatamente opostos, pois para que o jogo avance é necessária uma ação por parte do jogador, ou seja a interação; ao passo que na narrativa tal interação quase não é necessária, bastando

³⁹ Uma série de livros-jogo onde cada história é escrita a partir de um ponto de vista em segunda pessoa, onde o leitor assume o papel do protagonista, e faz escolhas que determinam as ações do personagem principal, bem como o desfecho da trama em questão. Esta variante foi criada a partir de um conceito proposto por Edward Packard, e teve suas primeiras obras publicadas em 1976.

⁴⁰ De acordo com Murray (2003), a agência seria a “capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas. Esperamos sentir agência no computador quando damos um duplo clique sobre um arquivo e ele se abre diante de nós, ou quando inserimos números numa planilha eletrônica e observamos os totais serem reajustados. No entanto, normalmente não esperamos vivenciar a agência dentro de um ambiente narrativo” (MURRAY, 2003, p. 127)

apenas que quem estiver vivenciado tal experiência simplesmente aproveite, ou observe as imagens numa tela, o desenrolar dos atos de uma peça teatral, criando assim a ilusão de que existe uma separação entre os jogos e outros meios como os citados anteriormente, chegando a afirmar que a sensação agradável vivida numa narrativa é diferente da satisfação dada por um jogo ao desfrutá-lo. Isto poderia gerar uma visão antagonista entre os diferentes campos. Tal observação colocaria a questão da impossibilidade de um jogo poder se apoiar na narrativa para existir enquanto objeto que satisfaz a quem o desfruta.

A sensação, entretanto, é ilusória. O que é defendido é a existência de uma relação simbiótica e praticamente impossível de ser dissociada. Loureiro (2014) afirma que podemos encontrar uma ligação na dissociação de ambas as formas em vários jogos, especialmente os não lineares, que oferecem diversos caminhos para atingir o desfecho desejado pelo jogador. No sentido da jogabilidade, ao passo de que o objetivo é atingir o desfecho esperado, a narrativa leva o jogo para caminhos diferentes, dando diversas opções para o jogador, e criando assim uma simbiose entre jogabilidade (*gameplay*) e narrativa.

Seguindo esse raciocínio, é a mesma coisa de dizer que a narrativa usa como veículo condutor o jogo, em grande parte seguindo as ações do jogador. Assim, o jogo ganha através desse tipo de interação um papel de simulação abstrata que usa a narrativa, seja explícita ou subentendida, para proporcionar prazer ao jogador.

Segundo Murray (2003), existe um conjunto de formas de narrativas em um jogo, sejam elas a visão de um jogo como simbolismo, seja o duelo entre as partes, o construtivismo e o jogador, enquanto criador de narrativas. Esses quatro temas servem para corroborar o argumento que a dissociação entre jogos e narrativa é completamente ilusória.

Quando falamos em jogos, mais especialmente os newsgames, observamos o uso do conflito como pano de fundo para a progressão da narrativa. Mas, dadas as limitações e particularidades desse tipo de produto, não existe a necessidade de um conflito de proporções épicas para ser validado enquanto tal. Em jogos como o próprio *Madrid*, a escolha do caminho a seguir, as ações tomadas pelo jogador são suficientes para criar uma progressão narrativa. Não existe um conflito largamente definido (existe um *plot* que inspira a criação do produto, que são os atentados na capital espanhola em 2004), mas esse mesmo conflito se torna facilmente subentendido a partir da interação do jogador com os elementos do jogo, algo que Loureiro (2014) chama de narrativa evocativa.

Apesar de as duas correntes terem argumentos que enxergam os jogos como diferentes suportes, existem teóricos que tentam propor um diálogo entre essas duas vertentes. Em seu

artigo *Narrative, Interactivity, Play and Games*, Zimmerman (2004) tenta estabelecer uma ligação entre esses dois campos. Iremos abordar brevemente esta proposta, e tentar compreender como ambas as correntes podem coexistir de forma benéfica na criação de jogos digitais.

O autor inicia seu artigo defendendo que existem quatro conceitos primordiais para a criação de um jogo eletrônico: narrativa, interatividade, jogar (*play*) e jogos (*games*). Para ele, torna-se importante entender e “disciplinar” estes quatro termos para conseguirmos ter uma noção mais precisa e concreta de cada um deles, e como eles se relacionam entre si.

O primeiro deles é a narrativa, tema que foi abordado ao longo deste capítulo, e que, portanto, não será mais objeto de discussão, exceto, apenas, por um breve comentário. Segundo Zimmerman, a questão levantada é relativa aos métodos para considerar de fato o jogo eletrônico como uma obra com valor narrativo. O autor aponta que a indústria comercial dos jogos digitais sofre de um caso peculiar de “inveja do cinema” no momento, tentando recriar os prazeres proporcionados por outras mídias. A afirmação de Zimmerman não diminui a proposta da narratologia, tampouco exclui a abordagem da ludologia, criando assim um “território neutro” entre os dois. Com isso, é possível a criação de um campo que abriga as duas abordagens, explicando que existem diversas possibilidades no espectro narrativo, e é a sua classificação por parte do usuário ou crítico, que permitam que ela de fato esteja em evidência, ou que sua importância seja diminuída.

O segundo termo abordado por Zimmerman é a interatividade. Trata-se basicamente da relação entre dois meios. No caso, entre o jogador e o mundo do jogo. Este tipo de fenômeno está presente no contexto da narrativa, segundo Murray (2003), na forma da agência. A autora acredita que, como a narrativa é a base que cria os limites do mundo do jogo, acaba tornando-se natural associá-la à interatividade. Ao passo que para os ludologistas, a interatividade pode ser conceituada apenas como a ação do jogador executada no mundo do jogo, estando isenta de qualquer relação com narrativa ou qualquer outro elemento a ele referente. É a mesma coisa de falar que existe somente uma interação entre um ponto de comunicação, neste caso o computador, o console, ou o dispositivo portátil.

Zimmerman afirma que a interatividade é, ao mesmo tempo, a totalidade dos conceitos anteriores, e nenhum deles. É uma perspectiva fácil de se entender: a interação basicamente consiste em todo relacionamento entre o agente (o jogador) e o meio (o jogo). Um exemplo dado pelo autor é o ato de ler, que não deixa de ser uma interação, no sentido que o leitor interage e recebe informações dessa fonte. Ainda segundo Zimmerman, entender a interatividade como um único conceito é algo muito simplório, ele propõe uma categorização das várias

formas que podem ser alinhadas com a experiência narrativa. São quatro: interatividade cognitiva, interatividade funcional, interatividade explícita e metainteratividade.

A primeira forma está relacionada aos efeitos psicológicos e emocionais que um participante pode ter quando interage com um determinado conteúdo. Zimmerman cita como exemplo o ato de reler um livro após alguns anos, e constatar que a experiência é completamente diferente da anterior.

O segundo tipo de interatividade, funcional, está mais ligado aos detalhes estruturais da interatividade. Voltando para o exemplo da releitura, Zimmerman cita alguns tópicos mais “materiais”: índice, projeto gráfico, peso. Todas essas características de alguma forma são parte da experiência total de leitura, segundo o autor.

O terceiro tipo tem uma maior proximidade com o sentido literal da palavra. No caso dos jogos digitais, alguns fenômenos são citados: escolhas, eventos aleatórios, simulações bem como outros processos embutidos na experiência interativa.

Por último, a metainteratividade trata da interação fora dos limites daquele conteúdo. Aqui entra participação externa das comunidades de fãs (*fandom*), que se apropriam daquele material e desconstróem e reconstróem esses meios, dando origem e propagação desses novos produtos derivados.

Zimmerman não trata esses conceitos como distintos, mas sim parte de um todo. Seriam como formas diferentes de participação que ocorrem em graus diferentes em toda experiência midiática. Muitas delas podem englobar os quatro tipos de interatividade simultaneamente.

Os dois últimos conceitos podem parecer semelhantes, mas guardam entre si inúmeras diferenças: jogar (*play*) e jogos (*games*). Aqui, se torna mais relevante adotar as palavras em inglês para entender a separação entre esses dois conceitos, já que a grafia em português pode denotar uma semelhança, que na verdade não existe.

Zimmerman defende que os dois termos são completamente diferentes entre si. Enquanto que o primeiro possui um sentido mais simplório, apesar de estar inserido na mesma estrutura ditada por regras apresentada por Huizinga (2010), tal simplicidade só acontece por haver explicitação quando ocorre. Neste campo podemos inserir: uma simples brincadeira, um comentário com tom jocoso, mas ambos os casos existem uma estrutura de regras, sejam elas explícitas ou implícitas. No caso da brincadeira, ela só tem progresso seguindo as regras previamente definidas, senão não existe sentido. No caso do comentário, as regras são mais implícitas: é importante frisar que tal comentário pode afetar de forma negativa um indivíduo ou um grupo de indivíduos, por exemplo.

O vocábulo *game*, por outro lado, está num campo muito mais restrito. Existem regras bem definidas, e se o jogador tentar burlá-las será punido. Pode ser desde um blefe num jogo de cartas, ou o uso de códigos de trapaça (*cheat codes*) num jogo multijogador. Zimmerman aponta que um jogo é uma atividade interativa voluntária, onde um ou mais jogadores seguem regras que limitam o seu comportamento, criando assim um conflito artificial que resulta em um desfecho quantificável (ZIMMERMAN, 2004). Em suma, deve ter os seguintes parâmetros: voluntarismo, interatividade, regras, artificialidade, conflito e desfecho quantificável.

Vale ser ressaltado que um jogo para ser considerado *game* não precisa ter todos os parâmetros apontados por Zimmerman. Existem jogos onde o conflito não existe, pelo menos não na definição de *agon* proposta por Caillois, onde a existência de um desfecho quantificável também não está incluída. É o caso, por exemplo, de jogos como o *Minecraft* (2011), sem um desfecho próprio do conflito. Basicamente o jogador coleta recursos e cria estruturas. Um dos poucos desafios encontrados são os *creepers*, que podem roubar os recursos, atrapalhando assim a experiência do jogador dentro daquele universo. Assim, se torna necessário entender que, apesar desses parâmetros serem importantes, não é estritamente necessário que todos eles estejam presentes para que o jogo seja legitimado como tal.

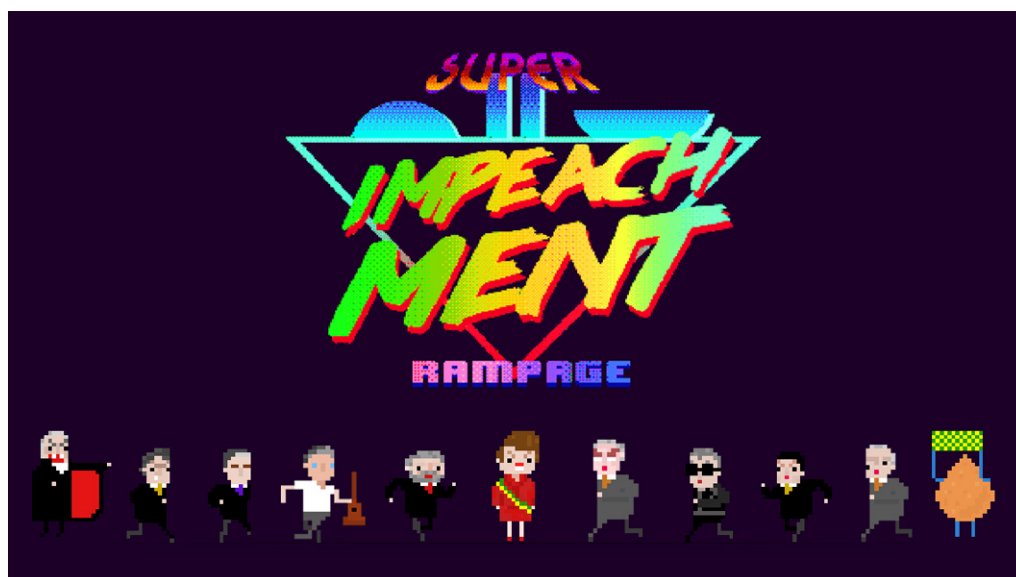
A abordagem proposta por Zimmerman serve como uma proposta de ligação entre as duas correntes discutidas neste capítulo. Uma das vantagens é a mistura que ele usa de conceitos e termos usados por ambas as partes e cria uma nova lente para enxergar termos tradicionais como narrativa e interatividade. A principal virtude desse modelo está na aceitação da volatilidade desses termos usados, e na importância do jogador para que ele os compreenda da melhor forma possível, o que é vital para dar sentido ao estudo dos jogos digitais como um todo, pois apesar de algumas abordagens olharem para o jogador como um autor em certo ponto, ele nunca é enxergado como crítico. Esta visão proposta por Zimmerman inova por atribuir maior importância para o jogador, colocando numa mesma perspectiva os melhores pontos da narratologia e da ludologia.

No próximo capítulo, discutiremos como os newsgames podem servir como reconfiguradores da narrativa jornalística, além de analisar três jogos de acordo com os parâmetros narrativos, e como a notícia influencia na construção dessas narrativas.

5 ANÁLISE DOS NEWSGAMES PROPOSTOS

5.1 Super Impeachment Rampage (2016)

Figura 28 - Tela de abertura do jogo *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

O conturbado cenário político de 2016 serviu como inspiração para a criação de *Super Impeachment Rampage*. Publicado pelos estúdios Studio Black Hole e Studio Nebulosa, o jogo reconta ao longo de oito fases, toda a trajetória do processo que culminou na votação na Câmara dos Deputados para a abertura do impeachment da ex-presidente da República, Dilma Rousseff. O jogo tem uma estética retrô (8-bit), com jogabilidade simplificada. O jogador usa as teclas “B” e “N” para correr pelo cenário, e a barra de espaço para saltar os obstáculos. Ao saltar os obstáculos, ele pode aumentar sua pontuação ou até realizar “combos”, se saltar sucessivas vezes sobre os obstáculos. Uma das inspirações para a criação da mecânica, é o *Leo’s Red Carpet Rampage*⁴¹ (2016), lançado com o intuito de satirizar o fato de o ator norte-americano não ter ganhado uma estatueta do Oscar até 2016, quando finalmente foi premiado.

Um dos destaques está no uso dos nomes e cenários do noticiário político como elementos integrantes do jogo, como o então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, o ex-presidente da Petrobrás Nestor Cerveró, e o agente da Polícia Federal Newton Ishii, que ficou conhecido como o “Japonês da Federal”. Controlando a ex-presidente, o jogador deve fugir de obstáculos como manifestantes representados como coxinhas (literais), fotógrafos e

⁴¹ Disponível em <<http://redcarpetrampage.com/>>. Acesso em 09 mar. 2016

repórteres, ao mesmo tempo que é perseguida por personagens como os citados. Para conseguir mais pontos, a presidente deve coletar o máximo possível de escutas telefônicas, bolsas-família, papéis do programa Minha Casa, Minha Vida, além de setas que simbolizam o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Este último item aumenta a velocidade do personagem.

Como dito anteriormente, o jogador deve apertar as teclas B e N de forma alternada. Quanto mais rápido o pressionar, mais rápido a personagem se move no cenário. Como o jogo possui uma progressão lateral, o jogador perde uma vida caso a presidente “fique para trás”. Isto pode acontecer se ela não conseguir saltar os obstáculos, ou se ela se distrair com os outros personagens que aparecem durante a fase, como o juiz Sérgio Moro ou o Japonês da Federal. Caso o jogador perca três vidas, o jogo termina, e o impeachment é “feito”.

As fases do jogo se passam em locais reconstruídos para aquele propósito: protestos na Esplanada dos Ministérios e na avenida Paulista são intercalados por fases bônus que reconstituem momentos do noticiário: o jogador deve subir o triplex do ex-presidente Lula, ajudar a escrever o *teleprompter* da edição do Jornal Nacional, dar “pedaladas”, dentre outras situações que foram noticiadas no período.

O jogo foi publicado originalmente para ser jogado via *web*, mas atualmente encontra-se disponível apenas para *download* em versão executável para Windows. A mecânica usada no jogo assemelha-se bastante ao *button mashing*, o apertar frenético de botões para que o personagem ganhe maior velocidade. Um dos jogos mais conhecidos que usou este tipo de técnica é o *Decathlon* (1983), originalmente lançado para o Atari 2600. O jogo ficou conhecido entre a comunidade de jogadores por “Quebra-Joystick”, por desgastar de forma significativa os joysticks em pouco tempo.

Figura 29 - *Decathlon* (1983), uma das inspirações de mecânica de jogo para o newsgame *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Na categorização proposta por Bogost *et al.* (2010), *Super Impeachment Rampage* estaria classificado como um jogo baseado em eventos atuais. Ele satiriza e sintetiza uma série de acontecimentos em formato de jogo. É facilmente acessado, graças ao seu sistema de distribuição via *web*, além de ser criado com o Flash, uma ferramenta usada em praticamente todos os jogos jornalísticos lançados. Por ter um ar cômico, *Super Impeachment Rampage* se aproxima de uma charge política, assim como a definição original de Frasca (2003). Mas aqui existe pouco de simulação, visto que há um *backstory* que coordena todas as ações do jogador. Sem o prévio conhecimento dos fatos (o cenário político brasileiro), *Super Impeachment* seria falho em seu propósito, que é reconfigurar todos os fatos de uma forma dinâmica e acessível.

5.1.1 Identificação dos valores-notícia

Uma das principais propostas do jornalismo é produzir e reproduzir saberes inerentes ao mundo real, tendo como principal característica a de atuar como mediador entre os fatos noticiosos e a sociedade (BOURSCHEID, 2016).

Para que esta função seja de fato cumprida, cabe ao profissional selecionar que fatos recorrentes na sociedade possuem características que validem a sua divulgação na forma de conteúdo informativo, ou seja, que atendam aos critérios de noticiabilidade, aos quais são definidos por Traquina (2005) como o “(...) conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável (...)” (TRAQUINA, 2005, p. 63).

Critérios de noticiabilidade estão diretamente ligados aos valores-notícia. Para Silva (2005), valores-notícia são atribuídos que orientam para a seleção primária dos fatos, mas também interferem durante a seleção hierárquica, no momento em que o material recebe o tratamento dentro das redações. Para identificar se os três jogos a serem analisados contam com valores-notícia, será utilizada a tabela operacional proposta por Silva (2005), mencionada na introdução deste trabalho.

A temática central de *Super Impeachment Rampage* é o processo instaurado que viria a culminar no afastamento da então presidente Dilma Rousseff. Analisando a proposta do *news-game*, identificamos os seguintes valores-notícia: justiça, governo, proximidade, polêmica, impacto e proeminência. O valor-notícia referente à **justiça** pode ser facilmente identificado logo nas primeiras fases do jogo, com a aparição de pessoas como o juiz Sérgio Moro e o agente da Polícia Federal, Newton Ishii, que levam adiante a série de denúncias feitas sobre irregularidades no então governo da ex-presidente. Outro que também aparece no jogo é o ex-diretor da

Petrobrás, Nestor Cerveró, um dos envolvidos na Operação Lava Jato⁴². Para a notícia, estes fatos são elencados desta forma. No jogo, dada sua natureza satírica, os personagens ajudam a consolidar a existência desse valor-notícia. Eles servem como “chefes” de fase, onde o jogador deve vencê-los para progredir no jogo.

O outro valor-notícia identificado no jogo é o de **governo**. Esse valor é de extrema relevância, pois o fato, a conturbada situação política, acaba sendo de amplo interesse nacional e internacional. Além disso, as decisões impostas por parlamentares acabaram por impulsionar o andamento do processo que resultou no afastamento de Dilma Rousseff.

Também identificamos o valor-notícia da **proximidade**, que está relacionada à proximidade geográfica, visto que os fatos que culminaram no desfecho já citado ocorreram em diversas capitais do Brasil, incluindo na capital federal, Brasília. Dezenas de milhares de manifestantes saíram às ruas para pedir o *impeachment*, e isto está reproduzido no jogo. Algumas das fases reproduzem locações que concentraram boa parte dos protestos, como a avenida Paulista, em São Paulo, e a Esplanada dos Ministérios, em Brasília.

A **polêmica** está na controvérsia do fato, visto que dividiu opiniões, com pessoas a favor do afastamento, e pessoas contra. O **impacto** abarca tanto o número de pessoas envolvidas (a ex-presidente, parlamentares, juízes e autoridades), como o número de pessoas afetadas. O fato e suas consequências afetam diretamente a população do país, que verá mudanças – para melhor ou pior – no seu cotidiano.

Por último, a **proeminência**. O fato envolve pessoas que, majoritariamente, estão inseridas nas classes de elite do país. Sejam os parlamentares e autoridades, tanto como boa parte dos que foram às ruas pedir pelo afastamento de Dilma Rousseff. Veremos a seguir, como estes valores estão inseridos na narrativa estabelecida pelo jogo.

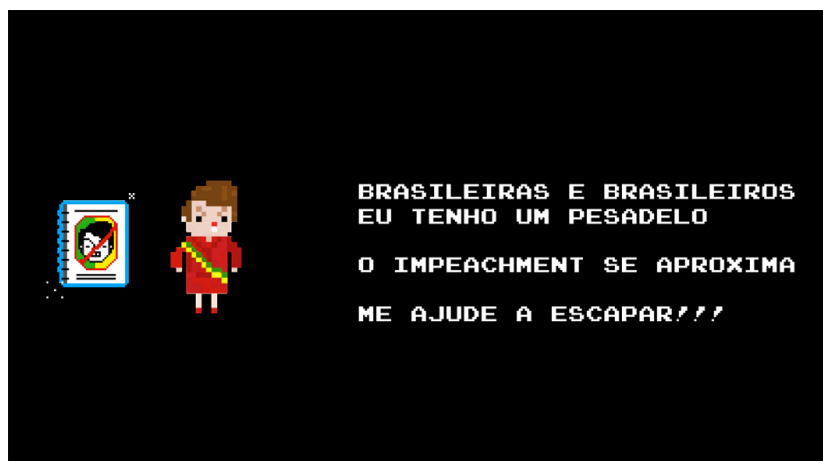
5.1.2 Análise da narrativa

Podemos descrever *Super Impeachment Rampage* como um jogo de narrativa simples, recorrente em jogos da era 8 ou 16 bits, onde a história (*backstory*) era apresentada de acordo com o progresso do jogador, fase a fase.

O jogo começa convocando o jogador para a seguinte missão: “ajudar” a então presidente Dilma Rousseff a escapar do “pesadelo iminente” do *impeachment*. Isso é mostrado na forma de uma *cutscene* logo após o botão *Enter* ser pressionado na tela-título.

⁴² Disponível em <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/03/entenda-compra-da-refinaria-de-pasadena-pela-petrobras.html>>. Acesso em 09 jan. 2017

Figura 30 - Primeira tela do *Super Impeachment Rampage* (2016), mostrando o objetivo do jogo.



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Com isso, o jogo se inicia. São apresentados rapidamente os comandos para controle do personagem (B e N alternadamente para correr, barra de espaço para saltar), e a personagem já começa a correr pelo cenário. Neste primeiro momento, nenhum “inimigo” é apresentado. A primeira fase serve como um treino para os comandos e um entendimento do jogador sobre as mecânicas do jogo.

Figura 31 - Primeira fase do jogo *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Um elemento do jogo que carrega mais fatos sobre toda a temática são as fases bônus. Nelas, o jogador tem um curtíssimo período de tempo para realizar ações variadas. A primeira fase de bônus do jogo pede para que o jogador entregue o “termo de posse” no menor tempo possível.

Figura 32 - Primeira fase bônus do *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A partir da segunda fase do jogo, a dificuldade aumenta. Além dos obstáculos que estão dispostos ao longo da fase, outros personagens envolvidos na trama começam a aparecer. Para auxiliar o jogador, personagens “favoráveis” a Dilma também aparecem. É o caso do cantor Chico Buarque, nesta segunda fase.

Figura 33 - O personagem de Chico Buarque aparece como ajudante na segunda fase de *Super Impeachment Rampage* (2016).



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A segunda fase bônus tem ligação direta com a personagem do apresentador William Bonner, que figura na fase seguinte. O jogador, mais uma vez num curtíssimo período de tempo, deve “escrever” o *teleprompter* com a chamada do telejornal. Aqui, observamos uma incidência

dos valores-notícia **governo** e **proeminência**. O segundo, neste caso, menciona as pessoas pertencentes à elite, público que compareceu majoritariamente aos protestos em todo o país, no primeiro semestre de 2016.

Figura 34 - Segunda fase bônus de *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A partir da terceira fase, personagens contrários à presidente são apresentados no jogo. Toda vez que isso acontece, o letreiro PERIGO aparece na tela, e embaixo o nome do personagem. Nesta terceira fase, como dito anteriormente, é apresentado o William Bonner. Como inimigo, ele acaba desacelerando a personagem de Dilma, com o intuito de fazer o jogador perder vidas mais rapidamente. A mecânica se repete com os outros inimigos ao longo do jogo.

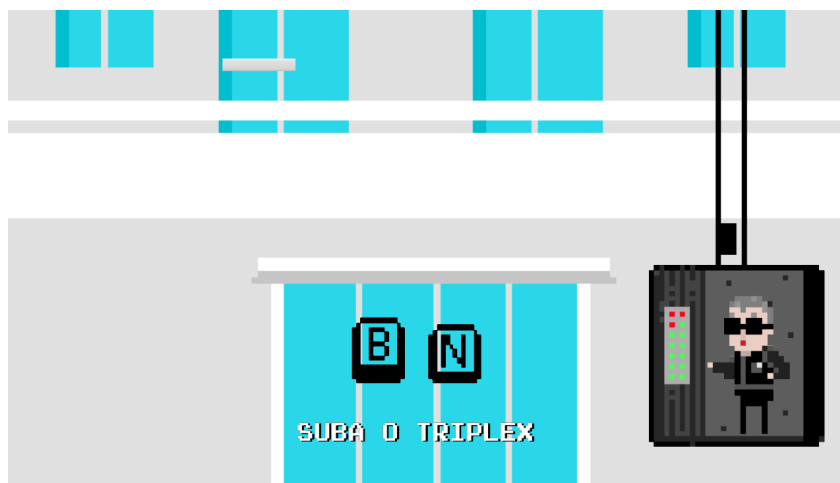
Figura 35 - Personagem de Bonner aparece na terceira fase de *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A terceira fase de bônus do jogo reconfigura o fato da ligação do ex-presidente Lula com o *tríplex* na cidade de Santos, em SP. Novamente, o jogador deve apertar as teclas B e N o mais rápido possível para ganhar mais pontos.

Figura 36 - Terceira fase bônus do *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Na quarta fase do jogo, Dilma tem como ajudante o ex-presidente Lula, e como “adversários” o juiz federal Sérgio Moro e o agente Newton Ishii, o “Japonês da Federal”. É a primeira fase a colocar dois personagens com o intuito de dificultar o percurso do jogador até o fim da fase.

Figura 37 - Quarta fase de *Super Impeachment Rampage* (2016) coloca como adversários Sérgio Moro e o Japonês da Federal.



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A quarta fase de bônus reconfigura os fatos envolvendo o senador Aécio Neves, segundo lugar na última eleição presidencial e o empresário Zezé Perrella. Novamente, o jogador tem que apertar as teclas o mais rápido possível para cumprir o objetivo.

Figura 38 - Quarta fase de bônus do *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Na quinta fase, como adversários estão novamente o senador Aécio Neves, e o ex-presidente da Petrobrás, Nestor Cerveró, preso na Operação Lava-Jato.

Figura 39 - Quinta fase de *Super Impeachment Rampage* (2016) coloca Aécio e Cerveró como adversários



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Na quinta fase de bônus, o jogador deve pedalar o mais rápido possível. Aqui, podemos associar duas coisas: um dos motivos pelo qual Dilma foi afastada, que foram as chamadas “pedaladas fiscais”, e o hábito diário da então presidente de pedalar pelos arredores do Palácio da Alvorada, a residência oficial, em Brasília.

Figura 40 - Quinta fase de bônus do *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A sexta fase de *Super Impeachment Rampage* apresenta como algoz o então vice-presidente Michel Temer, aqui caracterizado como um vampiro. O jogo menciona o personagem como “Vice Decorativo”, em alusão a carta enviada por Temer a Dilma, anunciando seu desligamento com a coligação de Dilma.

Figura 41 - Sexta fase de *Super Impeachment Rampage* (2016) mostra o vice Michel Temer como algoz



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A sexta fase de bônus do jogo pede para que o jogador realize com o então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, o maior número de manobras possíveis numa pista de skate. Para isso, novamente deverão ser pressionadas as teclas B e N o mais rápido possível.

Aqui, encontramos outra alusão às “manobras” realizadas por Cunha durante o seu mandato enquanto presidente da Câmara.

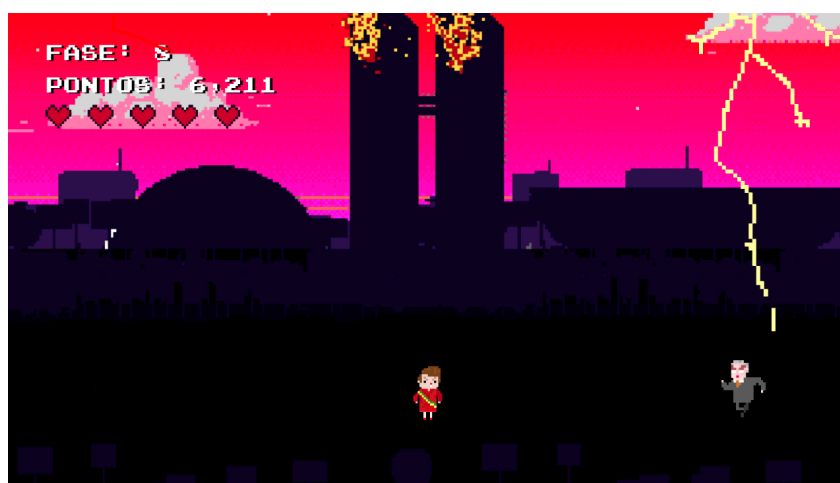
Figura 42 - Sexta fase de bônus do *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A sétima e oitava fases do jogo têm com alvo o então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha. Na sétima, a mecânica é igual à das outras fases. O personagem está ali para atrapalhar a corrida de Dilma contra o impeachment. Na oitava e última fase, a mecânica muda totalmente, e Cunha se revela como o “chefão final” do jogo.

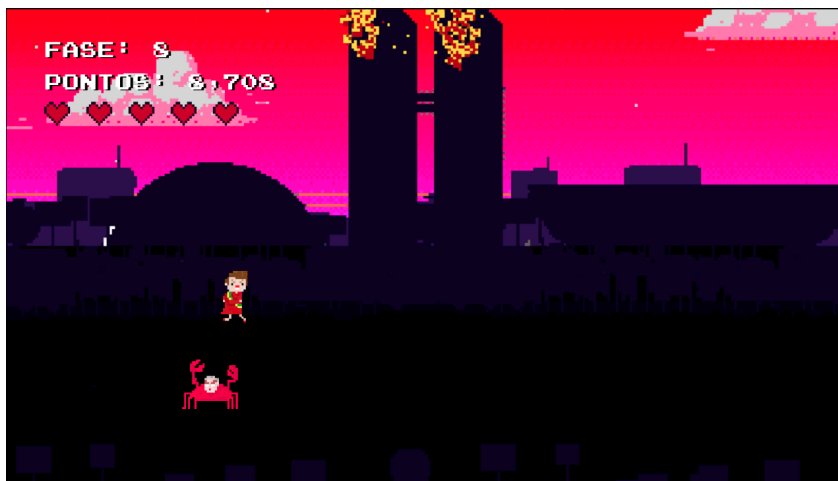
Figura 43 - Primeira forma do "chefão" Cunha em *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Para vencer a “primeira forma” de Cunha, Dilma deve saltar sobre a cabeça de Cunha três vezes. Após isso, a “segunda forma” do vilão é revelada. Mais uma vez, para vencer, Dilma deve abater Cunha saltando sobre sua cabeça.

Figura 44 - Segunda forma de Cunha em *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Com isso, a última forma de Eduardo Cunha no jogo é revelada. Aqui, a mecânica para derrotá-lo muda. Em vez de pular sobre a cabeça do chefe, Dilma deve atirar estrelas vermelhas (uma referência ao Partido dos Trabalhadores, do qual Dilma faz parte) para derrotar Cunha. Após a barra de energia esgotar-se, Cunha finalmente é derrotado.

Figura 45 - Última forma de Eduardo Cunha em *Super Impeachment Rampage* (2016)



Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A tela final mostra a pontuação do jogador ao longo de toda a partida. Isto é, quantos itens foram coletados por ele, e se ele conseguiu ou não “escapar” do impeachment.

Figura 46 - Tela final de *Super Impeachment Rampage* (2016) mostrando a pontuação do jogador



	85	ESCUTAS TELEFONICAS
	62	DOCUMENTOS SIGILOSOS
	66	BOLSA FAMILIA
	80	MINHA CASA MINHA VIDA
	0	IMPEACHMENT

Fonte: disponível em <<http://mobygames.org>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Como foi dito, *Super Impeachment Rampage* é um jogo de narrativa simples, que pouco usa dos fatos como elemento narrativo nas fases principais. As fases de bônus, por outro lado, concentram muito mais destes fatos e os transformam em situações cômicas dentro do ambiente do jogo. O uso dos valores-notícia (justiça, governo, proximidade, polêmica, impacto e proeminência) é pulverizado ao longo de todo o decorrer do jogo. Destes, o valor **governo** é um dos mais recorrentes, visto que toda a trama (o possível impeachment de Dilma Rousseff) dá-se a partir deste valor-notícia. Já a **polêmica** é bastante usada para construir os argumentos das fases de bônus. As “manobras na Câmara” de Cunha e a carga levada para o helicóptero são alguns dos exemplos.

A **proeminência** é outro valor de destaque dentro do jogo, visto que todos os personagens envolvidos pertencem à elite. Sejam os políticos e juristas, como boa parte dos manifestantes que foram às ruas pedir pelo afastamento da presidente.

Super Impeachment Rampage mescla a diversão e os fatos noticiosos de forma acertada. Não serve apenas como um material para informar, mas também diverte, graças à adoção de uma mecânica simples, e de fácil entendimento. Não é um jogo associado a nenhum veículo jornalístico, foi feito por estúdios especializados na criação de jogos. Um dos principais entraves para o sucesso do *newsgame* como produto jornalístico é a necessidade de uma abordagem multidisciplinar. Ou seja, requer um novo perfil de profissional da informação. Que além de

pensar nos conteúdos noticiosos, também crie maneiras de adaptá-los para outros roteiros. Algo ainda difícil de encontrar nos grupos de comunicação brasileiros.

5.2 Ataque às Mulheres (2014)

Figura 47 - Tela inicial do newsgame *Ataque às Mulheres* (2014).



Fonte: disponível em <<http://kishimoto.itch.io>>. Acesso em 09 jan. 2017.

O segundo jogo a ser analisado neste trabalho é o *Ataque às Mulheres* (2014). Lançado em 2014 de forma independente pelo game designer paulista André Kishimoto, a premissa para criação do *newsgame* foram os constantes casos de abuso sexual nos vagões do metrô de São Paulo no início de 2014, além da pesquisa SIPS/Ipea (Sistema de Indicadores de Percepção Social), divulgada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

Quando questionado pelo título do jogo, o autor afirma que “optou pelo termo ‘ataque’, por não querer influenciar ou distorcer a opinião dessa ação (que fica por conta do jogador), como pode ocorrer em gráficos, porcentagens, artigos e conclusões resumidas e perguntas sem contexto” (KISHIMOTO, 2014).

A trama de *Ataque às Mulheres* ocorre num curtíssimo período de tempo, que são trinta segundos. O jogador escolhe entre dois *avatares* (um homem e uma mulher), e embarca num dos vagões do metrô. A interface é simplificada: utiliza as setas direcionais para movimentar o personagem, e a barra de espaço como o botão de ataque. No caso do homem, o ataque se dá na forma de assédio, e a mulher, o ataque é verbal.

Figura 48 - Tela do newsgame *Ataque às Mulheres* (2014), mostrando a atividade do jogo



Fonte: disponível em <<http://kishimoto.itch.io>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A proposta de *Ataque às Mulheres* é muito semelhante a produtos como *September 12th* e *Madrid*, criados por Gonzalo Frasca. Ambos compartilham a mesma proposta: fazer o jogador pensar sobre determinadas ações. Como no *September 12th*, o jogador reflete sobre o papel da guerra e retaliações, em *Ataque às Mulheres*, repensa sobre a questão do assédio sexual. São jogos onde o propósito não é o de divertir, mas sim de conscientizar e engajar. Na categorização proposta por Bogost et al. (2010), *Ataque às Mulheres* seria um jogo baseado em eventos atuais (*current events*), visto que foi criado em resposta a um fato em evidência na mídia.

4.2.1 Identificação dos valores-notícia

Seguindo a tabela organizada por Silva (2005) referente aos valores-notícia, podemos elencar os seguintes valores para *Ataque às Mulheres*: impacto, polêmica, governo, proximidade, tragédia/drama e justiça.

No jogo, o valor do **impacto** pode ser observado na perspectiva do número de pessoas atingidas pelo fato, que seria toda a população feminina do País. Isto pode ser observado principalmente nos episódios de abuso sexual relatados dentro dos vagões do metrô de São Paulo. A **polêmica** está inserida no contexto errôneo da pesquisa divulgada pelo SIPS/Ipea, com valores distorcidos.

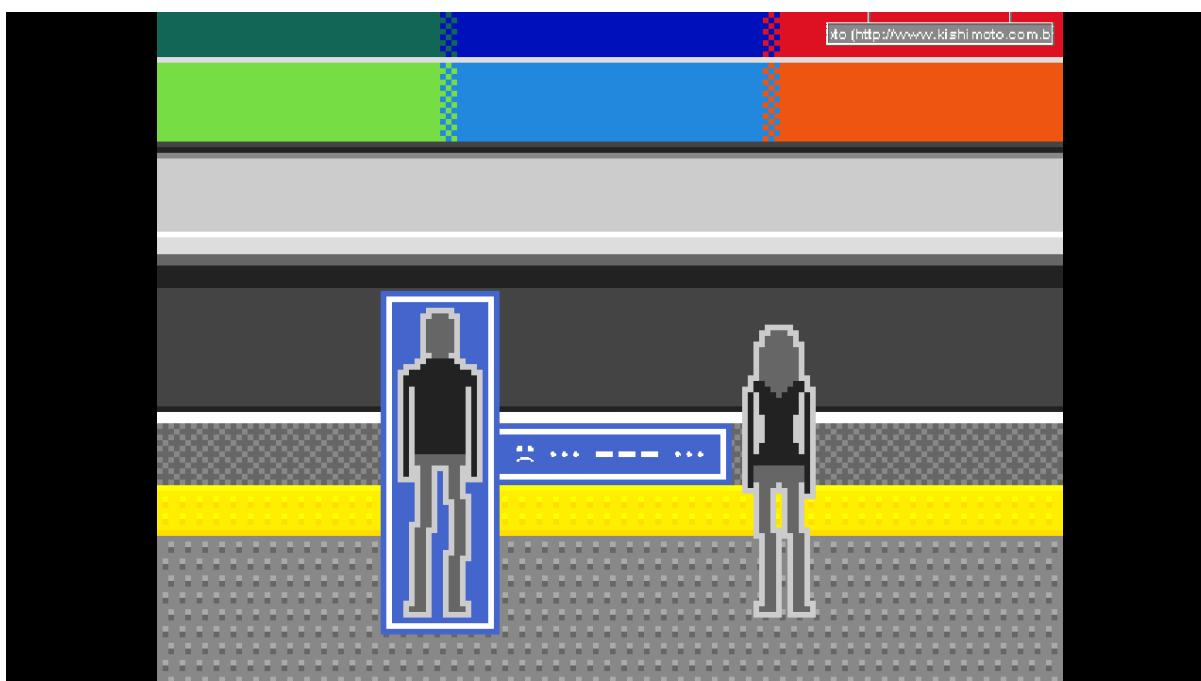
Embora apareça de forma discreta, também podemos destacar o valor **governo** dentro do contexto do *newsgame*, uma vez que os constantes episódios de abuso e a reivindicação por melhores condições de segurança são alguns dos pontos que legitimam a presença deste valor dentro da construção do jogo.

A seguir, temos a **proximidade** como valor-notícia elencado em *Ataque às Mulheres*, especialmente a geográfica, visto que todos os episódios aconteceram no metrô de São Paulo. Em seguida temos o valor da **tragédia/drama**, mais precisamente no que se refere ao interesse humano. Por último, temos a **justiça** como valor-notícia elencado, visto que se trata de uma questão que requer atenção máxima por parte das autoridades.

5.2.2 Análise da narrativa

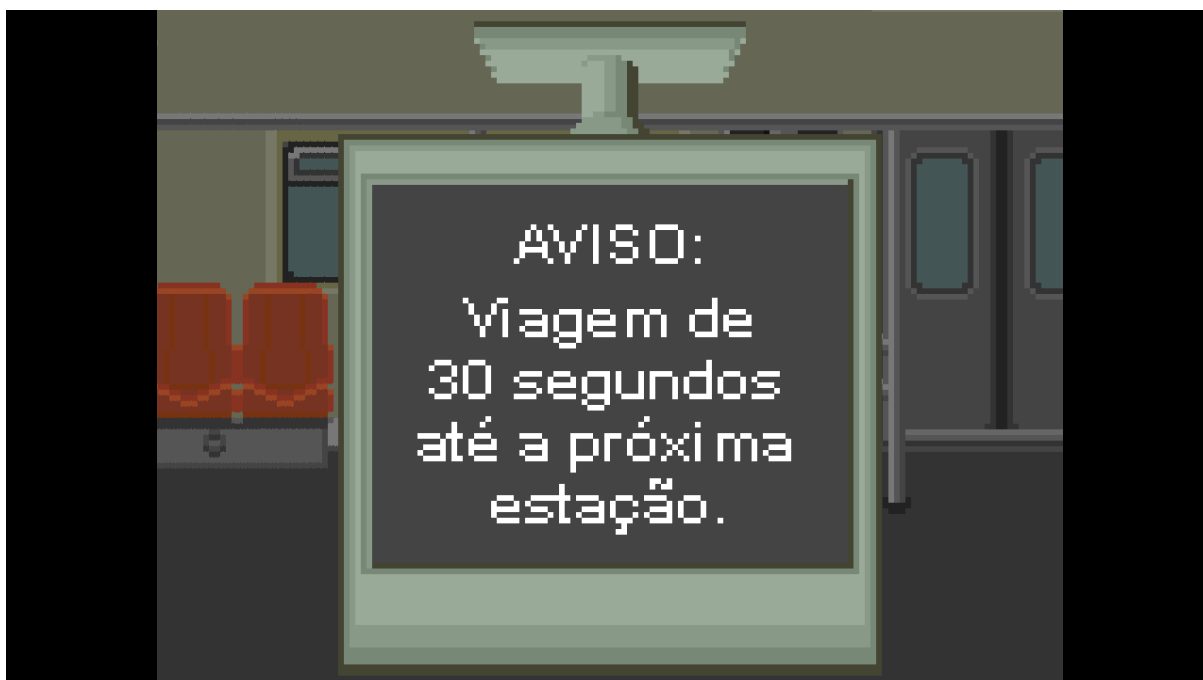
Ataque às Mulheres, assim como o já citado *September 12th*, é um jogo que prega muito mais pela simulação, do que pela representação. Toda a experiência não apresenta qualquer tipo de narração. O jogador, ao escolher entre um homem ou mulher como avatares, pode ou não realizar uma ação dentro do vagão. Se ele atacar uma das mulheres do vagão, uma tela o indaga a pensar sobre seus atos. Caso ele opte por não fazer nada no decorrer dos trinta segundos, o passageiro sai do vagão sob aplausos, e o jogo se encerra.

Figura 49 - Tela de seleção de personagens do newsgame *Ataque às Mulheres* (2014)



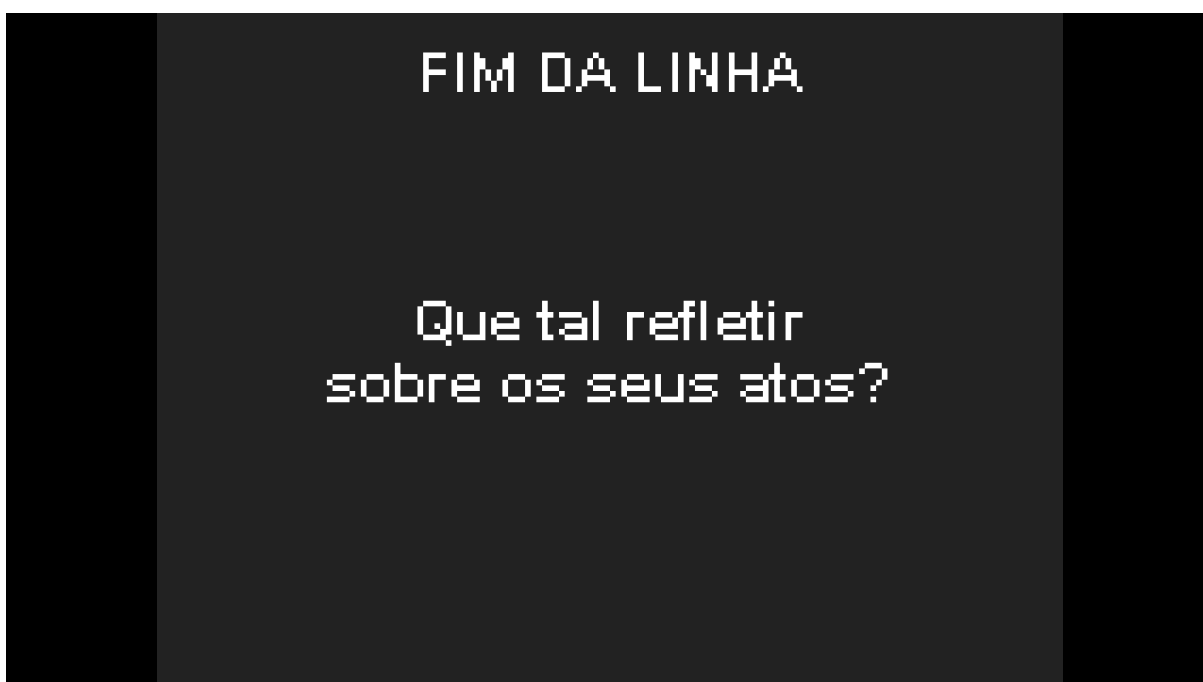
Fonte: disponível em <<http://kishimoto.itch.io>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Figura 50 - Aviso de duração da viagem em *Ataque às Mulheres* (2014)



Fonte: disponível em <<http://kishimoto.itch.io>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Figura 51 - Condição de derrota de *Ataque às Mulheres* (2014) estimula o jogador a refletir sobre ações



Fonte: disponível em <<http://kishimoto.itch.io>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Como dito anteriormente, *Ataque às Mulheres* é um jogo que usa da simulação para atingir seus objetivos, ao invés de especificar um plot para sua execução. Tal qual *September*

12th, Madrid e outros jogos correlatos, a “narrativa” aqui é fraca, e só se define nas ações tomadas pelo jogador, se ele vai atacar ou não alguma das mulheres que estão no mesmo vagão. É um jogo que visa somente à reflexão sobre os episódios que causaram indignação, assim como os dados errôneos divulgados pela pesquisa do SIPS/Ipea, que foram notícia em todos os veículos de comunicação do País, até que eles fossem divulgados corretamente.

5.3 De volta a 1964: sua vida em tempos de ditadura (2014)

O terceiro jogo a ser analisado neste trabalho é o *De volta a 1964: sua vida em tempos de ditadura* (2014). Publicado pela revista Superinteressante em 1º de abril de 2014, data em que, cinquenta anos antes, foi instaurado o golpe militar que mergulhou o país numa ditadura que durou duas décadas. O jogo é mais um do notável portfólio da publicação, que foi um dos principais divulgadores do *newsgame* como produto informativo no Brasil.

O *newsgame* criado pela Superinteressante foi apenas uma das muitas formas das quais a mídia dispensou atenção para o evento, principalmente com o objetivo de realizar uma revisão histórica do momento que foi bastante crítico para o país. O Núcleo Jovem da Editora Abril também criou outros newsgames muito acessados, como o *Filosofighters*, *O Jogo da Máfia*, *Corrida Eleitoral* e *CSI: A ciência contra o crime*.

Figura 52 - Tela de abertura do newsgame *De volta a 1964* (2014)



Fonte: disponível em <<http://super.abril.com.br>>. Acesso em 09 jan. 2017.

A proposta de dialogar com o público jovem, que é quem majoritariamente acessa aos conteúdos da revista, foi criar um jogo jornalístico que simulasse algumas das situações enfrentadas na época da ditadura militar pelos seus pais ou avós. O mote para o jogo está na pergunta “e se você tivesse acordado em 31 de março de 1964?”.

Uma postagem no blog da Superinteressante explica os motivos que levaram à criação do *newsgame*:

Um momento de decisões difíceis. Foi com essa premissa que nós, da redação da SUPER, nos propusemos a olhar para os 50 anos do golpe militar brasileiro, comemorado neste dia 1º de abril de 2014, e os 21 anos de ditadura que se seguiram a ele. Mas, decidir o enfoque era apenas parte da questão do que seria um especial sobre o período. Era preciso, acima de tudo, saber como apresentar esse momento histórico aos nossos leitores (Blog da Superinteressante, 2014)⁴³

Uma das controvérsias encontradas no texto de apresentação do *newsgame* está em tratar os 50 anos do golpe militar como algo a ser comemorado. De acordo com a definição do Priberam, comemorar significa: 1. lembrar; 2. trazer à memória; 3. solenizar, recordando. Os significados de “comemoração” podem produzir diferentes sentidos. Dentre eles, o mais usado no cotidiano pode se referir a uma situação que merece ser compartilhada alegremente: comemorar uma vitória, comemorar um aniversário. No caso de eventos trágicos, este emprego é menos frequente. Dificilmente encontraremos as expressões “comemoração da morte”, “comemoração da tragédia” ou ainda “comemoração do atentado”. Quando isto acontece, normalmente é registrado como uma gafe, um ato falho que requer uma posterior retratação, no caso dos veículos de mídia, por exemplo.

O público da Superinteressante é composto, em sua maioria, do público de faixa etária entre 15 e 34 anos, nascidos a partir de 1980 (o período do golpe foi entre 1964 e 1981), e que sendo assim, não viveram os anos da ditadura militar. Foi o único veículo de comunicação a empregar o termo “comemoração” ao 50 anos do golpe militar. Isso passou a ideia, voluntária ou involuntariamente, de contornos de alegria, como um evento a ser alegremente comemorado, o que para quem viveu de perto, está bem longe disso.

No segundo parágrafo do *post*, são explicadas as razões que levaram à produção do *newsgame*:

Como fariamos para tratar de uma efeméride que o Brasil inteiro, ou pelo menos todos os meios de comunicação que se prezem, estariam falando? Em tempos da *snowfallização* da informação, não vou negar que chegamos a pensar em fazer um conteúdo do Golpe com efeito paralaxe. Mas, as nossas raízes falaram mais alto, e achamos que

⁴³ Disponível em <http://super.abril.com.br/blog/superblog/de-volta-a-1964-sua-vida-em-tempos-de-ditadura-por-dentro-do-jogo/>

esse seria o melhor momento de retomar a produção de um modelo que fomos pioneiros no Brasil: o newsgame. Foi assim que nasceu o “De volta a 1964 – sua vida em tempos de ditadura” (Blog da Superinteressante, 2014)

O termo *snowfallização* surgiu a partir do artigo *Snow Fall*⁴⁴, publicado no The New York Times em 2012, que relata os acontecimentos ocorridos em uma tempestade de neve em Tunnel Creek, no estado norte-americano de Washington. Vencedor do Pulitzer, a reportagem multimídia deu origem ao termo *snowfallization*, derivado do verbo *snowfalling*, criado a partir do título do artigo, fato que demonstra a importância da linguagem utilizada no artigo, e a criação de um novo padrão de escrita para grandes reportagens.

Inspirados pelo termo, em 2013 a Folha de São Paulo lançou a série *Tudo Sobre* com o especial *A Batalha de Belo Monte*⁴⁵. A equipe da Superinteressante tinha interesse em seguir o mesmo padrão inaugurado por *Snow Fall*, e foi daí que surgiu a proposta do newsgame. *De volta a 1964* apresenta uma estrutura híbrida, combinando num só produto, elementos do jogo jornalístico e das reportagens multimídia.

A equipe ainda menciona o pouco tempo disponível para desenvolver o jogo: “De lá pra cá, foi uma corrida contra o tempo. Tínhamos apenas dois meses para apurar, escrever, desenhar e programar o jogo” (Blog da Superinteressante, 2014). França (2015) reitera que toda a mídia já estava se organizando desde o segundo semestre de 2013 para falar dos 50 anos do golpe, o que denotou uma decisão tomada tardiamente pela Superinteressante, possivelmente levada em conta da necessidade de se fazer presente, como outros veículos estavam fazendo: “Como faríamos para tratar de uma efeméride que o Brasil inteiro, ou pelo menos todos os meios de comunicação que se prezem, estariam falando?” (Blog da Superinteressante, 2014).

O último parágrafo do *post* convida os leitores a acessarem o jogo: “E, como a ideia é aprender com o jogo, além de brincar, você também se informa com uma linha do tempo completa, sobre todos os anos da ditadura militar no Brasil. Ficou curioso para saber qual seria o seu destino em tempos de ditadura? Não perca mais tempo. Jogue agora!” (Blog da Superinteressante, 2014). Aqui, observa-se que todo o evento foi tratado de forma leviana pela Superinteressante, procurando somente associar à experiência do jogo contornos de uma brincadeira, fato esse que deixa de lado toda a complexidade e importância histórica do golpe para o país que passou 20 anos mergulhado numa ditadura militar. Vemos que a proposta do newsgame, como Bogost et al. (2010) apontam, foi totalmente deturpada.

Segundo Bogost et al. (2010),

⁴⁴ Disponível em <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/-/?part=tunnel-creek>>. Acesso em 09 jan. 2017

⁴⁵ Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/especial/2013/belomonte/>>. Acesso em 09 jan. 2017

(...) nós acreditamos que os newsgames irão oferecer contribuições valiosas somente quando eles forem vistos como um método viável de praticar jornalismo – embora um tipo diferente de jornalismo do que os jornais, televisão e sites da web oferecem. Os newsgames não são um bálsamo salvador que vai curar todas as feridas das organizações de mídia da noite para o dia. Mas eles representam uma oportunidade real e viável de ajudar os cidadãos a formar crenças e tomar decisões (BOGOST et al. 2010).

Para os autores, os newsgames devem levar sempre em consideração a premissa da seriedade, visto que eles são uma subcategoria dos jogos sérios (SICART, 2008). Seus conteúdos devem informar o leitor, mas também devem proporcionar debates, levar a desenvolver o senso crítico, além da tomada de decisão e aprofundamento em temas relevantes e de grande repercussão. O contexto lúdico é um dos principais atrativos do *newsgame*, e seu eixo condutor. Mas o objetivo primordial desses jogos não é a diversão, e sim usar o suporte do jogo como um meio para informação. *Super Impeachment Rampage*, anteriormente analisado, também peca neste quesito. Muito da proposta de *De volta a 1964*, se deve a linha editorial do grupo Abril, publicadora da revista Superinteressante, o que acabou influenciando na estrutura narrativa do jogo, a ser analisada a seguir.

5.3.1 Identificação dos valores-notícia

Seguindo a tabela proposta por Silva (2005), podemos elencar o seguinte conjunto de valores-notícia: impacto, proximidade, governo, tragédia/drama, proeminência e justiça.

O **impacto** aqui se refere ao número de pessoas afetadas pelo fato (o golpe militar e os subsequentes vinte anos de ditadura militar), direta e indiretamente. Aqui incluem vítimas de repressão por parte dos militares, prisões e exílios forçados. A **proximidade** se refere ao alcance do fato, que foi em todo o território nacional.

O valor **governo** está inserido por tratar-se de um fato que alterou a estrutura de governo do país por vinte anos (o então presidente João Goulart foi deposto, dando início ao processo de ditadura militar). A **proeminência** se refere ao envolvimento de pessoas ligadas à elite na época do golpe militar. Sejam militares de alta patente, como executivos dos grupos de comunicação favoráveis ao golpe.

A **tragédia/drama** tem foco no interesse humano, uma vez que foi alto o número de prisões, torturas, mortes e desaparecimentos no período. Por último, destacamos a **justiça** como valor. O número de denúncias, julgamentos e investigações foi elevado, bem como as denúncias sobre torturas e prisões arbitrárias. Até hoje muitos lamentam por entes que morreram, sofreram maus tratos, ou que ainda são dados como desaparecidos.

5.3.2 Análise da narrativa

De volta a 1964 segue uma estrutura narrativa baseada em escolhas. Ou seja, uma lógica de oposições binárias, onde a cada escolha feita pelo jogador, um caminho é delimitado a ser seguido até o seu desfecho. A cada escolha, é apresentada uma tela indicando o percentual de jogadores que optaram pela mesma alternativa. Podemos classificar o jogo como um *documentary newsgame*, seguindo a tipologia proposta por Bogost et al. (2010), já que trata-se de uma revisitação de um evento de grande importância histórica, que foi o golpe militar.

O jogo inicia solicitando os dados do jogador (idade, sexo e estado). A partir disso, são apresentadas a ele diferentes questões. A cada resposta, a narrativa vai tomando diferentes caminhos. Ainda na tela inicial, é apresentado um vídeo introdutório, fazendo uma retrospectiva dos primeiros fatos que levaram a instauração da ditadura militar no Brasil: fotos em preto e branco e manchetes de jornais, ilustrando as “decisões difíceis” tomadas pelos brasileiros, incluindo, ainda, uma foto do jornalista Vladimir Herzog, torturado e encontrado morto em sua cela, nas dependências do DOI-CODI, onde era mantido preso pelos militares. De certa forma, o vídeo resume bem todo o contexto histórico que baseou a criação do jogo. Outro artefato usado é uma linha do tempo interativa que detalha todo o panorama histórico da ditadura militar, partindo da deposição do então presidente João Goulart, até a eleição de Tancredo Neves, presidente eleito pelo voto popular, resultado do movimento Diretas Já, que teve seu ápice em 1985.

Após o cadastro inicial, a tela exibe um texto sobre o contexto mundial, mencionando a Guerra Fria, conflito entre os Estados Unidos e União Soviética. A primeira escolha a ser feita vem na forma de um convite, e o jogador deve optar se aceita ou não participar da “Marcha da Família”. Lembrando que cada escolha determina diferentes ramificações na narrativa, até a sua conclusão. Caso o jogador aceite (o newsgame aponta que 36% o fizeram), são apresentadas duas novas possibilidades: ir ao encontro ou ficar em casa.

Para quem decide ir ao encontro (a mesma decisão foi tomada por 56% dos jogadores) a tarefa seria escolher entre descer do ônibus ou voltar para casa ao ver um possível conflito entre a Polícia Militar e militantes de esquerda, próximos à faculdade.

Para quem desce do ônibus, é feito um convite para participar de discussões sobre o movimento de Resistência ao Regime Militar (82% dos jogadores escolheram participar).

Caso participe das discussões, são apresentadas duas saídas sobre a resistência ao regime: a luta de massas ou a luta armada. Aqui não se especifica os prós e contras de cada decisão, o que pode tornar a escolha bastante confusa e aleatória. Caso opte pela luta armada

(24% dos jogadores fizeram tal escolha), o jogador lutará ao lado da guerrilha liderada por Carlos Marighella, um dos principais nomes dos movimentos de resistência ao regime.

A seguir, são apresentadas escolhas que devem ser tomadas em um curto período de tempo. A primeira delas requer uma resposta em 60 segundos, caso contrário o jogo escolhe uma opção para o jogador. Ao ler um breve texto sobre a guerrilha rural, o jogador decide se adere ou não a causa (73% dos jogadores optaram por aderir). Caso todos os convites sejam aceitos pelo jogador, o desfecho a seguir é apresentado:

QUE PAÍS É ESTE? Você decide participar da guerrilha rural e segue viagem para um lugar próximo às margens do rio Araguaia, no Pará. Mas essa localização é descoberta pelo exército e você é brutalmente assassinado. A onda de violência atinge também aos moradores da região. Oficiais cortam a cabeça e as mãos das vítimas e as deixam em sacos para identificação pelo Exército. Segundo estimativa dos militares, mais de 80 guerrilheiros morrem (Superinteressante, 2014).

Figura 53 - O primeiro desfecho possível em *De volta a 1964* (2014).



Fonte: disponível em <<http://super.abril.com.br>>. Acesso em 09 jan. 2017.

Outros desfechos são possíveis no jogo, baseados nas respostas dadas pelo jogador às questões feitas. Basicamente são dois caminhos possíveis: um para quem mostra maior engajamento e simpatia às causas revolucionárias, e o outro para quem prefere manter-se distante de tais conflitos.

De modo geral, a estrutura narrativa em *De volta a 1964* é baseada em hiperlinks, na medida em que o jogo vai apresentando textos diferentes de acordo com as escolhas feitas pelo

jogador. Não é uma estrutura que favorece a simulação, por exemplo. Todas as escolhas são predefinidas pela equipe que criou o jogo.

A ideia proposta é interessante, mas carece de mais possibilidades de interação e engajamento por parte de quem o joga. Outra possibilidade seria a de incorporar a linha do tempo no site do jogo dentro da experiência do jogador, tornando-a ainda mais rica e informativa. De todos os três jogos analisados, este é o que mais apresenta uma relação entre a narrativa e os valores-notícia elencados. Principalmente os que tratam do interesse humano, tragédia/drama e impacto.

Para França (2015), este jogo não possui um foco nas notícias relacionadas em si, sendo que elas apenas aparecem para costurar uma narrativa, sintetizando a informação, que costuma estar amarrada a um ponto de vista. Um dos exemplos disso é o desfecho a seguir:

ALEGRIA, ALEGRIA! Você decide priorizar um estilo de vida mais simples, e continua trabalhando no mesmo emprego por muitos anos. Apesar de se informar sobre o que acontece no Brasil, você não é afetado diretamente pelas mãos de ferro do regime. Depois da redemocratização do Brasil, você se afasta ainda mais da política, e costuma anular seus votos (Superinteressante, 2014).

Segundo o jogo, o caminho da apatia seria sinônimo de uma vida feliz. Este é um dos distanciamentos entre a narrativa proposta pelo jogo e a narrativa dos fatos oficiais, que para o jogador seria possível viver numa ditadura militar sem ser afetado por ela diretamente. De fato, o que se observa na produção é uma forte influência da linha editorial da Abril, a editora que publica a Superinteressante.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, foram analisados três jogos jornalísticos com propostas bastante distintas entre si, embora todos eles sejam baseados em fatos de grande repercussão. O primeiro, *Super Impeachment Rampage* (2016), trata de uma série de fatos políticos que ainda estão se desdobrando na mídia. Porém, a proposta aqui é brincar com os fatos, satirizando com as situações ao invés de informar e provocar reflexões sobre o tema. Embora exista uma narrativa, ainda que simples, ela é pouco explorada. Não são usadas estruturas que poderiam enaltecê-la, como *cutscenes* e outros textos informativos, por exemplo. Os fatos jornalísticos estão presentes na construção da mecânica do jogo e dos personagens, mas de maneira bastante frouxa, apenas para ilustrar e inspirar diferentes mecânicas. Para que se tenha uma experiência de jogo adequada, torna-se necessário entender toda a série de fatos que inspiraram a sua criação.

O segundo jogo, *Ataque às Mulheres* (2016), foi criado em resposta à repercussão negativa gerada por uma pesquisa. Ao contrário do *Super Impeachment*, não existe nada de satírico aqui. É um dos jogos que mais se aproxima aos conceitos originalmente propostos pelos autores detalhados neste trabalho (BOGOST et al., 2010; SICART, 2007; TREANOR & MATTEAS, 2009). Ele serve como instrumento para debate e reflexão, é breve e está atrelado a um fato jornalístico. Porém, não é encontrada uma narrativa nele. Todo o jogo é executado num intervalo de trinta segundos (o tempo de viagem de uma estação de metrô a outra), o que não dá espaço para inserir maiores artefatos para enriquecer a experiência do jogador. Por exemplo, não se fala nada sobre o histórico dos personagens selecionáveis, tampouco as passageiras do vagão. Dados estatísticos também poderiam dar mais força ao contexto narrativo do jogo. Podemos dizer que *Ataque às Mulheres* está mais para uma simulação, com condições de vitória mais definidas que jogos como *September 12th* (2003), por exemplo.

O último jogo jornalístico analisado, *De volta a 1964* (2014), é o único que foi produzido por um veículo de comunicação, o Núcleo Jovem da Editora Abril, responsável por diversos outros produtos do gênero no país. Dos três jogos, este é o que melhor emprega as estruturas narrativas, a partir de escolhas feitas pelo jogador, o que pode levar a diferentes narrativas, embora todas elas sejam previstas. O problema em *De volta a 1964* está no alinhamento editorial, que acaba deturpando ou transformando fatos para parecer favorável a um ou mais pontos de vista dentro da empresa de comunicação. Ora, de acordo com Sicart (2009), os jogos estão livres para seguir ou não uma linha editorial. O problema é quando esta linha editorial causa interesses conflitantes, e acabam persuadindo o jogador a construir uma única opinião (a de que manter-se longe das causas revolucionárias é a melhor ação a ser tomada). Jogos jornalísticos

devem servir como instrumentos de discussão, possibilitando a emergência de diferentes opiniões sobre uma mesma temática, o que não acontece em *De volta a 1964*.

De certa forma, respondendo à pergunta que motivou a criação desta pesquisa: os valores-notícia pouco influenciam a construção da narrativa dos três jogos. Não porque eles não são importantes, mas diversas outras questões estão envolvidas, como as de *game design*. Construir jogos envolve múltiplas competências. Projeto, desenvolvimento de algoritmos, criação de sons e personagens, testes. Estas são algumas das etapas normalmente encontradas num ciclo de desenvolvimento de jogos digitais. Quando falamos em newsgames, observamos o tempo como um dos principais fatores que pressionam as equipes a produzir tais produtos o mais rápido possível. O tempo aqui seria o de relevância da notícia. Enquanto ela ainda está relevante, o jogo ganha maior notoriedade. Essa pode ser uma das causas para a narrativa não ser empregada com tanta força nos jogos jornalísticos. Quando não existe a necessidade de trabalhar com fatos recentes, como é o caso dos newsgames documentarais, o tempo para desenvolvimento acaba sendo maior, o que permite a produção de produtos sofisticados e atraentes para o público.

Os newsgames representam uma nova força para o jornalismo, especialmente quando falamos de vertentes digitais. A transformação de fatos em notícias, e consequentemente em produtos interativos ajuda a redefinir o jornalismo, assim como as suas normas estritas e seus padrões até então intocados. Não se pode negar que o atual cenário mostra a necessidade de reinventar padrões para contar boas histórias, por parte dos veículos de informação. Com os jogos jornalísticos, observamos a emergência de novos tipos de produtos que tiram o público do posto de mero espectador, e passam a interagir mais com os fatos, tornando-se parte integrante daquela narrativa que é apresentada. Essa é a principal missão dos jogos jornalísticos, a de informar com o suporte do jogo. Embora essa relação ainda não seja vista da mesma forma por todos, o “abismo” aparente entre os jogos e jornalismo aos poucos vai se encurtando. Para os mais conservadores, ignorar os resultados positivos desta nova abordagem pode vir a custar caro no futuro.

Os resultados da análise da narrativa dos três jogos nos permitem dizer que ela se desenvolve de forma superficial. Muito embora diversos fatos são aglutinados na proposta de cada um, pouco deles é aproveitado de fato dentro da narrativa, acrescentando pouco à experiência do jogador. Estamos aqui falando dos valores-notícia elencados e que serviram de inspiração para construção desses jogos.

Quando não são usados como mote para satirizar fatos de grande repercussão, como é o caso do *Super Impeachment Rampage* e suas fases bônus, muitas vezes as exigências de uma linha editorial da empresa acabam influenciando e minimizando as possibilidades reais de se

construir uma experiência narrativa mais próxima do real, como foi em *De volta a 1964*. Ou ainda, o curto tempo de experiência de jogo não permite a adoção de uma narrativa mais elaborada, deixando este papel para a interação do jogador com os elementos do jogo, como é com o *Ataque às Mulheres*. Ou seja, a simulação ainda é um dos principais objetivos desse tipo de produto: reconstituir, com as ações do jogador, uma série de fatos relatados em outros meios de comunicação.

Apesar de representarem um potencial produto para o jornalismo, podemos dizer que o jogo jornalístico em si não ganhou a devida atenção dentro dos veículos de mídia de forma geral, não pelo fato de ele ser uma proposta ruim em termos de informação, mas sim pelo seu hibridismo, o que acaba gerando uma “crise de identidade”. Estamos falando de um dispositivo para informar? Ou para entreter? Vale a pena investir uma receita cada vez mais escassa num produto como um newsgame? Como fica o retorno financeiro nesses casos? Essas são algumas das indagações que devem ser feitas por estas empresas, o que acaba dificultando a consolidação do jogo como um produto jornalístico. Uma das alternativas usadas para monetizar o conteúdo noticioso na web hoje são os *paywalls*, que tentam elevar a receita dos veículos restringindo o conteúdo apenas para assinantes. Seria interessante adotar essa mesma estratégia para os jogos?

Tirando algumas iniciativas vindas do Núcleo Jovem da Editora Abril e dos portais G1 e Folha de São Paulo, são esparsos os jogos criados por veículos, ficando a criação de novos jogos a cargo de estúdios ou desenvolvedores independentes. É aqui que identificamos o primeiro entrave para a produção de jogos jornalísticos: a necessidade de um pensamento multidisciplinar. Muito embora o perfil do jornalista não se resume mais somente a escrever e apurar informações, o mercado ainda carece de um profissional que consiga transpor fielmente a linguagem jornalística para o universo do jogo digital. Em outras palavras, aprender a pensar como um designer de jogos. Mais ainda: o jornalista que quer produzir jogos jornalísticos deve pensar como um usuário desses possíveis jogos.

Outro entrave que dificultou a disseminação do jogo jornalístico: muitos não entendem de fato seu real propósito. Embora o jogo tenha como principal finalidade uma fuga da realidade, um escapismo, segundo Huizinga (2010), seu propósito no campo do jornalismo acaba sendo transformado. O jogo jornalístico, segundo muito da bibliografia pesquisada (SICART, 2009; BOGOST ET AL., 2010), tem como princípio causar reflexões, de discutir questões polêmicas usando um suporte diferente. Em outras palavras, é um jogo sério. E como tal, a diversão existe, mas não é uma prioridade.

Ora, não existe uma cartilha sobre como produzir jogos jornalísticos. Assim como requer um profissional com um entendimento mais apurado da linguagem do jogo, é interessante que eles mesquem uma mecânica envolvente com o conteúdo que se quer apresentar, sem deixar de fazer sentido para o público. Não deve ser descaracterizado nem como jogo, muito menos como meio de informação. Ou seja, o hibridismo deve ser mantido.

O custo é outro entrave a ser relatado. Desenvolver um jogo é muito mais caro do que produzir uma reportagem multimídia como *Snow Fall*, mencionado no capítulo 4. Entra o custo com profissionais de outras áreas (roteiristas, designers, engenheiros de som, programadores), algo que para a realidade dos veículos pode ser um gasto muito alto. É um dos motivos por que estúdios independentes estão produzindo mais newsgames do que os próprios veículos informativos.

Um newsgame deve prezar pelos mesmos princípios éticos que os meios tradicionais supostamente também o devem. Sua criação deve ser regida por todos os princípios éticos que regem o jornalismo, desde a apuração até a transcrição de informações para esse meio. Outro fator a ser mencionado para a criação de newsgames bem-sucedidos seria criar ambientes realistas e que simulem de forma fiel as notícias que basearam a sua concepção. Outro ponto que não pode ser deixado de lado é o engajamento, que pode ser decisivo para o sucesso de um newsgame: jogos devem levar em consideração a adoção de práticas de design de interação, de forma a torná-lo um produto atraente para o grande público.

Apesar de tantos entraves, não podemos menosprezar o potencial do newsgame como produto informativo. Ele modifica completamente as técnicas jornalísticas, inserindo-se no mercado como um novo produto comunicacional para contar histórias. O ecossistema leitor-jornalismo acaba ganhando novas variáveis, inserindo os jogos e a publicidade como atores.

Frasca (2013, p. 262) afirma que o newsgame não é uma “tábua de salvação” para os veículos de notícia. Sua promessa é simples, “somar-se ao ecossistema do que conhecemos como notícias, aportando novas técnicas, para entender melhor os eventos que sucedem em nosso mundo” (FRASCA, 2013, p. 262). Em suma, o newsgame deve ser visto como um complemento e potencializador de notícias, sem manipular a experiência do leitor/jogador.

Frasca relata ainda que são vários os exemplos de bons newsgames que deixam claro o seu potencial, tanto a nível de oferecer novas experiências, como de ter sucesso com o público. Mas o ato de “criar” jogos não é suficiente: deve-se ter experiência tanto no jornalismo como no *design* de jogos. Frasca conta ainda como vários newsgames ao esmerar-se tanto em refletir a realidade acabam sendo impossíveis de jogar.

Muito embora o cenário para criação de newsgames não esteja propício graças ao corte de verbas e funcionários, é um produto que precisa de mais atenção, principalmente no quesito de pesquisa. Ainda existem perguntas sem respostas, especialmente no que diz respeito a identificar o newsgame como uma nova modalidade de jornalismo online. É possível relatar fatos somente com o jogo, sem precisar de um texto acompanhando? A terminologia proposta por Bogost et al. (2010) ainda é válida hoje? De que forma podemos classificar os newsgames dado o atual cenário? Como produzir novas formas de informar num cenário que passa por constantes mudanças?

Os resultados obtidos com esta pesquisa ainda motivam a elaboração de mais algumas questões: podemos enxergar o newsgame como um novo gênero jornalístico? É possível, dadas todas as condições de tempo e desenvolvimento, usar somente a proposta do jogo jornalístico para se informar, em detrimento de sites de notícias, jornais e telejornalismo? O newsgame é um produto jornalístico? Ou apenas informativo?

Encontrar respostas para essas perguntas pode não ser fácil, dadas as constantes mudanças do *modus operandi* do jornalismo, assim como do público, que cada vez mais se distancia do perfil de mero receptor. É interessante observar esses questionamentos, e pensá-los com o objetivo de construir novas formas para difusão de conteúdo informativo, além de produzir jogos com propósitos cada vez mais eficientes. Que propósitos seriam esses? Acredita-se aqui que o principal deles seria informar sobre os mais diversos assuntos a partir da linguagem do jogo enquanto suporte. De qualquer forma, tratar mais profundamente sobre tais propósitos gera inquietações que podem ser usadas como material de elaboração de problemas de pesquisa em trabalhos acadêmicos futuros.

REFERÊNCIAS

- AARSETH, Espen J.. **Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997. 208 p.
- ABT, Clark C.; **Serious Games**. Boston: University Press of America, 1970.
- ALZAMORA, Geane; TARCIA, Lorena. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n. 1, p. 22-35, 2012.
- ANDERSON, Chris; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. O Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. In: **Revista de Jornalismo ESPM**. Abril-Maio-Junho, p. 30-89, 2013.
- ANTIN, Judd; CHURCHILL, Elizabeth. Badges in Social Media: A Social Psychological Perspective. In: CHI 2011 GAMIFICATION WORKSHOP, 29., 2011, Vancouver. **Proceedings...** . Vancouver: Acm Digital Library, 2011. p. 1 - 3. Disponível em: <http://uxscien-tist.com/public/docs/uxsci_2.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2014.
- ARAUJO, Daniela Camila de. **Quem matou quem: Interações entre jogo e jogador no news-game CSI**. 2013. 169 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2013.
- ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. Rio de Janeiro: Ed. de Ouro, 1969
- ATAQUE às Mulheres. André Kishimoto, 2014. Jogo eletrônico.
- BARBOSA, Suzana; TORRES, Vitor. O paradigma 'jornalismo digital em base de dados': Modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. **Galáxia**, São Paulo, n. 25, p.152-164, jun. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gal/v13n25/v13n25a13.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2014.
- BARTHES, Roland. et al. **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis: Vozes, 1973, 3ª edição. Tradução de Maria Zélia Barbosa Pinto.
- BENJAMIN, Walter. “O narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”. In: **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BERGERON, Bryan. **Developing Serious Games**. Massachusetts: Charles River Media, 2006.
- BOGOST, Ian. **Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames**. Cambridge: The Mit Press, 2007. 437 p.
- BOGOST, Ian; FERRARI, Simon; SCHWEIZER, Bobby. **Newsgames: Journalism at Play**. Cambridge: The Mit Press, 2010. 235 p.
- BORGES, Jorge Luís. O jardim dos caminhos que se bifurcam. In: **Ficções**. São Paulo: Editora Globo, 1995.

BOURSCHEID, Ana. **Funções do jornalismo nos newsgames**. 2016. 202f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

BRASIL, Antonio. Jornalismo e videogames: desafios para a formação profissional e a produção de novos conteúdos jornalísticos. In: **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo (Rebej)**. Ponta Grossa, v.1, n.10, p.9-49, 2012. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/viewFile/217/153>>

BURTON, Jon. News-Game Journalism: history, current use and possible futures. **Australian Journal of Emerging Technologies and Society**, Melbourne, v.3, n.2, 2005.

CAETANO, Kati; QUADROS, Caetano; PEREIRA, Juliana. Jornalismo em jogo: práticas inovadoras para o ensino do jornalismo. In: **III Seminário Nacional de Ensino sobre Jornalismo**. Salvador: UFBA.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens: A máscara e a vertigem**. Lisboa: Edições Cotovia, 1990. 228 p. Tradução de José Garcez Palha.

CAIRO, Alberto. **Infografia 2.0**. Madri: Alamut, 2008.

CALVINO, Ítalo. **Seis propostas para o próximo milênio**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990. Tradução de Ivo Barroso.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CASTRONOVA, Edward. **Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games**. Chicago: The University Of Chicago Press, 2005. 332 p.

CHRONO Trigger. Squaresoft, 1995. Jogo eletrônico.

COMO funciona a bateria da Grande Rio. Portal IG, s.d. Jogo eletrônico.

CUNHA, Newton. **Dicionário SESC: a linguagem da cultura**. São Paulo: SESC São Paulo, 2003.

CUTTHROAT Capitalism. Wired, 2009. Jogo eletrônico.

DEAD Rising. Capcom, 2006. Jogo eletrônico.

DECATHLON. Atari, 1980. Jogo eletrônico.

De volta a 1964: sua vida em tempos de ditadura. Editora Abril, 2014. Jogo eletrônico.

DOOM. id Software, 1993. Jogo eletrônico.

ESKELINEN, Markku. The gaming situation. **Game studies**, v. 1, n. 1, p. 68, 2001.

E.T.. Atari, 1982. Jogo eletrônico.

FOLDIT. University of Washington, 2008. Jogo eletrônico.

FRASCA, Gonzalo. **Play the Message: Play, game and videogame rhetoric**. 2007. 213 f. Tese (Doutorado) - It University Of Copenhagen, Copenhagen, 2012. Disponível em: <http://www.powerfulrobot.com/Frasca_Play_the_Message_PhD.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2014.

_____. Simulation vs. Narrative: introduction to ludology. In: WOLF, M.; PER-
RON, B. (ed.). **Video/Game/Theory**. Nova York: Routledge, 2003.

_____. Newsgames: el crecimiento de los videojuegos periodísticos. In: SCO-
LARI, Carlos A (ed). **Homo Videoludens 2.0: De Pacman a la gamification**. Barcelona: Uni-
versitat de Barcelona, 2013. p. 253-263.

FIDLER, Roger. **Mediamorphosis: Understanding new media**. Pine Forge Press, 1997.

FILOSOFIGHTERS. Editora Abril, 2011. Jogo eletrônico.

FINAL Fantasy. Squaresoft, 1987. Jogo eletrônico.

FONSECA, André Azevedo; CARUSO, Leonardo. Os desafios editoriais dos NewsGa-
mes. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, v. 10, n. 2, 2014.

FOOD Import Folly. The New York Times, 2003. Jogo eletrônico.

FRANÇA, Lilian. Interatividade, expressividade e engajamento no newsgame “De volta a
1964: sua vida em tempos de ditadura”. **Comunicação e Sociedade**, v. 27, p. 335-351, 2015.

GENETTE, Gérard. **Discurso da narrativa**. Lisboa: Vega, s.d. Tradução de Fernando Cabral
Martins.

GLOBAL Conflicts. Serious Games Interactive, 2007. Jogo eletrônico.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: O jogo como elemento da cultura**. 6. ed. São Paulo: Pers-
pectiva, 2010. 246 p. (Estudos). Tradução de João Paulo Monteiro.

ISBISTER, Katherine. **How games move us: Emotion by design**. Boston: MIT Press, 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p. Tradu-
ção de Susana Alexandria.

JFK Reloaded. Traffic Games, 2004. Jogo eletrônico.

JOGO da Máfia. Editora Abril, s.d.. Jogo eletrônico.

JOGO da Sustentabilidade. O Estado de S. Paulo, s.d.. Jogo eletrônico.

JUUL, Jesper. **Half-Real: Video Games Between Real Rules and Ficcional Worlds**. Cam-
bridge: The Mit Press, 2011. 248 p.

KABUL Kaboom. Gonzalo Frasca, 2001. Jogo eletrônico.

KENT, Steven L.. **The Ultimate History of Videogames: From Pong to Pokemon...** The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World. [s. L.]: Three Rivers Press, 2001. 624 p.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo:** Norte e sul. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2001. 415 p. Tradução de: Rafael Varela Jr..

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia.** 6. ed. São Paulo: Ática, 2006. 78 p. (Princípios, v. 29).

LANGLOTZ, Holger; RHODE, Marc; WHALEY, Clayton. **Video Games industry overview: An Analysis of the Current Market and Future Growth Trends.** Berlim: International Business Project, 2008. 50 p. Disponível em: <http://holgerlanglotz.de/downloads/BU4510_VideoGamesIndustry_LanglotzEtAl.pdf>. Acesso em: 25 set. 2014.

LAPENÑA, Nonny de et al. Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. **Presence**, Boston, v. 19, n. 4, p.291-301, ago. 2010. Disponível em: <http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/PRES_a_00005>. Acesso em: 05 jan. 2015.

LEO'S Red Carpet Rampage. The Line, 2016. Jogo eletrônico.

LEVY, Piérre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999. 270 p. (Coleção Trans). Tradução de Carlos Irineu da Costa.

LOUREIRO, André. **Narrativas Digitais e Cibertextos de Influência Histórica:** Um ensaio de game design. 2013. 113p. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Coimbra, Coimbra, 2013.

MANOVICH, Lev. **The Language of the New Media.** Cambridge: The MIT Press, 2001, 400p.

MARCIANO, Carlos Nascimento. **Newsgames:** Jornalismo além do game over. 2012. 119 f. TCC (Graduação) - Associação Educacional Luterana Bom Jesus/ielusc, Joinville, 2012. Disponível em: <http://www.jornalismodigital.org/wp-content/uploads/2012/08/monografia_newsgames.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2014.

MASTROCOLA, Vicente Martin. **Ludificador:** Um guia de referências para o game designer brasileiro. São Paulo: Edição do Autor, 2012. 101 p. Disponível em: <<http://acervo-digital.espm.br/e-books/318077.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2014.

MATTAR, João. **Games em educação:** como nativos digitais aprendem. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

MCGONIGAL, Jane. **A Realidade em Jogo:** Por que os games nos tornam melhores e como eles podem mudar o mundo. São Paulo: Best Seller, 2012. 378 p. Tradução de Eduardo Rieche.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda:** Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial. São Paulo: Summus, 1988. 191 p. (Coleção Novas Buscas em Comunicação).

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2013. 246 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

MINECRAFT. Mojang, 2011. Jogo eletrônico.

MOTTA, Luiz Gonzaga; COSTA, Gustavo Borges; LIMA, Jorge Augusto. Notícia e construção de sentidos : análise da narrativa jornalística. **Intercom**, v. 27, n. 2, jul./dez. 2004. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewArticle/1067>>. Acesso em: 26 fev. 2016.

MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck**: O futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural/unesp, 2003. 282 p. Tradução de Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandes Cuzziol.

NANOPOPS. G1, s.d. Jogo eletrônico.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2007. 235 p.

PIMENTEL, Erick V. **Espaços sociais e novas identidades gamers**: A influência do consumo na produção das narrativas dos videogames. 2015. 117f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

PLAY Madrid. Gonzalo Frasca, 2004. Jogo eletrônico.

PONG. Atari, 1972. Jogo eletrônico.

PRESIDENTIAL Pong. CNN, 2004. Jogo eletrônico.

PROPP, Vladimir. **Morfologia do conto maravilhoso**. São Paulo: Forense Universitária, 2006.

RANHEL, João. Games: Emergência de um campo teórico. In: SANTAELLA, Lúcia; FEITOZA, Mirna (Org.). **Mapa do Jogo**: A diversidade cultural dos games. São Paulo: Cengage Learning, 2009. Cap. 1. p. 3-22.

REIS, Carlos e LOPES, Ana Cristina M. **Dicionário de narratologia**. Coimbra: Almedina, 1990, 2ª edição.

RIBEIRO, Nicolly S. V. **Newsgames: que relação pode haver entre jogos e notícias?** 2012. 59f. Monografia (Conclusão de Curso) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. Campinas: Papirus, 1994. 3 vol. Tradução de Constança Marcondes César.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of Play**: game design fundamentals. Cambridge: The MIT Press, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**: Da cultura das mídias à cibercultura. 4. ed. São Paulo: Paulus, 2010. 357 p.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço**: O perfil cognitivo do leitor imersivo. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2007. 192 p. (Comunicação).

SANTI, Vilso Junior. Convergência de funções: Jornalismo, publicidade e games. **Contra-campo**, Niterói, v. 21, p.69-83, ago. 2010.

SCOLARI, Carlos A. **Hipermediaciones**: elementos para una teoría de la comunicación digital **interactiva**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2008.

SCOOP! Red Mercury, 2007. Jogo eletrônico.

SEABRA, Geraldo A.; SANTOS, Luciene A.. **Do Odyssey 100 aos Newsgames**: Uma genealogia dos games como informação. [s.l]: Newsgames, 2012.

_____. **Newsgames - Teoria Geral Aplicada dos Games Baseados em Notícias**: Criando as bases narrativas de um novo modelo de Jornalismo Online. [s.l]: Newsgames, 2014.

SEPTEMBER 12th. Gonzalo Frasca, 2003. Jogo eletrônico.

SICART, Miguel. Newsgames: Theory and Design. In: STEVENS, Scott M.; SALDAMARCO, Shirley J. (Ed.). **Entertainment Computing - ICEC 2008**: 7th International Conference, Pittsburgh, PA, USA, September 25-27, 2008. Proceedings. Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 2009. p. 27-33.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s.l], v. 2, n. 1, p.95-107, jan. 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091>>. Acesso em: 06 jan. 2015.

SIMONS, Jan. Narrative, games and theory. **Game studies**, v.7, n.1, 2007

SPACE Invaders. Taito, 1977. Jogo eletrônico.

SUPER Columbine Massacre RPG. Danny Ledonne, 2005. Jogo eletrônico.

SUPER Impeachment Rampage. Black Hole Studio; Studio Nebulosa, 2016. Jogo eletrônico

SUPER Mario Bros. Nintendo, 1985. Jogo eletrônico.

TAPSCOTT, Don. **Geração Digital**: A crescente e irreversível ascensão da geração net. São Paulo: Makron, 1999. 321 p. Tradução de Ruth Barr.

TÁRCIA, Lorena. Narrativa Transmídia em Jornalismo de Imersão e Newsgame. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 9., 2011, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: SBPJOR, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, v. II: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005. 216 p.

TREANOR, Mike; MATEAS, Michael. Newsgames: Procedural Rhetoric meets Political Cartoons. In: BREAKING NEW GROUND: INNOVATION IN GAMES, PLAY, PRACTICE AND THEORY, 4., 2009, São Francisco. **Proceedings of DiGRA 2009**. São Francisco: Digra, 2009. p. 1 - 8. Disponível em: <<http://www.wingchunsantacruz.com/gamesandart/research/newsgames-DiGRA2009.pdf>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas**. Perspectiva, São Paulo, 2003.

VIANNA, Ysmar et al. **Gamification, inc.:** Como reinventar empresas a partir de jogos. Rio de Janeiro: Mjv Press, 2013. 116 p. E-book. Disponível em: <<http://www.livrogamification.com.br>>. Acesso em: 26 jul. 2014.

VOGLER, Christopher. **A Jornada do escritor**. São Paulo: Editora Aleph, 2015.

WITCHER III: Wild Hunt. CD Projekt Red, 2015. Jogo eletrônico.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1997. 247 p.

WORLD of Warcraft. Blizzard Entertainment, 2004. Jogo eletrônico.

WORLD Without Oil. Jane McGonigal et al., 2007. Jogo eletrônico.

ZIMMERMAN, Eric. **Narrative, interactivity, play and games:** Four naughty concepts in need of discipline. 2004. Disponível em <http://www.ericzimmerman.com/texts/Four_Concepts.html>. Acesso em 06 mar. 2016.

ZORK. Infocom, 1980. Jogo eletrônico.