



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

CARLA PATRÍCIA PACHECO TEIXEIRA

Da notícia ao jogo:

narrativa, mecânica, estética e tecnologia em newsgames

Recife

2017

CARLA PATRÍCIA PACHECO TEIXEIRA

Da notícia ao jogo:

narrativa, mecânica, estética e tecnologia em newsgames

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora em Design.

Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos

Orientador: Prof. Dr. André Menezes Marques das Neves

Recife

2017

Catálogo na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

T266d Teixeira, Carla Patrícia Pacheco
Da notícia ao jogo: narrativa, mecânica, estética e tecnologia em *newsgames* / Carla Patrícia Pacheco Teixeira. – Recife, 2017.
219 f.: il., fig.

Orientador: André Menezes Marques das Neves.
Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2018.

Inclui referências.

1. *Newsgames*. 2. Convergência. 3. Game Design. 4. Brinquedo. 5. Narrativas interativas. 6. Jogo. I. Neves, André Menezes Marques das (Orientador). II. Título.

745.2 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC 2018-157)

CARLA PATRÍCIA PACHECO TEIXEIRA

Da notícia ao jogo:

narrativa, mecânica, estética e tecnologia em newsgames

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora em Design.

Aprovada em: 31/07/2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. André Menezes Marques das Neves (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Leonardo Augusto Gomez Castillo (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Paulo Carneiro da Cunha Filho (Examinador Externo)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Guilherme Ranoya Seixas Lins (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. José Afonso da Silva Junior (Examinador Externo)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Leonardo Henrique Lago Falcão (Examinador Externo)
Universidade Católica de Pernambuco

Aos meus amores perfeitos

*Creusa e Ricardo Pacheco (em memória),
cartas da sabedoria e da cumplicidade*

*Igor, Marina, Ian,
arqueiro, mestra, navegador*

AGRADECIMENTOS

A um orientador surpreendente, André Neves, pela habilidade em observar o mundo e nele encontrar sentidos e inovação.

A todos os professores do Programa de Pós-Graduação em Design da UFPE, particularmente aqueles com quem as disciplinas possibilitaram a aproximação: Gentil Porto, Sílvio Campello, Virgínia Cavalcanti, Marcelo Soares, Fábio Campos, Leonardo Castillo e Ney Dantas.

Aos que participaram do meu exame de qualificação, Walter, Afonso Jr e Márcia Campos, por contribuírem para o crescimento do trabalho a partir de suas observações.

Ao professor Marcelo Soares, pela oportunidade de publicar dois artigos internacionais.

Aos companheiros de jornada, estudantes que iniciaram o mestrado e o doutorado em 2012, especialmente Dario Brito, pessoa generosa e inspiradora.

A Marcelo e Flávia, da secretaria do PPG-Design, pela paciência, gentileza e generosidade.

Aos amigos da Universidade Católica de Pernambuco, incentivadores do caminho, por dividirem mentes ouvindo sobre os desafios, fases, recompensas e também sobre belezas: Breno Carvalho, Marcia Campos, Dario Brito, Anthony Lins, Jarbas Agra - com quem produzi artigos, dividi taças de vinho e apresentei trabalhos nacionais e internacionais. A Cláudio Bezerra, Aline Grego, Andrea Trigueiro, Lula Pinto, Alfredo Sotero, Verônica Brayner, Carol Monteiro, Renata Victor, Zuleica Dantas, por estarem tão perto, sempre. A Flávio Santos, companheiro de trabalho, pai de Bernardo, amigo e revisor.

À Salett Tauk, que a cada encontro inesperado me estimulou à vida e à pesquisa.

Ao grupo de whats mais amado em linha reta de Pernambuco: Clarissa, Jéssica, Chico, Marcelo. Ex-alunos que a vida me devolveu como amigos cheios de lindezas.

À Maria Helena, que enxergou a possibilidade; a Alexandre Melo, pelas declarações diárias de amizade; à Mariana Banja, pelo brilho, leveza e alegria; A Celso Costa, pela verdade e acolhimento.

A Roberto, de amizade, música e outras histórias.

A Carlinhos, Maurício, Teresa, Ana, Bruna, pequena família materna, parceiros da existência.

Às três pessoas mais incríveis que eu poderia querer no cotidiano, nos sonhos e nas viagens: Igor, Marina e Ian. Uma constelação inteira a lembrar do quanto é massa ser mãe e cúmplice dessas criaturas companheiras.

Não me interessa nada que avance diretamente de um ponto para o outro e que se saiba perfeitamente que essa linha começou aqui e terminou ali. Não. Não se pode pretender ser atinado e sensato e levar uma vida linear e exata. A vida é cheia de surpresas.

(GUTIÉRREZ, 2017, Kindle, posição 704)

RESUMO

O contexto da convergência midiática tem provocado o surgimento de produtos diversos, ligados à web e dispositivos móveis. Esta pesquisa tem como objetivo observar o percurso de uma notícia ao se transformar em *newsgame*, na perspectiva de ser um tipo de narrativa transmídia que pode motivar o público a consumir informações. Procurou-se observar o que, na notícia, se transformou em narrativa, mecânica, estética ou tecnologia no artefato produzido. A proposta foi oferecer um painel para que comunicadores, jornalistas e designers, possam identificar quais aspectos da notícia podem resultar em um *newsgame* interessante, atrativo e com boa jogabilidade. No desenvolvimento da pesquisa, foi necessário levantar os diversos modelos de análise existentes e já utilizados para *newsgames*. A partir daí, sugerimos um modelo de análise com duas etapas: a primeira, com a tétrede de Shell; a segunda, identificando os *newsgames* analisados como de três tipos: narrativas com elementos de jogos, brinquedos ou jogos. Foram analisados 16 *newsgames*, publicados em 11 países, no período entre 2001 e 2014. Entre os resultados, a observação de que usar unicamente a notícia como narrativa raramente produz um jogo com o nível de desafio e balanceamento adequados a uma proposta de *newsgame*, bem como a utilização da estética abrindo caminho para a imersão no ambiente do jogo.

Palavras-chave: *Newsgames*. Convergência. Game Design. Brinquedo. Narrativas Interativas. Jogo.

ABSTRACT

The context of media convergence has led to the emergence of diverse products, linked to the web and mobile devices. This research aims to observe the course of a news when it becomes newsgame, in the perspective of being a type of transmedia narrative that can motivate the public to consume information. We sought to observe what, in the news, became narrative, mechanics, aesthetics or technology in the artifact produced. The proposal was to offer a guide for journalists and designers, whose elements allow identifying what aspects of the news can result in an interesting newsgame, attractive and with good gameplay. In the development of the research, it was necessary to raise the various models of analysis of existing newsgames, presented in the chapter on the state of the art. From there, we propose a model of analysis with two steps: the first, with the tetrad of Shell; The second, identifying the analyzed newsgames as interactive narratives, toys or games. We analyzed 16 newsgames, published in 11 countries, between 2001 and 2014. Among the results, the observation that the narrative rarely produces a game with the level of challenge and balancing appropriate to a newsgame proposal, as well as the Use of aesthetics creating the HUDS and paving the way for immersion in the game environment.

Key words: Newsgames. Convergence. Game design. Toy. Interactive Narratives. Game.

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 – Tela do newsgame Kabul Kaboon!	30
Figura 2 – Simulação de bombardeio com mísseis no jogo September 12th	31
Figura 3 – Tela do newsgame Madri	32
Figura 4 – Tela de V de Vinagre, versão online, de 2013	36
Figura 5 – Tela de V de Vinagre. Jogo foi produzido à época das manifestações populares de 2013. Versão para smartphones	37
Figura 6 – Newsgame Como funciona a bateria da Grande Rio	40
Figura 7 – De volta a 1964. Newsgame retrata cotidiano pós-golpe de 1964	41
Figura 8 – Tela inicial do quiz	43
Figura 9 – Newsgame simula prática jornalística em zona de guerra	44
Figura 10 – Spent. Jogador usa Facebook para pedir ajuda	45
Figura 11 – Ambiente para o desenvolvimento de newsgames	46
Figura 12 – Print da tela do aplicativo Game-o-Matic	49
Figura 13 – Print da tela do aplicativo Playable Media Story	50
Figura 14 – Tela inicial do jogo Filosofighters	82
Figura 15 – Cenário do combate entre Maquiavel e Sartre no newsgame Filosofighters. O ambiente reproduz a França em maio de 1968	82
Figura 16 – Os quatro elementos essenciais dos jogos	100
Figura 17 – HUDs no newsgame Rihanna's Revenge	105
Figura 18 – Mapa e recursos no newsgame O Combate do Barro Vermelho ..	106
Figura 19 – Tela inicial do jogo	115

Figura 20 – Bin Laden é representado por um recorte fotográfico	116
Figura 21 – Pontuação final e convite para jogar novamente	117
Figura 22 – Tela inicial de Kabul Kaboom!	119
Figura 23 – Visão noturna da Guerra do Golfo	120
Figura 24 – Personagem deve coletar comida e desviar das bombas	121
Figura 25 – Tela final de Kabul Kaboom!	121
Figura 26 – Tela inicial de The Suicide Bombing Game, disponível no site 666games.net	124
Figura 27 – Tela do jogo	125
Figura 28 – Placar informa sobre os resultados do jogador	125
Figura 29 – Tela inicial de Can You Spot the Threats?	128
Figura 30 – Escaneamento de bagagens	129
Figura 31 – Elementos da interface são apresentados no início do jogo e facilmente compreendidos pelo jogador	130
Figura 32 – Desempenho do jogador surge no final do jogo	131
Figura 33 – Tela inicial de September 12th	134
Figura 34 – Tutorial mostra personagens e avisa: isto não é um jogo, é uma simulação	134
Figura 35 – Cenário reproduz elementos de uma aldeia no Oriente Médio ..	135
Figura 36 – Tela inicial de Madri	138
Figura 37 – Orientação ao jogador na segunda tela do jogo	139
Figura 38 – Tela do jogo. Personagens vestem camisetas alusivas a outros atentados	139

Figura 39 – Tela do final do newsgame	140
Figura 40 – Site de 3rd World Farmer	143
Figura 41 – Tela inicial de 3dr World Farmer	143
Figura 42 – Tela de jogo	144
Figura 43 – É possível mudar personagens	145
Figura 44 – Elementos de plantio	145
Figura 45 – Tela de resultado entre rodadas	146
Figuras 46 – Alternativas para obter recursos	147
Figura 47 – Tela de transição indica a passagem do tempo entre uma safra e outra	149
Figura 48 – Tela inicial do jogo	151
Figura 49 – Tutorial	151
Figura 50 – Início do jogo	152
Figura 51 – Tela de negociação entre países	152
Figura 52 – Tela de transição entre fases	153
Figura 53 – Desafios são inseridos ao longo do newsgame	154
Figura 54 – Tela final de Climate Challenge	154
Figura 55 – Tela inicial do jogo	157
Figura 56 – Cenários e personagens usam arte em 2D	158
Figura 57 – Jogo tem arte em 2D	158
Figura 58 – Nível 3 do jogo: deus ex machina salva um dos padres	159
Figura 59 – Tela inicial de Debate Night	164

Figura 60 – Seleção de argumentos	164
Figura 61 – Argumentos durante a partida	165
Figura 62 – Votação final	166
Figura 63 – Bush troca os resultados	166
Figura 64 – Telas inicial e final do jogo. Ironia e indicação para organização de enfrentamento à violência doméstica	169
Figura 65 – Progressão do jogador é percebida pelas marcas da agressão ...	169
Figura 66 – Fim do jogo	170
Figura 67 – Caso o jogador clique no link, é redirecionado para a página de combate à violência contra a mulher	172
Figura 68 – Imagem do Youtube que inspira a tela do jogo	173
Figura 69 – Única tela do newsgame	174
Figura 70 – Tela de introdução dá o contexto da narrativa	175
Figura 71 – Tela inicial do jogo	177
Figura 72 – Escolha de emprego é primeira questão apresentada ao jogador	177
Figura 73 – Opção minimalista para a interface	178
Figura 74 – Conexão com o Facebook para pedir ajuda aos amigos	179
Figura 75 – Tela final do jogo	180
Figura 76 – Tela inicial do jogo	181
Figura 77 – Seleção de modalidade olímpica	182
Figura 78 – Tela para inclusão de nome e escolha de personagem e país ...	183
Figura 79 – HUDs facilitam processo de decisões	183

Figura 80 – Tela com recordes da modalidade	184
Figura 81 – Tela de transição entre fases	185
Figura 82 – Tela inicial do newsgame Data Dealer	188
Figura 83 – Personagem Marcos apresenta a forma de jogar	189
Figura 84 – Tutorial	189
Figura 85 – Interface do banco de dados	190
Figura 86 – Interface traz indicadores da progressão do jogador	190
Figura 87 – Ações presentes no jogo são apoiadas em uma narrativa de alerta	191
Figura 88 – Tela para escolha do personagem	194
Figura 89 – Página da Wikipedia que surge quando o usuário clica no link Zine El Abdiline Bem Ali	194
Figura 90 – Imagem da home do jogo 1000 Days of Syria	195
Figura 91 – Mapas poderiam colaborar na imersão, mas são inseridos em uma aba específica, fora do contexto que está sendo narrado ..	196
Figura 92 – Alternativas simulam decisões reais	197

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Elencos de valores-notícia para operacionalização, segundo Silva (2005)	61
Quadro 2 – Principais desafios para a produção de newsgames. Reprodução do quadro de Rufino	64
Quadro 3 – Síntese das vantagens competitivas transitórias dos Newsgames	65
Quadro 4 – Reprodução da tabela 4.4 - Fatores de O Combate do Barro Vermelho	72
Quadro 5 – Comparativo entre newsgames e jogos sociais proposto por Déda e Zagalo	76
Quadro 6 – Primeira etapa do esquema de análise	109
Quadro 7 – Segunda etapa do esquema de análise	110
Quadro 8 – Lista de newsgames reunidos no diretório Newsgamesvault ...	111
Quadro 9 – Lista de newsgames reunidos no diretório Newsgamesvault ...	114
Quadro 10 – Estética e mecânica favorecem imersão e dão feedback ao jogador	118
Quadro 11 – Indefinição de regras e objetivos aproximam newsgame do tipo jogo	118
Quadro 12 – Análise percurso da notícia em Kabul Kaboom!	122
Quadro 13 – Retórica processual impede vitória torna newgame brinquedo	123
Quadro 14 – Elementos estéticos e mecânicos reduzem a informação ao essencial	126
Quadro 15 – Indefinição de regras e objetivos aproximam newsgame da categoria brinquedo	127

Quadro 16 – Mecânica e estética baseiam-se na notícia e favorecem imersão	132
Quadro 17 – Regras e objetivos aproximam newsgame do tipo jogo	133
Quadro 18 – Retórica processual orienta a mecânica do newsgame	137
Quadro 19 – Newsgame do tipo brinquedo	137
Quadro 20 – Análise do percurso da notícia em Madri	141
Quadro 21 – Madri é newgame da categoria brinquedo	142
Quadro 22 – Análise do percurso da notícia em 3rd World Farmer	148
Quadro 23 – 3rd World Farmer é newgame da categoria narrativa interativa	149
Quadro 24 – Análise do percurso da notícia em Climate Challenge	155
Quadro 25 – Climate Challenge é newgame da categoria jogo	156
Quadro 26 – Mecânica recria abusos e reforça percepção do código de silêncio	162
Quadro 27 – Pedopriest é newsgame da categoria jogo	163
Quadro 28 – Análise do percurso da notícia em Debate Night	167
Quadro 29 – Debate Night é newgame da categoria jogo	167
Quadro 30 – Análise percurso da notícia em Rihanna’s Revenge	171
Quadro 31 – Elementos de jogos caracterizam o newsgame	173
Quadro 32 – Análise do percurso da notícia em Fuga da Vila Cruzeiro	175
Quadro 33 – Fuga da Vila Cruzeiro é newgame da categoria brinquedo	176
Quadro 34 – Análise do percurso da notícia em Spent	180

Quadro 35 – Spent é newgame da categoria jogo	181
Quadro 36 – Análise do percurso da notícia em Could you be a medallist? ..	186
Quadro 37 – Could you be a medallist? é newgame da categoria jogo	187
Quadro 38 – Análise do percurso da notícia em Data Dealer	192
Quadro 39 – Data Dealer é newgame da categoria jogo	193
Quadro 40 – Análise percurso da notícia em 1000 Days of Syria	198
Quadro 41 – Narrativa com elementos de jogos	200
Quadro 42 – Resultado das análises dos newsgames	201

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	20
1.1	Justificativa e Relevância	22
1.2	Objetivos	23
1.3	Metodologia	24
2	CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO	26
2.1	Newsgames como jogos sérios	33
2.2	Newsgames: tipologia e retórica	34
2.2.1	Atualidades	35
2.2.2	Infográficos	39
2.2.3	Documentários	40
2.2.4	Quebra-cabeças	42
2.2.5	Instrução	44
2.2.6	Comunitários	44
2.2.7	Plataforma	45
2.3	Projetando <i>newsgames</i>	46
2.3.1	Modelos para construção de <i>newsgames</i>	49
3	O ESTADO DA ARTE	51
3.1	Newsgames, comunicação e jornalismo	52
3.2	Narrativas transmídias e hibridismo da forma	55
3.3	Os modelos de análise de <i>newsgames</i>	60
4	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	79
4.1	Jogos sérios e as narrativas transmídias	80
4.1.1	Transmídiação: reflexo da convergência	84
4.2	Sobre interatividade e narrativas	87
4.3	Sobre brinquedos	94
4.4	Sobre jogos e suas definições	96
4.4.1	A téttrade elementar	99
4.5	Gêneros de jogos e HUD	101
4.6	Síntese do modelo de análise	106
4.6.1	Sobre os itens do modelo	106
4.6.1.1	<i>Atributos dos jogos, de brinquedos e de narrativas interativas</i>	109

5	O PERCURSO DA NOTÍCIA	114
5.1	Whack-Osama! (2001)	115
5.1.1	Usando as lentes	115
5.1.2	Guerra em jogo	118
5.2	Kabul Kaboom! (2001)	118
5.2.1	Usando as lentes	119
5.2.2	Retórica processual limita ação: <i>newsgame</i> é um brinquedo	123
5.3	The Suicide Bombing Game (2002)	123
5.3.1	Usando as lentes	124
5.3.2	Brinquedo macabro	126
5.4	Can You Spot the Threats? (2002)	127
5.4.1	Usando as lentes	128
5.4.2	Jogando contra o terrorismo	132
5.5	September 12th (2003)	133
5.5.1	Usando as lentes	134
5.5.2	Um <i>newsgame</i> que não é jogo	137
5.6	Madri (2004)	137
5.6.1	Usando as lentes	138
5.6.2	Um único tipo de interação no <i>newsgame</i> Madri	141
5.7	3rd World Farmer (2005)	142
5.7.1	Usando as lentes	143
5.7.2	Narrativa interativa disfarçada de jogo	148
5.8	Climate Challenge (2006)	149
5.8.1	Usando as lentes	150
5.8.2	Estrutura de <i>Climate Challenge</i> é de um jogo	155
5.9	Operation: Pedopriest (2007)	156
5.9.1	Usando as lentes	157
5.9.2	<i>Pedopriest</i> e suas formas de jogar	162
5.10	Debate Night (2008)	163
5.10.1	Usando as lentes	163
5.10.2	Tiros e argumentos em ambiente de jogo	167
5.11	Rihanna's Revenge (2009)	168
5.11.1	Usando as lentes	168

5.11.2	<i>Rihanna's é um jogo</i>	171
5.12	<i>Fuga da Vila Cruzeiro (2010)</i>	173
5.12.1	Usando as lentes	174
5.12.2	Brincando de atirar e acertar fugitivos	176
5.13	<i>Spent (2011)</i>	176
5.13.1	Usando as lentes	176
5.13.2	Seleção de alternativas envolve o jogador	180
5.14	<i>Could you be a medallist (2012)</i>	181
5.14.1	Usando as lentes	182
5.14.2	Jogo dos recordes	186
5.15	<i>Data Dealer (2013)</i>	187
5.15.1	Usando as lentes	188
5.15.2	Informações em jogo	192
5.16	<i>1000 Days of Syria (2014)</i>	193
5.16.1	Usando as lentes	193
5.16.2	Narrativa interativa, brinquedo ou jogo?	198
6	DISCUSSÕES	201
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	205
7.1	Desdobramentos	209
	REFERÊNCIAS	210

1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história, diversas mudanças tecnológicas foram responsáveis por modificar os modos de trabalho, as formas de compartilhar o cotidiano, os hábitos de consumo. Sem que haja aqui a pretensão de fazer um levantamento histórico sobre elas, procuramos observar um dos aspectos que possibilitaram o surgimento de nosso objeto de estudo, os *newsgames*. A internet, cuja interface é a web, marcou uma série de mudanças no século XX e abriu caminho para que surgissem novas formas de produzir e difundir conteúdos, em um processo cultural denominado convergência midiática.

Tema de estudos diversos e foco de atenção de empresas e conglomerados de comunicação, a convergência midiática pauta os trabalhos de autores como Salaverría e Avilés (2009), Jenkins (2009) e Igarza (2008), que buscam compreender um fenômeno múltiplo e abrangente, tanto na diversificação dos meios de comunicação quanto na formação de um novo perfil para os jornalistas. A forma como a notícia é apresentada também se altera, considerando a necessidade atual de publicar uma mesma informação em múltiplas plataformas.

Para Henry Jenkins, a convergência não se trata apenas de um processo tecnológico, mas uma transformação cultural, “à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos.” (2009, p.30). O cenário, portanto, é de uma maior integração de linguagens, pois em um mesmo suporte - o meio digital - pode-se agregar o que antes era fruto de meios específicos, como o rádio, o jornal, a televisão.

Se a linguagem binária contribuiu para uma espécie de unificação na forma de comunicar - no sentido do próprio código digital -, os produtos que utilizam a web como suporte ganharam com os avanços crescentes da multimídia, explorando recursos como áudio, som ambiente, vídeos, imagens em movimento, além de ter ampliada a interatividade com o usuário. Ampliada porque, mesmo que de outras formas, a interatividade sempre existiu.

A cultura participativa, que entre outros aspectos implica na interação entre os meios e os usuários, com a produção de conteúdos próprios e a incorporação desses na difusão de informações, é um dos conceitos abordados por Henry Jenkins (2009). A evolução tecnológica e a convergência midiática

provocaram também mudanças na produção jornalística. A partir delas e com o crescimento das redes sociais e mídias digitais, a notícia se transforma em um produto, dotado de elementos multimídia e de perspectivas não lineares, que incorpora ainda a participação do leitor. Começa, também, uma redução de leitores dos jornais impressos, assim como o de espectadores televisivos.

As publicações e suas versões *online* e nas redes sociais vão solicitar cada vez mais a interação do usuário, no compartilhamento de conteúdos e rápido acompanhamento dos fatos. Ao consumir informação, o público intensifica o uso da segunda tela como elemento de conexão, fazendo com que, ao assistir um programa de TV, série, reportagem, faça comentários em suas redes sociais e acompanhe o desenrolar do conteúdo por meio de perfis no twitter, facebook e instagram, entre outras redes.

No início deste cenário, em 2001, surgem os *newsgames*, jogos *online* que buscam explicar e ilustrar acontecimentos mundiais de forma lúdica. Trata-se de jogos produzidos a partir de notícias, tomando como base informações sobre acontecimentos passados ou um evento em andamento. Segundo Seabra (2012, p. 12), a base narrativa foi cunhada pelos infográficos hipertextuais. O autor destaca que, em meados de 2000, o jornal *online El Mundo* passou a narrar a notícia também através de infografias digitais, ao mesclar no mesmo suporte midiático informação descritiva e imagens dinâmicas.

O autor detalha que os primeiros experimentos usando a notícia em forma de *games* começaram de fato a partir de 2004, com a publicação do *newsgame Madri*, na versão *online* do jornal espanhol *El País*, sobre os ataques terroristas à capital espanhola. O *newsgame* possui uma estrutura simples e mostra pessoas segurando velas em homenagem às vítimas do atentado. (SEABRA, 2012, p. 13).

No entanto, os dados encontrados na construção dessa pesquisa indicam que Gonzalo Frasca, criador de *Madri*, iniciou a produção de *newsgames* ainda em 2001, com o *newsgame Kabul Kaboom!*, após os atentados terroristas de 11 de setembro do mesmo ano, nos Estados Unidos. Foi o game designer, também, quem primeiro apresentou o termo *newsgame*.

1.1 Justificativa e Relevância

Almeida (2012) aponta que várias iniciativas mundiais têm unido dois campos que parecem extremamente opostos: jornalismo e *games*. De forma geral, segundo a autora, o *webjornalismo* tem encontrado seu espaço no desenvolvimento de formatos interativos de notícias, sobretudo através de interfaces divertidas e sedutoras, congregando imagens, vídeos, ícones e textos e exigindo uma participação mais ativa dos interagentes. Nos *newsgames*, a informação noticiosa assume um peso temático, sem a obrigação da edição da notícia como fator de novidade (SEABRA, p. 3). Ela não é mais estruturada da maneira tradicional. É o jornalismo de entretenimento, uma nova forma de consumir a notícia.

Da primeira experiência de Gonzalo Frasca até 2016 são 15 anos desde que a produção de *newsgames* teve início. Podemos considerá-los um formato ainda não consolidado, com diversas pesquisas que o observam pelo viés de produto jornalístico. Outras abordagens comuns são voltadas ao seu caráter transmidiático, engajamento do público e capacidade de levar um tema ao debate. Ainda são escassas as pesquisas que compreendam o *newsgame* como um artefato digital, analisando o design na construção de sua jogabilidade e o percurso de transformação da notícia.

Tendo em vista a crise da indústria da informação principalmente em relação aos formatos tradicionais, os *newsgames* seriam um mecanismo capaz de atrair novos leitores, principalmente entre os da geração XY, a partir do momento em que usa das características da própria geração digital. Ou seja, público está habituado a trabalhar em rede, articular, montar táticas e planejar estratégias de combate em jogos *online multiplayer*, ao mesmo tempo em que desenvolvem outras atividades, como ouvir música e atender ao telefone.

Observar as possibilidades da notícia na produção de jogos pode auxiliar para a geração de negócios. O formato contribuiu para que novos produtos sejam pensados para as empresas de comunicação, com formação de equipes multidisciplinares na construção dos *newsgames*. Como se observa entre os *newsgames* selecionados para esta pesquisa, grande parte é de criações independentes, podendo ou não estar atrelado a um veículo específico. Pode trabalhar temas de engajamento social, ou atuar na formação de uma juventude mais intelectualizada, que está habituada a ler apenas em formatos digitais.

Howard Finberg, diretor do The Poynter Institute, em debate realizado durante o Simpósio Internacional de Jornalismo Online da Universidade do Texas, em Austin (EUA), explicou que a taxa de retenção de informação em um *newsgame* é de 70% a 80%, contra 50% em um meio com texto e material multimídia (áudio ou vídeo) e apenas 20% em textos impressos. (BLOG DOS NEWSGAMES, 2012).

1.2 Objetivos

_ Geral

Analisar o percurso da notícia ao *newsgame*, sob a ótica da estética, mecânica, narrativa e tecnologia, identificando a relação dos artefatos digitais com três formatos distintos: narrativa interativa com elementos de jogo, brinquedo e jogo.

_ Específicos

1. Mapear os *newsgames* produzidos entre 2001 e 2014, estabelecendo sua temática, gênero e local de publicação;
2. Identificar modelos de análise utilizados para a compreensão do artefato digital, bem como suas perspectivas teóricas;
3. Compreender os *newsgames* na perspectiva do game design, a partir das lentes de Shell;
4. Criar um painel formado pela análise dos *newsgames* selecionados, de maneira a colaborar para sua ideação por meio de comunicadores, jornalistas e designers.

Nosso objeto de estudo são os *newsgames*, considerados um produto do webjornalismo ligado ao engajamento social e também ao entretenimento. A proposta mapeou os *newsgames* publicados em portais de notícias e produtoras independentes desde 2001, estabelecendo um arcabouço teórico de análise compatível com as características desse artefato digital. Nossa hipótese é que a notícia, muitas vezes, não se transforma em um jogo. Neste sentido, a afirmação de Bogost, Ferrari e Schweizer (2010), de que o *newsgame* seria toda e qualquer interseção entre jogos e jornalismo, não dá conta das características essenciais aos jogos, notadamente seu game design.

1.3 Metodologia

Para o desenvolvimento dessa pesquisa fez-se necessária, inicialmente, realizar uma revisão bibliográfica que incluiu o levantamento de livros, artigos e sites de pesquisadores do campo do design, games e da convergência midiática, aprofundando os conhecimentos relacionados à construção dos *newsgames*, apoiando o processo investigativo.

Logo após, teve início o desenvolvimento do estado da arte, com levantamento de artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais. Neste momento, nosso objetivo foi identificar os modelos de análise utilizados, estabelecendo as abordagens de pesquisa, elementos comuns e número de jogos analisados. Procuramos investigar as principais correntes teóricas que subsidiaram os artigos para, então, delinear o caminho da tese, após encontrarmos uma importante lacuna: a observação dos *newsgames* como um jogo a partir de elementos do game design. Foi a partir desse cenário que delimitamos o estudo para essa vertente específica.

A pesquisa contou ainda com a realização de um mapeamento dos *newsgames* publicados em portais de notícias e sites de produtoras independentes desde 2001. Após o mapeamento, foi feita uma seleção de 16 *newsgames*, publicados até 2014. Consideramos como parâmetro de seleção o diretório *newsgamesvault*, site organizado pelos Jornalistas do Brasil, online até 2016, cujo objetivo era justamente apresentar a produção de *newsgames* e jogos sérios no mundo, reunindo artefatos de 15 países. Entre os primeiros lugares, estão os Estados Unidos, com 24 jogos, Brasil, com 20, e Inglaterra, com 15. Os demais países são Itália (7), França (4), Uruguai (4), Austrália (2), Escócia (2), Áustria (1), Canadá (1), Chile (1), Dinamarca (1), Alemanha (1), Índia (1) e Japão (1).

Após a seleção, desenvolvemos a fundamentação teórica. Tomando por base a tétrede de Shell, é formada a primeira etapa do modelo de análise. Ele permitiu identificar, nos *newsgames* avaliados durante a pesquisa, quais os aspectos do fato/notícia foram usados como estética, mecânica, narrativa e quais as tecnologias usadas no material, de maneira a compreender como influenciaram a jogabilidade, a partir da experiência proporcionada ao jogador.

A segunda etapa detalha a experiência. A proposta foi observar as características dos *newsgames*, por meio das definições de jogos, interação e

brinquedo. Considerar a jogabilidade dos *newsgames* - ou analisar esse tipo de jogo à luz do game design - estabelece diretrizes para sua compreensão enquanto artefato de design. Como detalhamos no estado da arte, a maioria das pesquisas relacionadas ao objeto desta pesquisa está vinculada às características do *newsgame* como parte de um tipo de jornalismo específico, denominado jornalismo de entretenimento, ou, em casos específicos como o da desenvolvedora italiana de jogos independentes, a La Molle Industria, a um ativismo específico, que visa chamar a atenção para temas como o trabalho escravo na indústria da tecnologia ou os escândalos envolvendo a Igreja Católica em casos de pedofilia.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO

Os *newsgames* são um formato de jogo que utiliza as notícias para a construção de sua narrativa. Portanto, é um game cujo desenvolvimento depende intrinsecamente de um fato noticioso a ele relacionado ou, ainda, de uma situação ou fato histórico que fomentem a criação de um jogo. Assim, antes de iniciar a contextualização do objeto de nosso estudo, situando-o em um espaço temporal e evolutivo, partimos do pressuposto de que se um *newsgame* é um tipo de jogo que está relacionado a uma notícia, é interessante aqui que se explique o que é uma notícia. Diversos autores explicam quais os gêneros da notícia, suas características e, ainda, como se dá a sua construção. Não é, no entanto, o objetivo aqui construir um estado da arte sobre as perspectivas teóricas que abordam a notícia. Neste sentido, selecionamos conceitos de autores considerados relevantes, de forma a oferecer principalmente para quem não é do campo da comunicação uma perspectiva sobre as características da notícia e da mensagem jornalística.

De acordo com Nilson Lage, do ponto de vista da estrutura, a notícia se define como sendo “o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante” (LAGE, 1985, p. 16). Neste sentido, Lage defende que a notícia não trata, especificamente, de narrar os acontecimentos, como em uma narrativa de gênero literário - em um encadeamento de sequências. Trata-se de expor os acontecimentos em uma ordem que privilegia não a sequência temporal, mas o “interesse ou importância decrescente, na perspectiva de quem conta e, sobretudo, na suposta perspectiva de quem ouve” (LAGE, 1985, p. 21).

Já em 1985, quando era maior o alcance da mídia impressa, Lage comentava sobre o futuro da notícia em um jornal diário, face ao grau de controle político e ao desenvolvimento da mídia eletrônica. Para ele, o futuro da notícia escrita se desenhava a partir de veículos especializados, que muitas vezes iriam chegar ao consumidor por via eletrônica. Em uma época em que as redes sociais como o Facebook, Twitter, Instagram e Whatsapp eram inexistentes, o caminho indicado pelo pesquisador era o da reportagem. E no que, especialmente, ela difere da notícia? Como, neste sentido, ela poderia indicar as possibilidades que fomentaram o surgimento dos *newsgames*? Para Lage,

A distância entre reportagem e notícia estabelece-se, na prática, a partir da pauta, isto é, do projeto de texto. Para as notícias, as pautas são apenas indicações de fatos programados, da continuação (suíte) de eventos já ocorridos e dos quais se espera desdobramento. No restante, os sistemas de captação de notícias mantêm contato permanentemente com os setores que registram primeiro acontecimentos de interesse público, desde o parlamento até a delegacia de polícia. Reportagens supõem outro nível de planejamento. Os assuntos estão sempre disponíveis (a informação é matéria-prima abundante, como o ar, e não carente como o petróleo) e podem ou não ser atualizados por um acontecimento. (LAGE, 1985, p. 47)

Assim, percebe-se como campo a ideia de trabalhar a informação de uma perspectiva que inclua outras possibilidades de narrativas, não apenas o sentido de “importância decrescente” como descreve Lage. O autor explica,

O estilo da reportagem é menos rígido do que o da notícia: varia de acordo com o veículo, o público, o assunto. Podem-se dispor as informações por ordem decrescente de importância, mas também narrar a história, como um conto ou fragmento de romance. [...] Há reportagens em que predominam a investigação e o levantamento de dados (como o caso Watergate); em outras, a interpretação. [...] De qualquer maneira, existe sempre alguma interpretação nas reportagens. O importante é que se respeitem os fatos, dos quais não se pode discordar, e se dê ao leitor, com humildade, o direito de avaliá-los segundo seu próprio repertório, seus valores. (LAGE, 1985, p. 47-48)

Na reportagem, o fato exposto não é o mais importante e, sim, a forma como se conta e se aprofunda o que está sendo contado. No que toca a interpretação, observa-se que existem, em um newsgame, o desenvolvimento de uma retórica destinada à defesa de uma ideia ou posicionamento. Que também pode sugerir outras formas de reconhecimento por parte do jogador, dependendo do quanto ele tem acesso à notícia que motivou sua produção. Um exemplo é o jogo *Kabul Kaboom*, de Gonzalo Frasca, um dos primeiros *newsgames* registrados, que traz em apenas três telas a interpretação do game designer para a ajuda humanitária dos Estados Unidos em tempos de guerra. O cerne do jogo é a contradição existente entre a ajuda e a impossibilidade de preservar os civis dos efeitos provocados pelos conflitos.

Já Rodrigo Alsina (2009) propõe a seguinte definição para notícia, considerando que o conceito pode variar de acordo com as características que o processo produtivo estabelecer: “A notícia é uma representação social da realidade

quotidiana, gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 14). Neste sentido, o autor explica que estabelecer a definição permite observar a construção da notícia a partir dos acontecimentos que diariamente são selecionados. Destaca, ainda, que o processo contempla, em segundo lugar, uma dupla institucionalização.

A notícia é gerada numa instituição informativa que pressupõe uma complexa organização. Mas além disso, o papel da mídia é institucionalizado e tem a legitimidade de gerar a realidade socialmente relevante. Gostaria de frisar também que a notícia é uma produção do discurso e que como tal requer um processo de elaboração textual. (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 14-15)

As observações de Rodrigo Alsina sobre a institucionalização da notícia e a legitimação da mídia sugerem dois movimentos no que diz respeito à produção dos newsgames. Um é o que congrega as empresas a incluir entre seus produtos esse tipo de jogo, de forma a atrair outros leitores, de uma geração que busca informação por canais como sites de redes sociais, vídeos compartilhados e, também, os jogos. Outro é o da subversão do objeto técnico como aborda Agamben (2010). No caso, a notícia e o próprio jogo digital, quando um grupo fora do circuito mainstream usa tanto um quanto o outro para incitar o debate sobre temas que, habitualmente, não estão entre os considerados relevantes pela grande mídia. Um exemplo, a ser abordado mais adiante quando da análise dos newsgames, é a La Molle Industria, da Itália, em sua produção de newsgames para denunciar pedofilia na Igreja Católica ou o processo socialmente injusto da produção de um Iphone.

Complementando as perspectivas de Lage e de Rodrigo Alsina, Medina (1988) observa a notícia, em sua obra *Notícia: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial* como um produto de consumo, avaliando tanto o conceito de mensagem jornalística como informação, as manifestações da mensagem jornalística, quanto os elementos de composição dessa mensagem e subcategorias de formulação verbal. Assim, explica a mensagem jornalística “resulta da articulação de um conjunto de elementos estruturais característicos do processo de informação”. (MEDINA, 1988, p. 73).

Ronaldo Henn (2002) observa que “As notícias formam signos cujos objetos são as ocorrências que pululam no cotidiano. Estão aptas a reproduzir

interpretantes de diferentes matizes, que vão desde a formação de opinião sobre determinados episódios até a geração de ações concretas na sociedade”. (p. 50). Já Traquina vai além de simplesmente definir o que é notícia, percebendo que ela envolve, ainda, critérios para que um fato seja considerado como tal. “Diversos estudos sobre o jornalismo demonstram que os jornalistas têm uma enorme dificuldade em explicar o que é notícia, de explicitar quais são seus critérios de noticiabilidade, para além de respostas vagas do tipo ‘o que é importante’ e/ou ‘o que interessa ao público’”. (TRAQUINA, 2008, p.62). Detalhando este aspecto, o pesquisador define noticiabilidade como

o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico; isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são 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 e, por isso, possuindo “valor-notícia”. (TRAQUINA, 2008, p. 63).

Dessa forma, percebe-se que mesmo na construção de um newsgame é possível encontrar valores determinando a escolha do fato a ser transformado em jogo. Eles podem envolver desde a relevância de um fato para uma comunidade específica ou a proximidade em relação ao impacto que pode produzir em uma cidade, quanto a notoriedade de uma figura pública, por exemplo.

A partir desse ponto, partimos para a observação do nosso objeto, abordando o seu surgimento e as primeiras experiências relacionadas à produção de *newsgames*. Elas começaram por volta de 2001, com a publicação do *newsgame* indie *Kabul Kaboom!* (figura 01), produzido pelo game designer e pesquisador Gonzalo Frasca. O jogo foi uma crítica aos bombardeios americanos em Cabul, no Afeganistão e à morte de centenas de civis.

Figura 1- Tela do *newsgame* Kabul Kaboon!



Fonte: LUDOLOGY (2014)

Já em 2003 é publicado pela Newsgaming, produtora de jogos gerenciada por Gonzalo Frasca, o *September 12th* (figura 02). É uma crítica aos ataques americanos na guerra ao terror contra o Iraque iniciada seis meses após os atentados de 11 de setembro, demonstrando por meio da interação os efeitos da guerra sobre a população civil. A tela inicial do jogo informa que se trata de uma simulação. Os personagens são terroristas e civis. O jogador deve lançar mísseis sobre uma cidade. A baixa precisão das armas, no entanto, impede que apenas os terroristas sejam atingidos. Civis também são mortos. Quando acontece, aqueles que choram ao lado dos corpos transformam-se em terroristas. Dessa forma, após um determinado período de tempo toda a cidade está ocupada por eles. Mais de 500 mil pessoas jogaram o *newsgame* (ANDRADE, 2008).

As várias críticas recebidas por Frasca em relação à temática do jogo foram rebatidas pelo game designer com o argumento de que, na medida em que o dispositivo lúdico eletrônico vai acordando com simulações mais realísticas da vida humana, cabe ao seu usuário concordar ou discordar de sua proposta (ANDRADE, 2008). No site da NewsGaming o artefato é descrito como “uma grande ferramenta para uma melhor compreensão do nosso mundo” (NEWSGAMING, 2014). Sicart (*in* BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010) analisa que o jogo de Frasca tem a capacidade de transformar o jogador em um ser moral, “estimulando a ética e o raciocínio” (2010, p. 12) ao invés de tentar dizer aos jogadores o que é correto. A única forma de ganhar, no caso, é não jogar, destacam Bogost, Ferrari e Schweizer.

É Frasca quem define o gênero de jogo como o *September 12h* como *newsgames* - ou notícias jogos, observando que consistiria em uma aproximação entre uma simulação e uma charge. (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 13).

Figura 2 - Simulação de bombardeio com mísseis no jogo *September 12th*



Fonte: NEWSGAMING (2014)

Os primeiros experimentos usando a notícia em forma de games começaram de fato a partir de 2004 (SEABRA, 2012, p. 12), quando foi publicado *Madri* pelo jornal espanhol El País. O jogo foi produzido em apenas um dia, como uma reação aos ataques terroristas à capital espanhola, em 11 de março de 2004.

Produzido em Adobe Flash Player, a estrutura do *Madri* é relativamente simples: reproduz uma vigília noturna na qual avatares agrupados seguram velas, simbolizando cidadãos de várias nacionalidades homenageando as vítimas dos ataques na Espanha. O jogador deve mantê-las acesas tocando nas chamas. Há um medidor na base da imagem, à esquerda. A dinâmica do jogo envolve o clicar nas velas rapidamente, para que o medidor alcance sua capacidade máxima (figura 3). Ao mesmo tempo no qual o ambiente, o som, os avatares reunidos permitem a imersão do jogador nessa espécie de memorial, a velocidade exigida acaba por limitar a homenagem e possível sensibilização do usuário. Não há como manter todas as velas acesas por muito tempo.

Figura 3 - Tela do *newsgame* Madri



Fonte: NEWSGAMING (2014)

Entre os anos de 2004 e 2009 tiveram destaque os *newsgames* publicados pela CNN (*Presidential Pong*, em 2007), MTV (*Darfur is Dying*, em 2006; *Debt Ski*, em 2009), pelos jornais The New York Times (*Food Import Folly*, em 2007) e El País (*Madri*, 2004), além da revista Wired (*Cutthroat Capitalism*, 2009). No Brasil, entre 2007 e 2011, a produção da revista Superinteressante aborda de ciência à filosofia e se transforma em alvo de diversos trabalhos científicos. A versão *online* da publicação possui uma seção dedicada especialmente aos *newsgames*.

Neste período também publicaram *newsgames* os portais G1 (*Nanopops da política internacional*, em 2007; *Missão Bioma*, 2011) e IG (*Game das Eleições*, 2008; *Como funciona a bateria da escola Grande Rio*, 2011), as revistas Mundo Estranho (*Stripquiz*, 2007) e Aventuras na História (*Soviets: O Quebra-Cabeça vermelho*, em 2007), além dos jornais O Estado de São Paulo (*Desafio dos Craques*, 2009) e Zero Hora (*Game Farroupilha: O Combate de Barro Vermelho*, 2011). (SUPERINTERESSANTE, 2013). Recentemente, em 2014, dois games em referência ao golpe militar de 64 foram publicados no Brasil: *De volta a 1964: sua vida em tempos de ditadura*, da Super Abril; *50 anos do Golpe*, do canal UOL Educação.

Um diretório brasileiro, o Newsgamevault¹, reuniu as produções publicadas entre os anos de 2001 e 2014 de 15 países, entre eles os Estados Unidos, Brasil e Inglaterra, que figuram entre os primeiros pela quantidade de produções. São 24 dos Estados Unidos, 19 do Brasil e 15 da Inglaterra.

¹ O diretório, produzido por um grupo de jornalistas brasileiros, não pode mais ser acessado. Saiu da web em julho de 2016

Antes de caracterizar os *newsgames*, cabe destacar que nos três exemplos citados - *Kabul Kaboom!*, *September 12th* e *Madri* - uma das principais características de um jogo - vencer um desafio e ser recompensado por isso (aspectos neste sentido serão detalhados no próximo capítulo) - não acontece. Ou melhor, essa possibilidade é intencionalmente retirada pelos desenvolvedores.

2.1 *Newsgames* como jogos sérios

A perspectiva de Sicart (2008, p. 29) é que *newsgames* são jogos sérios, projetados para ilustrar um aspecto específico e concreto da notícia por meio de retórica processual, com o objetivo de estimular a participação e o debate público. Devem ter como princípios:

- Easy, almost universal distribution: browser based games are often the vehicle for newsgaming, while downloads are more rare and less desired, since they require specific hardware configurations.
- *newsgames* can have an editorial line, but they do not have political interests. *newsgames* illustrate, not persuade.
- *newsgames* participate in the public debate illustrating news by means of procedural rhetorics, but they do not want to steer the discussion.
- *newsgames* should only refer to specific news in a specific period of time: *newsgames* are temporal, they do not aspire to survive longer than the news. (SICART, 2008, p. 30)

Na caracterização dos *newsgames*, Sicart apoia-se nas sugestões da *British Broadcasting Research Unit*, datadas de 1985, nas quais são detalhados oito princípios que deveriam nortear os serviços públicos de transmissão. O pesquisador considera a comparação válida mesmo sendo os *newsgames* uma mídia diferente em uma época diferente, ressaltando sua perspectiva da função social desse tipo de jogo.

Gonzalo Frasca define *newsgames* como um gênero de videogame baseados em eventos de notícias (NEWSGAMING, 2013). Para o game designer uruguaio, jogos e simulações colaboram para a reflexão do que está acontecendo no mundo. Em entrevista para a revista *Superinteressante*, Frasca analisa que os *newsgames* “podem expandir a forma como as pessoas exploram um assunto através da simulação” (SUPERINTERESSANTE, 2011). Defende, nesse caso, que os *newsgames*, a exemplo das charges políticas publicadas em jornais no século XIX, podem contribuir para levar assuntos complexos a um público maior.

O pesquisador Geraldo Seabra (2013) destaca que os *newsgames* são um gênero de jogo online de produção rápida em resposta a eventos atuais que também podem estimular a mobilização social. Segundo ele, a definição do formato pode ir além de publicar e consumir notícias em suportes de games online.

Compartilha da visão de Sicart quanto à intenção de promover a participação no debate público (SEABRA, 2013, Edição Kindle, posição 106). Neste sentido, acredita que por estar ligado às mudanças jornalísticas provocadas pela cibercultura, não podem ser divididos em categorias. Apesar de não citar claramente o pesquisador Bogost, Seabra avalia que o próprio ambiente web não propicia compartimentar os *newsgames* em categorias ou subcategorias.

Do ponto de vista da forma, parece-nos incongruente subdividir a narrativa dos *newsgames* em categorias e subcategorias, por se tratar de uma narrativa revolucionária que rompe com todos os modelos precedentes de produção, circulação e consumo de notícias. Mas do ponto de vista do conteúdo, a história é outra, uma vez que sua narrativa trabalha com informações e notícias segmentadas (SEABRA, 2013, Edição Kindle, posição 126)

Assim, haveria notícias-tema que alimentariam os *newsgames*. As narrativas poderiam usar temáticas sociais diferentes, como política, educação, ciência, tecnologia, entre outras. E, no caso da composição do conteúdo permitir, um *newsgame* poderia envolver mais de um tema. Seabra busca ainda, ao tratar dos *newsgames*, mostrá-los como uma forma inovadora de formatar a notícia, que surge em um suporte lúdico subvertendo toda a noção tradicional na construção da informação.

2.2 *Newsgames*: tipologia e retórica

O pesquisador do MIT, Ian Bogost estabeleceu uma tipologia sobre os *newsgames*, em conjunto com Ferrari e Schweizer. O livro *newsgames: Journalism at Play* (2010) analisa diferentes óticas e usabilidades dos jogos digitais. Neste sentido, avança em relação ao conceito de Frasca, porque compreende os *newsgames* como qualquer interseção entre jornalismo e jogos. A classificação estabelece sete grandes categorias, com subdivisões de acordo com as possibilidades de desenvolvimento e aplicação. São elas: atualidades, infográficos, documentários, puzzles, instruções, comunitários, plataforma.

A necessidade de compreender a tipologia vem da importância de observar os *newsgames* como objetos de design. A partir de suas peculiaridades é que o artefato digital é projetado e produzido: com maior ou menor rapidez, com ou sem referências a outros jogos, plataformas e mecânicas; trazendo o próprio universo de referências do game designer.

2.2.1 Atualidades

Tem como características serem breves, sob medida para transmitir pequenos trechos de uma notícia, uma informação ou opinião. Geralmente são incorporados a sites da web e equivalem a um artigo ou coluna. Neste sentido, principalmente por estabelecer uma seleção e posterior interpretação do aspecto escolhido a ser trabalhado no jogo. *newsgames* nesse formato podem apelar para o uso de mecânicas semelhantes a jogos arcade, consoles ou casuais.

Bogost, Ferrari e Schweizer (2010, p. 15) explicam que os jogos de atualidades possuem baixos requisitos de sistema e ampla distribuição em portais de jogos online, além dos sites de suas organizações patrocinadoras. À época da publicação de *Journalism and Play*, a maioria dos jogos era criado em Flash, programa da Adobe que facilitava a incorporação aos sites. O desafio não seria, portanto, técnico.

Producing a current event game does not pose technical challenges, but logistical ones. Their creators must balance timeliness with quality, deciding whether games should cover an isolated political issue or an ongoing social issue. Because they are short and compact, current event games have to work hard to ensure their players immediately understand the context and constraints of the topic and the game's approach to it. Some current event games explicitly state the facts via text or video, whereas others follow Frasca's lead and attempt to sway opinion through play alone. (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 15).

Primeiro, pela necessidade de adotar um modelo que permita a rápida publicação do jogo face à notícia cujo aspecto se deseja abordar ou que tenha sido mais explorada pela mídia. Publicado inicialmente no *Facebook* (figura 4) e, na sequência, em plataformas móveis, o jogo *V de Vinagre*, produzido pela Flux Game Studio, apoia-se justamente nas mobilizações que aconteceram em junho de 2013

no Brasil, deflagradas pelo aumento das passagens de ônibus em várias capitais brasileiras.

Figura 4 - Tela de V de Vinagre, versão online, de 2013



Fonte: CLICKJOGOS, 2015

De acordo com informações da fanpage do jogo,

Este jogo é a forma de protesto de seus autores e da Flux Game Studio contra a descabida violência desprendida pela Polícia Militar do Estado de São Paulo para impedir a manifestação contra o aumento no preço do transporte público no dia 13/06/2013. Desenvolvido em 18 horas como nossa forma de aumentar a conscientização sobre um tema de um modo diferente e divertido. (FACEBOOK, 2015)

A versão para o sistema operacional Android foi atualizada em 2015. A online, para Web Java, é a 1.0, de 2013, tendo sido publicada no dia 17 de junho de 2013 pela Flux. O aspecto trabalhado no jogo é o da perseguição policial aos manifestantes (figura 5). O jogo é do gênero corrida, em 2D, tem uma mecânica extremamente simples, com toques na tela para saltar ou deslizar. O que se observa ao jogar é a disparidade entre o despreparo policial na abordagem dos manifestantes: se o jogador é alcançado é espancado por seu perseguidor - um policial. Este se torna maior e mais agressivo quando as fases avançam. A cada etapa superada, uma notícia é desbloqueada.

Figura 5 - Tela de V de Vinagre. Jogo foi produzido à época das manifestações populares de 2013. Versão para smartphones



Fonte: CLICKJOGOS, 2015

Os jogos de atualidades podem ser subdivididos em três formatos: jogos editoriais, de tablóides e jogos de reportagem. O primeiro deles baseia-se em um fato - denominado evento atual - e traz um aspecto desse fato ou ainda um argumento específico que tenta convencer os jogadores sobre algo. Jogos editoriais são *newsgames* baseados em eventos atuais que trazem um argumento, ou aqueles que tentam convencer seus jogadores de alguma forma. Se apenas um aspecto é trabalhado, como uma nota jornalística, o jogo pode ser desenvolvido mais rapidamente. Se, pelo contrário, assemelha-se a uma declaração mais complexa, em que vários aspectos do fato estão sendo trabalhados, os *newsgames* podem levar meses para serem criados. (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010).

Em contrapartida, os *newsgames* do tipo tablóide são as versões jogáveis das notícias leves, sejam elas de esportes, política, fofocas ou celebridades. “Jogos de tablóide porque são fáceis de fazer, muitas vezes são melhorados e reinterpretados por outros designers amadores de jogos”.² (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 16).

A última subdivisão dentro de jogos de atualidades são os *newsgames* de reportagem. Situados entre os editoriais e os tablóides, buscam reproduzir um relato factual, “a versão de videogame de um artigo escrito ou segmento televisivo”. Esse tipo específico de *newsgame* é cuidadosamente pesquisado, observando especificamente a descrição do fato e sendo lançados enquanto o problema é atual. “Por esta razão, eles são muito menos comuns do que jogos dos

² Tradução livre do autor

tipos editorial e tablóide. Eles não procuram convencer os jogadores, mas educá-los.” (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 16)

Um aspecto ressaltado pelos pesquisadores é que, assim como as notícias na mídia impressa precisam se destacar em meio a um universo de informações e por isso são apresentadas em bancas de jornal e revistas em locais altamente visíveis, os *newsgames* de atualidades também enfrentam o desafio de ter uma distribuição oportuna para garantir sua relevância. Neste sentido, devem ser fáceis de criar, distribuir e ser fáceis de jogar. Entre as razões para isso é que os produtores de *newsgames* precisam ter em vista tanto as pessoas que jogam regularmente jogos de entretenimento quanto àquelas que não jogam. Assim, uma das estratégias é usar deliberadamente a mecânica de um jogo comercial, como tentativa e erro, correr e saltar, atire e clique, entre outros. “Se os jogadores já sabem como jogar um jogo, talvez absorvam melhor as notícias que ele contém.”³ (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 18).

Uma indagação que pode ser feita é qual a mecânica mais adequada à narrativa que se pretende desenvolver. A ideia de oferecer uma experiência lúdica ao mesmo tempo em que se destaca uma informação relevante e como ela é captada pelo jogador? Outro ponto: o quanto a mensagem se consolida na mente do usuário quando este joga? Nos *newsgames* do tipo atualidades, parece haver uma acentuada preocupação em estimular a imersão no jogo e ir negociando os argumentos na medida em que existe a interação.

É a retórica processual, que chega justamente para mostrar algo enquanto se está jogando, sem um discurso previamente apresentado. Pelo contrário, esse discurso é desenvolvido ao mesmo tempo em que acontece a partida, durante o jogo, reconhecendo elementos ligados ao fato em questão. Neste sentido, o *newsgame* pode ser considerado um exemplo de narrativa transmídia. Ou de mundo transmídia, como diz Schell (2011). O aspecto da notícia é que há um fluxo desejável na informação. Um desejo de conhecer além, de não ser preciso conhecer o todo, mas um dos aspectos da história para experimentar o jogo. É um processo de edição, de recorte da realidade, a exemplo do que se faz nas editorias de jornais e revistas, em portais e sites de notícias.

³ Tradução livre do autor

2.2.2 Infográficos

Antes de definir o que seriam os *newsgames* em formato infográfico, Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) fazem um mapeamento sobre o percurso da infografia e sua relação com o jornalismo. Detalham, especificamente, quais seriam as características de um infográfico, seu desenvolvimento nos Estados Unidos e evolução do formato, de gráficos e mapas simples a desenhos elaborados e visualmente atrativos. Ao longo do texto, trazem exemplos de designers que colaboraram para a incorporação da infografia em jornais como o *The New York Times*, nos Estados Unidos, e *El Mundo*, na Espanha. Neste sentido, busca apoiar-se nas afirmativas do designer Edward Tufte, ao explicar a premissa básica de um bom infográfico: tornar claras ideias complexas por meio do uso do design na transformação de dados brutos.

Da infografia impressa, Bogost, Ferrari e Schweizer passam para a análise da digital. Ela surge com os avanços tecnológicos a partir da década de 1990. É nesse período que diversos jornais iniciam a criação de equipes multimídia, específicas para as produções digitais, cujo principal aspecto é a interatividade. Ou seja, envolve a manipulação dos dados por parte dos usuários e pode trazer várias camadas de informação. Os autores trazem Nichani and Venkat Rajamanickam, que estabeleceram a diferença entre os dois tipos de infografia a partir justamente da interatividade, segmentando as digitais em quatro formatos: narrativos, instrutivos, exploratórios e simulativos. Os de tipo narrativo contam histórias simples; instruções criam um passo a passo para que o usuário alcance um determinado objetivo; o exploratório permite que o leitor interaja e se envolva em seus próprios processos de sentido que surgem durante a interação. Os simulativos facilitam a compreensão dos processos de um sistema por parte do leitor. (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010).

Nessa perspectiva, os pesquisadores propõem três padrões de uso para infográficos, sejam eles digitais ou não: explicativos, exploratórios e dirigidos. Os explicativos trazem dados para consumo imediato. Os exploratórios permitem que os participantes manipulem os dados apresentados de acordo com seus próprios objetivos ou ideias. Os dirigidos tem a função de guiar os leitores dentro do conjunto de dados. Cada um deles tem características que o tornam mais estáticos ou mais interativos. (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 42)

Na conceituação de um infográfico jogável, sugere que seriam justamente aqueles que combinam dados com o apelo emocional. De acordo com Bogost, Ferrari e Schweizer, os infográficos desse tipo adicionam camadas de jogabilidade em torno dos dados, sintetizando os princípios do design do infográfico dirigido e exploratório. Neste sentido destaca que

infographics can become game-like, exploiting the properties of games in numerous ways: to encourage the manipulation of information for replayability, to allow pleasurable engagement with a system, or to invite exploration. (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 47)

Seriam então características desse tipo de infografia a síntese dos dados, a criação de um contexto para tipos específicos de ações e metas dentro da exploração dos dados, o uso do espaço de experimentação para livre circulação do leitor (que navega ou joga de acordo com objetivos determinados por si próprio), a produção de significados, o auxílio na compreensão de dados visuais por meio de brincadeiras (figura 6). “Podemos concluir que o infográfico jogável ajuda os jogadores a distinguir dados de informações.” (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 60)

Figura 6 - Newsgame Como funciona a bateria da Grande Rio



Fonte: Super Abril (2014)

2.2.3 Documentários

Em jogos do tipo documentário (figura 7), há uma aproximação com o impacto e o realismo provocado pelos vídeos documentários e pela fotografia. Bogost, Ferrari e Schweizer os compreendem como jogos que procuram registrar

para o futuro determinados eventos, bem como os espaços onde aconteceram e as pessoas envolvidas. No entanto, conforme salienta o autor, os jogos nesse formato não necessariamente irão se basear na fidelidade visual para capturar a realidade de uma situação ou evento. Comenta as observações de Galloway, que indica ser uma maneira construir ações realistas para o jogador. Também se aproximam do estilo das reportagens investigativas. (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010)

Figura 7 - De volta a 1964. Newsgame retrata cotidiano pós-golpe de 1964



Fonte: Super Abril (2014)

Partindo desses pressupostos, um dos aspectos mais importantes refere-se justamente ao tipo de realidade construída nos jogos documentários. São três as possibilidades de envolvimento com o fato apresentado no jogo:

Through explorable *spatial reality*, which makes the environments of events navigable; through experiential *operational reality* that re-creates the events themselves; and through *procedural reality*, or interactions with the behaviors that drive the systems in which particular events take place. (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 64)

Tem-se, portanto, na realidade espacial, a recriação do espaço onde aconteceu um fato, de maneira a estimular a percepção de como teria sido estar presente em determinado local. Importa-se mais com a incorporação de objetos significativos e que representem o espaço do que com a caracterização realista de uma cena - seja com o uso de ferramentas 3D ou texturas, por exemplo. Neste sentido, a realidade espacial permite aos jogadores experimentar espaços de conflito difíceis de vivenciar em nível abstrato. (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010). Ou seja, as características e limitações do espaço onde acontece a história

visa estimular o engajamento e a imersão no jogo, compreendendo as restrições da realidade vivida.

Nos jogos documentários, a realidade operacional é usada para criar uma atividade guiada para o jogador. Ela consiste na possibilidade do jogador assumir o papel de uma figura específica na simulação de um momento histórico real. A proposta é que, ao jogar, o usuário tenha a oportunidade de formar uma opinião sobre o tema tratado na narrativa ou que compreenda, a partir da atividade, as circunstâncias motivadoras de uma determinada ação. Nesse caso, o jogo pode restringir deliberadamente as ações do jogador, impedindo-o, por exemplo, de manipular o espaço para explorar sua dinâmica ou os elementos do jogo.

Por fim, a realidade processual, visa estimular a compreensão não só dos fatos e resultados de uma história, mas também os sistemas subjacentes que a fizeram acontecer. A partir de um determinado fato, o jogo constrói modelos de comportamento e dinâmicas, tratando os personagens envolvidos, bem como os eventos relacionados, como efeitos colaterais de uma lógica global. Importa muito mais como algo aconteceu, quais cadeias de fatos possibilitaram o surgimento da situação. A promessa dessa realidade envolve a capacidade dos jogos de reconstruir experiências emocionais pessoais ao invés de apenas descrevê-las. (Bogost, Ferrari e Schweizer, 2010)

2.2.4 Quebra-cabeças

Bogost, Ferrari e Schweizer estabelecem os *newsgames* quebra-cabeças em dois tipos: palavras cruzadas e *quiz*. Os *newsgames* do tipo palavras cruzadas tem um perfil mais leve⁴, funcionando basicamente como uma narrativa apoiada no material publicado em jornais e portais de notícias, seja ele manchetes ou reportagens. Assim, a escolha das palavras não é aleatória, está diretamente ligada ao noticiário. É uma forma de jogar a notícia, totalmente dependente da busca na web.

O significado verbal do *quiz* - como pergunta ou questionário - remonta ao século XIX, dando origem ao termo como é usado hoje: “uma forma de

⁴ Quando se fala em perfil leve, queremos dizer que grande parte das construções utilizadas buscam a conexão com elementos do noticiário publicados recentemente, mas não trazem nenhuma tentativa provocar a reflexão, estimular debates ou chamar a atenção para algo

entretenimento baseado em perguntas e respostas mais comuns”.⁵ (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p.94) Revistas populares geralmente trazem esse tipo de jogo. Neles, ao invés das *quizzes* notícias, o foco é a exploração pessoal, ou seja, ajudar o jogador a se encontrar em uma determinada categoria social.

O formato de jogo também tem sido usado para ajudar os leitores a descobrirem suas inclinações políticas ou econômicas. Durante a campanha presidencial brasileira, em 2014, dois jornalistas produziram o jogo *Qual candidato a presidente mais combina com suas ideias?* (AWEbic, 2014). No *quiz*, o jogador deveria responder a uma série de 10 perguntas envolvendo propostas para as áreas de segurança pública, meio ambiente, infraestrutura, entre outras (figura 8). De acordo com as respostas, um dos 11 candidatos ⁶ surgia como resultado. O *quiz* foi produzido a partir de perguntas publicadas na Folha de São Paulo e replicado nas mídias sociais e em sites como o Awebic e Brasil Post.

Figura 8 - Tela inicial do *quiz*



Fonte: AWEbic (2014)

Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) observam que este formato de *newsgame* é extremamente simples e oferecem a notícia de uma maneira mais leve que a usual. O potencial do jogo, pelo menos à época da pesquisa dos autores, revelava-

⁵ Tradução livre do autor

⁶ As eleições presidenciais de 2014 contaram com 11 candidatos: Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB), Marina Silva (PSB), Luciana Genro (PSOL), Pastor Everaldo (PSC), Eduardo Jorge (PV), Levy Fidelix (PRTB), Zé Maria (PSTU), Eymael (PSDC), Mauro Iasi (PCB) e Rui Costa Pimenta (PCO). Fonte: ELEIÇÕES 2014 (<http://www.eleicoes2014.com.br/candidatos-presidente/>)

se subutilizado em duas áreas: a jornalística e a comercial. Na análise dos pesquisadores, dois pontos demonstravam isso: os *quizzes* eram muito mais uma listagem de fatos do que de algo que estimulasse entre os jogadores análises detalhadas ou a síntese de fatos que influenciassem suas decisões cívicas; as empresas jornalísticas não percebiam o mercado de jogos casuais como uma forma de recuperar receitas.

2.2.5 Instrução

Para Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) são aqueles cuja temática envolva o jornalismo. Os exemplos apresentados pelos pesquisadores envolvem jogos que ressaltam a lógica e os valores da profissão e outros cujo objetivo é ensinar os fundamentos da prática do jornalista. Esse tipo de *newsgame* pode ser usado como ferramenta em sala de aula ainda na educação secundária ou em simulações de nível universitário. A ideia é que possam ajudar os jogadores a aprender a criar e criticar artefatos jornalísticos. Outro ponto destacado é a capacidade desses jogos de demonstrar a importância e a função do jornalismo na sociedade e as possíveis consequências do seu desaparecimento. Ou ainda, as diferenças entre o jornalismo e a informação sem tratamento editorial, mesmo que a convergência das mídias esteja modificando a forma como a notícia é consumida (figura 9).

Figura 9 - Newsgame simula prática jornalística em zona de guerra



Fonte: Video Jogos Informativos (2015)

2.2.6 Comunitários

Jogos que envolvem o social, iniciativas colaborativas e jogos de realidade alternativa. Incluem os últimos entre os jogos digitais, pois em sua maioria a

partida não acontece somente no tabuleiro ou na tela de computador, mas no mundo, nas ruas e nos jardins e através de uma variedade de canais de mídia *online* (figura 10).

Figura 10 - Spent. Jogador usa Facebook para pedir ajuda



Fonte: Print do autor

Entre as especificidades dos jogos comunitários, o estímulo à colaboração na perspectiva da inteligência coletiva projetando soluções face às realidades projetadas no jogo e o duplo papel que o jogador assume, pois suas ações têm implicações tanto no *newsgame* em si quanto podem ter um efeito real, sobre o material do próprio mundo do jogador. Neste sentido, “o discurso de jogos de comunidade envolve o movimento em direção à solução de um problema específico” (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 148).

2.2.7 Plataforma

As observações de Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) sobre os *newsgames* desse tipo tratam muito mais da ideia de uma plataforma específica criada para veiculação dos *newsgames* do que de características específicas que o diferenciem dos demais. Ao invés de notícias se apresentando em sites e portais, seriam modelados espaços a partir do próprio sistema no qual as histórias se originam. Não apenas a apresentação da notícia é alterada, mas seu discurso também (figura 11).

Os pesquisadores entendem como plataforma um sistema que simplifica o desenvolvimento de outras coisas construídas sobre ele, podendo ser abstrações, como uma norma ou especificação, ou ter uma forma material, como arquitetura ou infraestrutura. Como exemplo, eles citam a prensa de Gutemberg, tecnologia que permitia a reprodução mecânica de texto com tipos móveis de maneira rápida.

Figura 11 - Ambiente para o desenvolvimento de newsgames



Fonte: PLAYABLEMEDIA (2016)

Um dos principais questionamentos levantados sobre o uso de jogos em jornalismo é a questão da viabilidade de sua produção. Para Bogost, Ferrari e Schweizer,

it often seems logistically impossible to create videogames fast enough to cover breaking news—or even longer-term news. Starting from scratch is hard. (...) Instead of creating many games with short life spans, or larger games whose relevance might not outlast the time required to develop them, journalists might consider creating larger, ongoing platforms into which current events could be funneled as settings, scenarios, or variables. (BOGOST, FERRARI E SCHWEIZER, 2010, p. 173)

É assim, portanto, que os pesquisadores sugerem a observação de novos desafios para o jornalismo (e, por conseguinte, para o design de jogos): analisar e explicar o mundo em níveis mais profundos do que apenas relatando um evento ou contando uma história. Nessa perspectiva, as plataformas *newsgames* seriam modeladas não a partir das notícias, mas levando em consideração os sistemas a partir do qual podem surgir novas histórias. (BOGOST, FERRARI e SCHWEIZER, 2010)

2.3 Projetando *newsgames*

Ao analisar o design dos *newsgames*, Sicart (2008) estabelece os paradigmas a serem considerados em sua concepção. Observa que, se como todo jogo um *newsgame* também deve proporcionar uma experiência lúdica, o principal desafio é

“traduzir o conteúdo e relevância das notícias em uma jogabilidade interessante, que pode ser experimentada pelos jogadores”.⁷ (SICART, 2008, p. 30).

O primeiro ponto é que, para terem ligação com a notícia a qual se referem precisam ser produzidos e lançados rapidamente. Isto é, enquanto a notícia é relevante e o jogo possa ter significado e estimular o debate público sobre o fato ao qual está ligado. Considerando esse aspecto, Sicart explica que os projetos de *newsgames* são muito focalizados, jogando com as convenções do design e de gêneros de jogos que permitam produções mais rápidas.

Um dos primeiros critérios de projeto para *newsgames*, na visão de Sicart, é que a mensagem não deve ser escondida. Como dispositivo retórico, avalia Sicart, o jogo deve ser claro quanto à interpretação que está dando às notícias. E essa interpretação deve ser transmitida claramente ao jogador. Nessa perspectiva,

The main challenge that designing *newsgames* poses is translating the content and relevance of news into interesting gameplay that can be experienced by players. This game system has to steer and illuminate the news it is addressing. This means that the game adapts the elements of the news to playable elements that are relevant for understanding the simulated. (SICART, 2008, p. 31)

A notícia é compreendida por Sicart como as restrições no game design. Elas são traduzidas nas regras do jogo, na mecânica e nos desafios apresentados. Em um *newsgame*, portanto, as principais notícias vão orientar a definição das regras, condições de vitória, as formas como o jogador pode interagir com o mundo do jogo, os limites desse mundo e a própria experiência lúdica. (SICART, 2008)

Quando observa o game design dos *newsgames*, Sicart aproxima-se da visão de Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) sobre o uso de mecânicas conhecidas, inspiradas ou diretamente copiadas de jogos clássicos. Também concorda que o fato não se constitui em um problema, ao contrário, é uma vantagem, principalmente por aproximar o jogador da experiência do *newsgame*. Como os jogadores devem compreender os princípios de um jogo e, nos convencionais, a curva de aprendizagem requer tempo, elementos familiares são bem-vindos em sua produção. Ou seja, o ponto de acesso tem de ser conhecido pelo usuário. Observar

⁷ Tradução livre do autor

o repertório do jogador facilita o acesso e consumo do jogo pelo público-alvo. (SICART, 2008).

Se as regras de um jogo são projetadas para criar desafios a serem superados e cada elemento das regras é explorado para criar uma experiência lúdica específica no jogador, os *newsgames* tem nas regras e na mecânica a incorporação da linha editorial definida pelo seu produtor, a partir da notícia dada. As regras seriam, para Sicart, um elemento fundamental na construção do significado do *newsgame*. Elas representam, justamente, a opinião, o argumento escolhido. São as regras que definem os limites onde o jogo acontece, o que é simulado e como isso será feito. Já a mecânica comunica essa linha editorial ao induzir a ação do jogador para um tipo específico de comportamento, relevante para a compreensão da mensagem do jogo. (SICART, 2008).

O objetivo do design de um *newsgame* seria, na perspectiva de Sicart, criar um conjunto de mecânicas que permitam a interação do jogador com o mundo do jogo, mostrando seu sistema interno, de maneira a fazer com que ele reflita sobre o significado de suas ações. Assim, o argumento de um *newsgame* pode ser encontrado justamente no formato adotado no sistema do jogo. Sicart cita como exemplo dois *newsgames* - *Madri* e *September 12th* - cuja mecânica constrói as linhas editoriais. Em *Madri*, para traduzir as dificuldades do luto coletivo e a memória histórica do atentado, a mecânica força os jogadores a uma ação permanente. Mesmo não existindo a possibilidade de vencer, os jogadores são encorajados a lembrar do fato e são punidos por sua passividade. No caso de *September 12th*, a mecânica estabelece que só seja possível a vitória se o *newsgame* não for jogado. Em *Madri* acontece o contrário. (SICART, 2008).

O raciocínio de Sicart é compartilhado por Bogost, Ferrari e Schweizer (2010). Em um jogo de atualidades, a mecânica é expressiva: visa comunicar um sentimento do jogo para o jogador. Torna-se, para isso, persuasiva - a partir do momento no qual é operada cria um significado para a ação - gerando no jogo o que para os pesquisadores equivale a uma linha editorial. Bogost, Ferrari e Schweizer complementam indicando que, ao criar uma linha editorial em um jogo de atualidades, o designer termina por estabelecer um processo no qual inclui ou exclui informações específicas do modelo da criação de um espaço de simulação.

Quando se avalia a tipologia apresentada por Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) e a caracterização de Sicart e Frasca, observamos, portanto, três tendências para a produção de um *newsgame*: o jogo usa a notícia para criar uma atividade lúdica; o jogo tem um caráter essencialmente político ou sugere o debate, assumindo nesse caso uma linha editorial e usando de uma retórica - traduzida muitas vezes na mecânica do jogo - para provar isso; o jogo como espaço para geração de alternativas ou de novas realidades a partir das notícias inseridas dentro do sistema. Nos dois primeiros casos, quase sempre os *newsgames* são jogados em modo *single-player*. Já no caso dos jogos comunitários, nos quais haveria a geração de alternativas apresentadas pelos jogadores, há a possibilidade de serem projetados para múltiplos jogadores.

2.3.1 Modelos para construção de newsgames

Ian Bogost apresentou, em 2012, um modelo simplificado de construção de jogos rápidos, passível de ser aplicado na construção de *newsgames*. O *Game-o-Matic* (figura 12) é uma ferramenta para criar jogos simples curtos. Usa o flash e teve financiamento do Knight News Challenge. Nele são definidos os fatos e as ações a serem executadas no jogo por meio da relação objeto-verbo. Os usuários podem selecionar ou fazer upload de representações gráficas dos substantivos e controlar seu comportamento através do uso de um mapa conceitual. A proposta é auxiliar na produção de jogos rápidos oferecendo a possibilidade de trabalhar no nível conceitual do jogo desde o início.

Figura 12 - Print da tela do aplicativo Game-o-Matic



Fonte: CARTOONIST (2016)

Apoiado pela Fundação Knight, o aplicativo *Playable Media Story* (figura 13) oferece por meio de um template de wordpress a possibilidade de criar histórias interativas, com a proposta de aproximar os jornalistas do universo dos *newsgames*. Além disso, a promessa básica é não ser necessário compreender programação para produzir o jogo. Nos dois exemplos apresentados na página do aplicativo, o modelo baseia-se principalmente no estilo *quiz*, com o usuário tendo de escolher entre alternativas para que, no final, apareça o resultado dessas escolhas. Basta se cadastrar para ter acesso ao tema e iniciar um projeto.

Figura 13 - Print da tela do aplicativo Playable Media Story



Fonte: PLAYABLEMEDIA (2016)

3 O ESTADO DA ARTE

O objetivo deste capítulo é produzir um painel sobre as pesquisas relacionadas aos *newsgames*, estabelecendo as principais vertentes em torno do tema. O capítulo foi construído ao longo da revisão bibliográfica, feita por meio do acesso a periódicos nacionais e internacionais, além de livros especializados, durante o período compreendido entre os anos de 2012 e 2014, quando da apresentação do memorial para a qualificação. Após a qualificação, a pesquisa foi retomada, no sentido de observar com mais detalhamento os modelos de análise de *newsgames* utilizados nas produções científicas.

A partir do levantamento inicial, foi possível observar que grande parte das investigações científicas vinculam os *newsgames* à comunicação, estabelecendo ainda aproximações com as narrativas transmídia, inserindo-os na categoria de serious games e persuasive games. Pontualmente surgem autores detalhando aspectos de jogabilidade, imersão, gamificação e interatividade, relacionando-os principalmente ao âmbito da caracterização e produção de *serious games* e jogos sociais. Nesses casos, a maioria dos autores se utiliza das definições de Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) quanto à sua tipologia.

Neste sentido, a convergência midiática surge como uma das principais influências nas alterações provocadas nos meios de comunicação da contemporaneidade. Abriu-se espaço para o surgimento de formatos interativos de notícias, sobretudo através de interfaces divertidas e sedutoras, congregando imagens, vídeos, ícones e textos e exigindo uma participação mais ativa dos interagentes são apontados por Almeida (2012) como formas do webjornalismo encontrar o seu espaço.

Os trabalhos reunidos neste capítulo observam ainda que a convergência estimulou também a definição de outros parâmetros para o design das notícias, a partir de um ambiente multimídia de imersão e interatividade. Nesse contexto, as narrativas transmídias, dos quais os *newsgames* podem ser um exemplo, contribuem na tessitura de produto híbrido, no qual várias mídias se fundem, alternam, recriam e complementam-se umas às outras.

Outros autores buscam analisar a jogabilidade e produção de sentidos a partir da imersão no formato *newsgames*, observando-os a partir de elementos da

narrativa de videogames, assim como do ambiente, personagens, características da interatividade. Para melhor compreensão deste capítulo, ele se estrutura em seções que organizam as abordagens encontradas, bem como os modelos de análise construídos.

3.1 *Newsgames*, comunicação e jornalismo

No Brasil diversos estudos apontam os *newsgames* como uma nova forma de fazer webjornalismo, estabelecendo conexões pelo viés da comunicação. Da Silva (2012) apoia-se na perspectiva da midiamorfose em suas reflexões. O conceito, cunhado por Fidler em 1998, trata do surgimento de novas mídias a partir das anteriores, ao sofrerem hibridizações. Carlos explica o processo como sendo algo que traduziria a transformação dos meios de comunicação. Resultado, portanto, da interação entre as que Fidler denomina como necessidades percebidas, as pressões políticas e de competência, e as inovações tecnológicas.

As observações de Fidler indicam que as tecnologias podem coexistir ou se adaptar umas às outras. E que os formatos midiáticos não são gerados espontaneamente, mas por meio de metamorfoses dos meios antigos. Na perspectiva do webjornalismo e games, conforme Da Silva (2012), a midiamorfose já aconteceu: os meios migraram para a web. O que ainda não ocorre de forma sistematizada é a conexão do jornalismo com os games. A pesquisa tem como elementos-chave o webjornalismo, os games, a cibercultura e o jornalismo visual. E tem como proposta um estudo de recepção dos *newsgames*.

Aragão (2011) segue uma linha estrutural semelhante, ao analisar os *newsgames* como artefato que está representando uma modificação no próprio jornalismo. Identifica dois pontos principais e mais visíveis deste processo, a interatividade e a formação de sentido. É a partir desses dois pontos que estabelece similaridades entre os jogos e o jornalismo digital.

Um dos aspectos comentados diz respeito às mudanças no perfil cognitivo dos jovens nos dias atuais, pela convivência com as novas mídias, games e redes sociais. O perfil é marcado pela imersão, navegação e participação, assim como pelo baixo consumo de notícias, principalmente na faixa etária menor de 28 anos. Aragão traz Jenkins na tentativa de esclarecer o fenômeno, quando este o contextualiza como um tipo de leitura da obra midiática que acontece de forma

mais livre e ativa, por meio da qual o usuário apreende apenas aquilo que considera útil e prazeroso (ARAGÃO, 2011).

Mesmo trazendo autores que tratam das formas de apresentação, funções e uso dos jogos em jornalismo, Aragão (2011) não detalha o formato. O aporte teórico é utilizado para ressaltar aspectos do jornalismo digital na produção de sentido. Bogost surge com a apresentação da jogabilidade, estabelecendo-a como a forma de um produto cultural conseguir encorajar a manipulação de informações para que o usuário jogue novamente.

Ou seja, permitir um engajamento aprazível com o sistema convidando à experimentação. O que Bogost afirma ser o protagonismo e a experiência imersiva e participativa dos nativos digitais. Neste sentido, difere de Jenkins, porque estabelece que nos jogos a formação de sentido se dá de maneira processual, acontece durante o próprio processo de jogar. É nele que o usuário capta as informações sobre o jogo, ao explorar as dinâmicas de uma situação.

Quanto à interatividade, característica intrínseca ao jornalismo digital, Aragão procura estabelecer um painel com as formas pelas quais ela acontece: pela própria interação do leitor com o veículo/jornalista (diálogo, participação em comentários, enquetes, chats) e também no que Palacios (apud ARAGÃO 2011) chama de multi-interatividade, ou seja, a interação com a máquina e o veículo online por meio do hipertexto, ampliando a intervenção do usuário para além da participação no processo produtivo de uma publicação.

Baseando-se em estado da arte realizado por Noci sobre o conceito de interatividade, Aragão traz a perspectiva de uma “intervenção efetiva do usuário, além da opção sim/não”, permitindo a modificação do discurso hipertextual ou da informação que recebe (ARAGÃO, 2011). Neste ponto o autor faz a distinção entre o que ele determina como as duas formas principais de interatividade - a que permite apenas a escolha de alternativas pré-determinadas e outra, pela qual o leitor participa da construção de sentido e controla a dinâmica do hipertexto.

Segundo Aragão, haveria entre elas, portanto, similaridades com o a que Primo explica ser interação reativa (mais programada) e mútua (bidirecionalidade, diálogo e permuta). O aspecto principal destacado é que existe uma distinção entre o que seria a interação exploratória pelo texto ou hipertexto e uma na qual os

usuários atuam de forma dialógica e livre. Sendo, esta última talvez a que melhor se encaixe nas possibilidades advindas do perfil cognitivo citado anteriormente.

Aragão ainda observa que a navegação em jogos e bases de dados é o berço para uma nova forma narrativa e multilinear, oferecendo ao leitor digital a possibilidade de desvendar os caminhos dentro das informações disponíveis. O pesquisador explica que mesmo se um jogo ou base de dados tiver a navegação e opções de movimento limitadas, é possível identificar alguma liberdade e atuação ativa na formação de sentido do texto. O percurso, a navegação no universo seria parte do processo de formação de sentido.

Gómez Garcia e Navarro Sierra (2013) se aproximam de Aragón quando contextualizam os *newsgames* e o apresentam como resultado de novas características midiáticas que exigem a elaboração de novos artefatos digitais. Os *newsgames* seriam, então, um gênero informativo emergente dentro do webjornalismo ou jornalismo digital.

As autoras investigam as bases teóricas do *newsgame* inserindo-o na categoria dos serious games, cujos critérios de produção serão apresentados mais adiante. Um dos pontos levantados são as particularidades discursivas dos videogames incorporados nesse tipo de artefato digital, além do conceito de retórica processual cunhado por Bogost.

O conceito clássico de retórica descreve os procedimentos de utilização da linguagem (escrita, visual, entre outras) com objetivos persuasivos ou estéticos em diferentes âmbitos de conhecimento (GÓMEZ GARCIA e NAVARRO SIERRA, 2013). Apoiados no conceito de Bogost para a retórica dos videogames “uma prática interpretativa de argumentação através de processos”, explicam que ela supõe a construção de argumentos a partir dos processos vinculados à tecnologia inerentes aos processos de computação, sendo os videogames o elemento mais representativo.

3.2 Narrativas transmídias e hibridismo da forma

A hibridização é outro conceito abordado pelos autores quando tratam dos *newsgames*. Hibridismo, neste caso, trataria de uma mescla entre mídias que produz novos sentidos, ou uma “entre as atividades informativas clássicas e uma fórmula de entretenimento incrivelmente popular”. Gómez Garcia e Navarro Sierra

compreendem os *newsgames* como uma das pontas de lança na categoria dos serious games, com a possibilidade de introduzir por meio da interatividade o usuário em uma experiência virtual na qual se busca soluções e exploração de alternativas.

Neste sentido, é possível analisar os *newsgames* como um produto híbrido, resultado de uma mudança cultural que incorpora às rotinas das empresas de comunicação algo que a indústria do entretenimento faz há algum tempo: a transmídiação. Na perspectiva de Francine e Figueirôa,

Considerando a diversidade de estratégias dessas ações de integração entre mídias, propomos então empregar o termo transmídiação para designar, de modo mais amplo, toda produção de sentido fundada na reiteração, pervasividade e distribuição em distintas plataformas tecnológicas (TV, cinema, Internet, celular etc.) de conteúdos associados cuja circulação está ancorada na cultura participativa estimulada pelos meios digitais. A transmídiação pode ser pensada, nessa perspectiva, como uma das lógicas de produção e recepção (consumo) de conteúdos no cenário de convergência. (in LOPES, 2011, p. 58)

O conceito de narrativas transmídia foi originalmente introduzido por Henry Jenkins em um artigo publicado em *Technology Review*, em 2003, no qual afirma que "entramos em uma nova era de convergência de mídias torna-se inevitável o fluxo de conteúdos através de múltiplos canais". Jenkins

explica que os recursos utilizados para o bom desenvolvimento das narrativas transmidiáticas ficcionais, como perfis de personagens nas redes sociais, blogs com histórias paralelas, jogos e enigmas, só cumprem seu efetivo papel quando contam histórias que podem ter uma gama de possibilidades e alternativas que incitam os usuários/interatores a buscar elementos para incrementar e enriquecer essas narrativas que estão, na sua essência, no plano do imaginário, do onírico, e da diversão e do lazer.

Scolari avalia que os meios são aportes para a construção do mundo narrativo, implicando em plataformas diversas de comunicação. Dessa forma, eles oferecem diferentes níveis de informação, permitindo a imersão de maneira a, mesmo não sendo redundante, fazer perceber que ali estão dispostos vários desdobramentos de uma história.

A forma ideal de narrativa transmídia, na qual cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida

pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa (JENKINS, 2003)

Scolari (2003) considera as narrativas transmídia uma estratégia, não uma adaptação de uma linguagem a outra. Para Jenkins, o essencial é que na obra exista uma intertextualidade radical, que diferentes partes estejam conectadas entre si de algum modo, explorando o conceito de multimodalidade e o fato de ser desenhado para uma cultura em rede.

Alzamora e Tárzia (2012) percebem os *newsgames* como um tipo de narrativa característico do jornalismo transmídia. A partir dos pressupostos de Gomez, Scolari, Iyer, Ford e Diniz, os autores direcionam o debate sobre as narrativas transmídia e a possibilidade de serem aplicadas ao jornalismo, recortando, entre outros elementos, a possibilidade de permitir um diálogo mais estreito entre o espectador, o jornalista e a empresa de mídia e aplicação do conceito fora do universo ficcional.

Scolari apresenta o que considera os dois principais aspectos das narrativas transmídia nesse contexto: o uso de diversos meios e plataformas para contar uma história e a colaboração dos consumidores, que se convertem em produtores (os chamados *prosumers*) ao também participarem da construção do mundo narrativo. O recorte de Iyer reflete sobre a necessidade de um melhor entendimento entre diferentes tipos de publicação, aproveitando suas diferenças e singularidades.

De acordo com Alzamora e Tárzia (2012), Iyer contribui para observar que uma estratégia bem sucedida da narrativa transmídia daria espaço à harmonia entre várias facetas, criando uma visão universal e estimulando a lealdade do usuário. Ford argumenta que a finalidade de uma notícia transmídia seria informar da melhor forma possível, ao combinar várias formas de mídia para fazer o usuário absorver informação.

Alzamora e Tárzia trazem Diniz e as suas reflexões sobre quais seriam as principais contribuições para incorporar as narrativas transmídia em jornalismo. Sobre elas, os pesquisadores destacam a percepção de que o tempo da narrativa pode ser um problema, pois o evento não pode ser tratado da mesma maneira que o mundo ficcional. Assim, observam que, novamente, é a possibilidade da narrativa

em despertar o interesse do público que norteia a execução de uma narrativa transmídia em jornalismo.

São duas as possibilidades de narrativas transmídias em jornalismo (ALZAMORA E TÁRCIA, 2012): os *newsgames* e o jornalismo imersivo. A primeira surge apoiada nas definições de Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) para a tipologia dos *newsgames*, sendo apresentada como uma forma de apresentar aspectos experimentais que podem ser incorporados em contextos específicos. São eles que irão dar forma à narrativa transmídia. A segunda, relativa à imersão, seria baseada nos usuários experimentarem como protagonistas situações ou acontecimentos descritos na reportagem. A participação ativa do usuário e a possibilidade de compartilhar a experiência em redes sociais seriam, na perspectiva das autoras, os aspectos relevantes em sua caracterização como experiência transmídia.

As autoras acreditam que existem ainda várias perguntas a serem feitas e também experiências realmente convincentes em *newsgames*. Observam que o jornalismo investigativo se mostra um campo fértil para a proposta, especialmente as reportagens especiais que poderiam incorporar formas de videogames como uma extensão interativa dentro do conceito. Também, que a natureza específica do experimento se dá na tensão estabelecida com os ambientes de mídia fora do universo de produção de notícias, pois a informação é deslocada para uma nova localização.

No tocante à experiência do usuário, a pesquisadora argentina Maria Celeste Marroco (2013) traça paralelos entre o cinema como forma artística capaz de tomar a voz da sociedade e expressar o sentir e a forma de ver de uma época e o desenvolvimento dos videogames, especificamente nas áreas vinculadas à Art Games e aos *newsgames*. Ou seja, a oportunidade de construir relatos que permitem uma comunicação mais direta com os jogadores/interatores tanto por meio de colaborações artísticas quanto em intervenções e interação nos jogos.

Neste aspecto, o interator deixa de apenas consumir um produto e se converte no próprio emissor e produtor de conteúdos por meio dos novos meios digitais 2.0 (MARROCCO, 2013). Em relação aos *newsgames*, considerados pela autora como um artefato cuja apresentação de uma realidade busca estimular a reflexão e o questionamento, a interação visa atender a este objetivo abordando

temáticas diversas. A sensibilização, neste caso, seria orientada pela ideologia dos criadores do jogo. Marrocco avalia que

En este contexto social, se ponen en cuestión los conceptos de lo público y lo privado, lo real y lo virtual. Las mismas herramientas para desarrollar el pensamiento y construir los criterios de realidad son afectadas y modificadas, con lo cual este sujeto busca un lenguaje artístico que de alguna manera responda a su nueva realidad, donde las seguridades respecto a las esferas cultural y social de su vida se ponen en tela de juicio; un lenguaje que dé cuenta de este campo no estabilizado y afectado por los flujos comunicativos permanentes en el que le toca desarrollar su existencia. En medio de este proceso de adecuación a un nuevo sistema tecnológico que afecta profundamente la misma constitución social y cultural del sujeto, se da un arte que busca ser expresión no necesariamente inteligible de estos procesos, pero que responde a las búsquedas de estos nuevos sujetos (MARROCCO, 2013, p. 163)

Talvez um dos principais pontos a serem observados em *newsgames* seja o nível de desafios e de tensão quando são jogados. Os *newsgames* não podem perder nem sua característica de notícia nem de jogo. O comentário parece ratificar uma espécie de controle sobre a própria ludicidade do game, atrelado que está ao modo de ser também notícia. “E a essência do espírito lúdico é ousar, correr riscos, suportar a incerteza e a tensão. A tensão aumenta a importância do jogo e esta intensificação permite ao jogador esquecer que está apenas jogando”. (HUIZINGA, 2000, 40-41)

Pode-se associar a característica lúdica da ousadia, na abordagem sobre retórica processual de Bogost (2007) que, ao levantar questões como a produção de *newsgames* sobre guerras e conflitos étnicos, por exemplo, não permite aos jogadores vencer o jogo face aos desafios apresentados. A percepção de que é impossível não atingir civis em um bombardeio, alcançada apenas após um determinado período de tempo de jogo, visa estimular a conscientização da população sobre o fato noticiado.

A retórica processual, conforme Bogost, seria usada como uma prática persuasiva (p.3). Por meio da retórica, os argumentos “não são feitos por meio da construção de palavras ou imagens, mas através da autoria de regras de comportamento, a construção de modelos dinâmicos” (p. 29).

Treanor e Mateas (2009) observam os *newsgames* na perspectiva de conteúdo editorial, comparando com o potencial das charges para expressar, por meio de uma narrativa interativa, a opinião do autor ou do veículo ao qual esteja vinculado. Eles sugerem critérios para que os *newsgames* possam funcionar com o mesmo nível de sofisticação das charges para estimular debates políticos, por exemplo.

Observando o viés editorial das charges, os autores ressaltam que os cartunistas tentam persuadir os leitores a observar determinado posicionamento. E que elas refletem a postura editorial dos autores, criando imagens e narrativas de maneira a convencer o leitor a compartilhar desse posicionamento.

Ao comparar os *newsgames* e as charges, Treanor e Mateas (2009) detalham que um *newsgame* ideal deveria:

- Ser criado em resposta a um evento atual;
- Ser lançado próximo o suficiente do evento para que continue a ser relevante;
- Ser capaz de ser entendido em dois minutos;
- Deve tentar influenciar o jogador para um determinado ponto de vista;
- Deve chamar a atenção para um problema;
- Muitas vezes implica em uma solução;
- Retoricamente se comunica através de imagens, som e jogabilidade.

Para os autores, os *newsgames* que se afastassem drasticamente dessas premissas poderiam ser incluídos na categoria de jogo de não ficção, como *docugames*, *edugames*, *tabloid games*, *reporting games*, *advergames*, *simulgames*, *social comment games* etc. Apesar da sugestão por outra nomenclatura, muitas das categorias apontadas se aproximam das desenvolvidas por Bogost, Ferrari e Schweizer (2010).

Os *newsgames* também surgem como exemplo de produto gerado a partir do Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD). Barbosa e Torres enfatizam que o termo trata, especialmente, da existência de informações públicas de países, governos, entidades de diversos perfis tornadas cada vez mais acessíveis e diversificadas, ao tempo que permitem o uso, a exploração e a publicação por meio de formatos diversos e ferramentas de visualização específicas utilizadas para sua apresentação.

Barbosa e Torres (2013) discutem o formato e, por meio da análise das produções jornalísticas na web, definiram uma tipologia de artefatos ligados ao JDBD, incluindo os *newsgames* no formato *mashups*:

Consiste na produção de conteúdos, de formatos distintos, a partir da combinação de variadas fontes públicas de dados. Com isso, os novos conteúdos gerados podem ganhar apresentações também diversificadas, afinadas assim com a estética base de dados. Exemplos de formatos criados através de mashups são infografias interativas e *newsgames*. (BARBOSA; TORRES, 2013, p. 158)

No tocante ao jornalismo imersivo, tem-se Dominguez (2013) apresentando o *newsgame* como fruto de uma hibridização, espécie de interseção entre o videogame e o jornalismo. Para o autor, trata-se de uma forma digital lúdica com possíveis aplicações jornalísticas, uma confluência entre a narrativa interativa e o videogame e deste último com o jornalismo.

Pode-se inferir que existe uma lacuna no que diz respeito à produção de um modelo de análise específico para *newsgames*, que inclua além dos aspectos dos serious games e da tipologia definida por Bogost, as possibilidades de produção de sentidos produzidos pela interação do usuário como jogo. Ou da própria jogabilidade investigando os *newsgames* por este viés e diferenciando o artefato digital de uma notícia na qual a interatividade se assemelha a de um jogo.

3.3 Os modelos de análise de *newsgames*

No período de realização da pesquisa, compreendido entre os anos de 2012 a 2017, foi possível reunir diversos modelos de análise de *newsgames*, notadamente voltados para a compreensão das características dos dados da notícia que permanecem no jogo. Ou seja, se eles funcionam na perspectiva de um gênero jornalístico.

A dissertação de mestrado de Lins (2017) se propõe a “estabelecer uma relação entre os processos de criação das narrativas dos chamados *newsgames*, ou jogos jornalísticos, e os valores notícia”. (LINS, 2017, resumo). Neste sentido, procura observar os elementos das narrativas que estão presentes nos três jogos selecionados - *Super Impeachment Rampage!* (2016), *Ataque às Mulheres* (2014), *De volta a 1964* (2014), quatro, no total - e, após esta análise, identifica os valores-notícia presentes no material. O modelo de análise se apoia no seguinte quadro:

Quadro 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
POLEMICA 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: LINS (2017)

Apesar de apresentar ainda na introdução que o objetivo da pesquisa é analisar a narrativa e os valores-notícia contidos nos jogos, ao longo da parte analítica observa-se uma descrição dos *newsgames* de acordo com a forma de jogar, fases e personagens. A densidade concentra-se na identificação dos valores-notícia. Nessa perspectiva, o modelo percebe o *newsgame* como um novo gênero informativo, do qual a relevância está associada ao que se consideram elementos essenciais às notícias. Trata-se de uma contribuição necessária para a discussão de formatos jornalísticos, mas pouco efetiva na percepção de construção de um artefato digital, necessariamente um jogo, que surge a partir de um fato.

Já Costa e Assis (2016) desenvolveram pesquisa com o objetivo de identificar nos *newsgames* elementos relacionados à divulgação científica. O objetivo foi destacar as potencialidades de aliar informação e entretenimento, analisando o *newsgame Filosofighters*, publicado no portal da revista Superinteressante. A iniciativa nasceu da observação de como a ciência é tratada pelo jornalismo, tanto

em publicações quanto na mídia televisiva, refletindo justamente sobre abordagens incorretas no que diz respeito ao seu caráter complexo. Apoiam-se principalmente na perspectiva de Massarani e Moreira, que ao observar os meios de comunicação de massa comerciais destacam que a ciência é apresentada como fruto de feitos individuais, como potencial para resolução de problemas futuros e com poucos questionamentos sobre os riscos que ela apresenta. Neste sentido, indicam que a análise dos *newsgames* visa

(...) evidenciar de que forma esse produto midiático, através de suas características e da participação e interação com o público, se mostra operacional para o estímulo e aprendizado do conhecimento científico. Para tanto, o leitor encontrará a seguir a descrição de algumas atividades que utilizam jogos e atividades lúdicas para o ensino de ciências; uma apresentação dos *newsgames* e suas principais características e, finalmente, a análise de um *newsgame* específico, o *Filosofighters*, disponível no site da revista *Superinteressante*⁶, destacando-se suas características potenciais para a divulgação científica. (Costa e Assis, 2016, p. 5-6)

O referencial teórico dos autores é construído a partir da retórica processual de Bogost, com procedimentos específicos que seguem a proposta metodológica de Aarseth de modelo tripartido. Consiste, segundo Costa e Assis, em analisar o jogo a partir de três dimensões, que são “a 'jogabilidade' (dimensão responsável pelo escopo de ações possíveis ao jogador); o 'cenário do jogo' (que diz respeito à ambientação do jogo, narrativa e elementos visuais); e a 'mecânica do jogo' (regras do jogo)”. (2016, p. 17).

Costa e Silva detalham o modelo de Aarseth especificando que três ações - busca por conhecimento prévio da estrutura do jogo, observar a experiência de jogo a partir de terceiros (que não os pesquisadores) e, também, a experiência do próprio pesquisador enquanto jogador. É a partir dessas três ações que, ainda segundo os autores, se dá o que, para Aarseth, é essencial: a análise do jogo e do não jogo. No que se refere ao jogo, é preciso observar a ação direta, o próprio ato de jogar. Em relação ao não jogo há “a coleta de todo e qualquer tipo de informação relevante, como guias, tutoriais, relatórios, discussões, entrevistas, conhecimento prévio do gênero e da estrutura do jogo” (Costa e Assis, 2016, p. 18).

A partir daí, analisam o *newsgame Filosofighters* em dois níveis. Primeiro: jogando e buscando progredir no jogo a partir dos comandos do mesmo; obtendo opiniões sobre o jogo no portal da revista *Superinteressante* na área no qual o

newsgame foi publicado e onde os jogadores comentam via redes sociais sua experiência após as partidas, além de observar como o conteúdo proposto surge a partir de um determinado comando, por meio dos elementos da narrativa, da jogabilidade e da mecânica.

Como segundo nível, fazem uso da retórica processual de Bogost, compreendida pelos autores como

um conceito que explica uma forma de argumentação (dotada de sentidos políticos, ideológicos ou sociais) construída ao longo de processos executados de forma simultânea entre jogador e jogo. Assim, desde o momento que algo é representado em um jogo, utiliza-se de uma argumentação que se completa a partir da intervenção direta do usuário sobre aquele conteúdo, possibilitando interpretação e reflexão por meio da prática, da ação e da intervenção. (Costa e Assis, 2016, p. 13)

Inicialmente é feita uma descrição detalhada do jogo e de seus comandos, bem como as respostas obtidas para, depois, ser verificado o quanto a retórica processual é usada para transmitir os conceitos científicos presentes no jogo. Finalizam a análise observando a relação entre conhecimento e entretenimento, baseando-se para isso nos comentários dos jogadores. Concluem inferindo que sim, o jogo analisado tem grande potencial para a divulgação científica, justamente por aliar os dois fatores citados e favorecer a interação com o usuário

seja por seu formato divertido, que estimula o aprendizado a partir da interação com o jogo e sua narrativa, seja por representar uma nova alternativa para a educação informal, auxiliando o jogador a construir gradativamente o conhecimento de maneira dinâmica, lúdica e espontânea. (Costa e Assis, 2016, p. 21-22)

Na perspectiva de compreender as potencialidades dos *newsgames* para o jornalismo online, Acosta (2016) observa em sua dissertação de mestrado a perspectiva da economia da mídia, considerando para isso fatores como engajamento digital, engajamento, interação e economia digital e indústria criativa na comunicação. A proposta traz aspectos diversos do que os tratados habitualmente em pesquisas referentes aos *newsgames*. Mais do que tentar analisar seu conteúdo, observa-os dentro de um contexto de monetização, economia da atenção e fidelização do público pelas empresas de mídia.

Trazendo autores que abarcam a abordagem definida para a pesquisa, toda a pesquisa é construída observando o *newsgame* como um produto de consumo frente às características da geração digital, que procura por informações em diversas plataformas e não apenas, ou melhor, cada vez menos nos veículos de comunicação tradicionais. Após construir a argumentação teórica, traz uma série de jogos para exemplificar a tipologia definida por Bogost, Ferrari e Schweizer, observando as informações neles contidas. Em suas considerações finais, Acosta constrói dois quadros que estabelecem os principais pontos levantados em sua pesquisa. O primeiro refere-se aos desafios para a produção de *newsgames* (quadro 2).

Quadro 2 - Principais desafios para a produção de *newsgames*. Reprodução do quadro de Rufino



Fonte: ACOSTA (2016, p. 191)

A autora indica perceber que “o entretenimento e o jornalismo são experiências de consumo contemporâneo e isso beneficia produtos comunicacionais inovadores como os *newsgames*” (2016, p.191). Neste sentido, argumenta que a gestão da informação como bem de experiência aponta para uma maior consciência do valor da informação online, assim como às formas de monetização aplicadas aos *newsgames*. “Com isso, identificamos que os *newsgames* são produtos comunicacionais que geram vantagens competitivas transitórias muito além da intenção primária de informar” (*idem*). Assim, estabelece um conjunto de oito potencialidades dos *newsgames* que podem se transformar em vantagens competitivas transitórias (quadro 3).

Quadro 3 - Síntese das vantagens competitivas transitórias dos *newsgames*.

A criatividade como ativo	Nesse caso, a criatividade pode ser classificada em duas vertentes distintas: 1) a organização reconhecida como inovadora e apta aos meios digitais, 2) o leitor/jogador estimulado a ser criativo ao usufruir um <i>newsgame</i> .
Produto de consumo para a fidelização de uma geração digital	Além de fidelizar pessoas que gostam de jogos, os <i>newsgames</i> ainda são atrativos à geração digital que pode entender questões mais complexas da sociedade, se politizar e ainda adquirir o sentimento de cidadania, apenas jogando no próprio computador, tablete ou smartphone. Isso o exime de qualquer comprometimento com a notícia tal qual ofertada em jornais, revistas ou qualquer outro veículo de comunicação tradicional.
Ativos sociais: os jogos que podem mudar o mundo	Alguns <i>newsgames</i> podem ser considerados como ferramentas que geram ativos sociais, ou seja, ao transmitirem uma informação relevante e envolvente, possivelmente, fará com que as pessoas mudem de atitude, promovendo mais consciência e engajamento em causas sociais, por exemplo.
Informação imersiva	É muito corriqueiro tratar da imersão em games em geral. Por consequência, no contexto dos <i>newsgames</i> também identificamos que, com o processamento dos dados por meio de jogos, temos a informação imersiva, que se insere no conceito de jornalismo imersivo, trazendo experiências mais profundas e diversificadas em relação aos demais meios de comunicação.
Estímulo à corporalidade	Com base na Teoria das Materialidades da Comunicação, entendemos os <i>newsgames</i> como propulsores de estímulos corporais e cognitivos.
Desenvolvimento de competências cognitivas	É possível desenvolver algumas competências cognitivas, entre elas: a melhoria na resolução de problemas, na tomada de decisão, no aprendizado, na intuição e no raciocínio lógico; além de estimular a criatividade, a coordenação motora, entre outros. Muitas das competências podem ser importantes até mesmo para o mercado profissional.
Ferramenta de debate e utilidade pública	Os <i>newsgames</i> são ferramentas úteis para discutir questões polêmicas, complexas e atemporais da humanidade, como a guerra, a obesidade, a fome, os desastres naturais ou provocados pelo homem etc. Também serve para promover a conscientização sobre o clima, a água, entre outros temas.
Instrumento de feedback	Por meio do uso de jogos jornalísticos pode-se criar métricas para trabalhar melhor o conteúdo ou as pautas de um portal, por exemplo.

Fonte: ACOSTA (2016)

Amaral e Franco (2017) observam os docugames - forma pela qual os autores também nomeiam os *newsgames* - a partir de uma perspectiva ética e estética quanto à representação nesse tipo de jogos. O cerne da pesquisa diz respeito aos “jogos de teor político que visam problematizar conflitos no oriente médio”. Na fundamentação da análise são utilizadas a teoria pós-colonial de Spivak e Mignolo e a noção de estética como política em Rancière, em conjunto com o campo de estudo dos jogos, que contribuíram na observação dos jogos *Peace Maker*, e *September 12th: A toy world*. O primeiro desafia o jogador a ocupar a posição de Premier do Estado de Israel ou de presidente da autoridade Palestina. O segundo, aborda a guerra ao terrorismo pós-ataentado de 11 de setembro, na tentativa de estimular o debate sobre como a violência gera mais violência.

Na perspectiva dos estudos de jogos, a proposta de Amaral e Franco trata especificamente da luta e da representação. Os elementos são considerados por Huizinga como funções que apoiam a dimensão política dos jogos. Assim,

Em ambos os casos, o teórico refere-se a potências do real que dão sentido ao jogo. Elas constituem o tecido que liga as representações do jogo aos afetos do jogador, tornando o lúdico instrumento de mobilização e construção do comum. (...) É neste terreno em que tomam corpo nossas inquietações. Não apenas porque analisaremos jogos em que são encenadas lutas, analisando as equivocidades nas

representações, mas sobretudo porque são essas relações de poder que colocam em jogo identidades. (AMARAL E FRANCO, 2017, p. 6)

Percebe-se, aqui, uma preocupação com o simbolismo contido nos jogos selecionados, a partir da forma como são representadas as populações fora dos países da América do Norte e Europa. É nesse aspecto que o modelo permite aos autores analisar a simulação dos conflitos que os jogos apresentam. Segundo Amaral e Franco (2017), as identidades hegemônicas e subalternas que os *newsgames* analisados constroem, podem incorrer “no risco de reforçar paradigmas de identidade que marcam a desigualdade cultural no Ocidente”. Na perspectiva de Mignolo, reiteram que essas identidades traduzem uma experiência colonial sobre o mundo.

O modelo de análise proposto procura trazer ao debate a necessidade de observar outros olhares na construção de um *newsgame* que não reforcem, por meio do game design, elementos da dominação ocidental.

A simulação, que se pretende isenta e didática, reforça as diferenças sob o pretexto da objetividade. Assim, evocamos Didi-Huberman, para quem tanto o artista quanto o historiador têm “uma responsabilidade comum, tornar visível a tragédia na cultura (para não apartá-la de sua história), mas também a cultura na tragédia (para não apartá-la de sua memória)” (2012, p.214). Diferentemente disto, “Peace Maker” extirpa a cultura na tragédia. Similarmente, “September 12th” esquece a tragédia na cultura, reduzindo o debate a um cálculo. (AMARAL E FRANCO, 2017, p. 6)

A interatividade é alvo da construção de outro modelo de análise, apresentado no artigo *Limites da interatividade em formatos jornalísticos: um estudo da construção e interação de um newsgame brasileiro*, de Araújo e Monteiro (2015). Os autores analisam o *newsgame* brasileiro, *CSI - Ciência contra o crime*, publicado no portal da revista Superinteressante em outubro de 2008, que trata de práticas e conceitos da ciência forense. A pesquisa, portanto, visa compreender como o jogo constrói a interação com o usuário e os possíveis limites dessa interação. Os autores observam a interatividade por meio de informações obtidas junto aos idealizadores do *newsgame* e, também, por dados de interação de usuários com o jogo (2015).

Antes de construir o modelo de análise, Araújo e Monteiro fazem um levantamento de autores que tratam do conceito de interatividade. Nessa

perspectiva, trazem Silva, Primo, Cassol, Lemos, Manovich e Johnson, que a observam como sistemas e dispositivos que permitem alguma participação do usuário, tanto como diálogo entre homem e máquina, relação dialógica, a interface humano-computador, além de aspectos como bidirecionalidade, intervenção e participação. Após construir esse painel, argumentam que, para fins da análise, consideram a interatividade

como um diálogo entre elementos humanos e não humanos, no qual, para que a interação seja efetiva e diversa da relação que se tinha com as mídias tradicionais, deve prevalecer a relação de negociação e não mais a condição passiva de emissão e recepção. Não é possível dissociar o agente humano e a tecnologia; ambos atuam conjuntamente em influência mútua para a construção de sentido. Ao relacionar o conceito ao nosso objeto de estudo, assumimos o argumento de que a compreensão da interatividade no *newsgame* só se torna possível quando considerada a interação entre jogo e jogador e não apenas a análise isolada do jogo (ARAÚJO E MONTEIRO, 2015, p. 27)

França (2015) explora a interatividade, expressividade e engajamento proporcionados ao jogador de um *newsgame*, a partir de pesquisa na qual observa os mecanismos do jogo *De volta a 1964: sua vida em tempos de ditadura*, publicado no portal da Revista Superinteressante em 2014, em registro aos 50 anos do golpe militar no Brasil. A análise se baseou em conceitos de autores que vem aprofundando a discussão sobre *newsgames*, entre eles Frasca, Bogost, Ferrari e Schweizer, Iurgel e Zagalo, Ferrari e Sicart.

De acordo com a autora, o objetivo foi verificar “até que ponto o exercício de simulação proposto delineia narrativas vinculadas ao perfil editorial da revista e em que medida pode fomentar o debate público” (FRANÇA, 2015, p. 335). Assim, buscou-se categorizar os níveis de interatividade e reatividade que o jogo oferecia, “de acordo com os possíveis percursos a serem trilhados pelo leitor/jogador”.

França explica que, em sua análise sobre *De volta a 1964*, os conceitos de interatividade e participação utilizados não são sinônimos e apoiam-se na perspectiva teórica de Jenkins. Neste caso, interatividade seria algo com vários graus, em diferentes tecnologias de comunicação, voltadas para o *feedback* dos consumidores, enquanto participação se relaciona a protocolos sociais e culturais estabelecidos muito mais pelos consumidores de mídia do que pelos seus produtores.

Assim, a autora indica os níveis de interatividade a serem observados no *newsgame* em questão, baseados em Sims: linear (seguir e retroceder), hierárquica (utilizando menus), de suporte (com tópicos de auxílio, tutoriais, caminhos pré-determinados), de simulação (as ações do jogo são possíveis na realidade), de hiperlinks (possibilidade de trilhar caminhos diferentes do anteriormente escolhido, face às possibilidades oferecidas). (FRANÇA, 2015).

Com base nessa tipificação, a estrutura narrativa do “De volta a 1964” encaixa-se nos tipos: interatividade de simulação, pois o jogador deve se colocar no lugar de alguém que enfrenta os desdobramentos do golpe militar de 1964 e interatividade de hiperlinks, na medida em que escolhe o caminho a seguir. Entretanto, o grau de interatividade é baixo, já que as opções se resumem ao longo do jogo a “ir” ou “não ir”, “participar” ou “não participar”, “aceitar” ou “não aceitar”. (FRANÇA, 2015, p. 435).

Apesar de se propor a debater o engajamento e a interatividade, França opta, após observar os graus de interatividade do *newsgame*, analisar o discurso pretendido pela revista na construção das perguntas e os resultados gerados a partir das escolhas do jogador. Neste sentido, percebe que o jogo *De volta a 1964* aproxima-se muito mais de um *editorial game*, conceito apresentado por Ferrari quando observa que a maioria dos *newsgames* não traz uma notícia, mas uma opinião e visa persuadir o público quanto a um determinado ponto de vista.

Para isso, a autora traz Sicart, quando o pesquisador aborda a capacidade dos *newsgames* de estimular o debate público, quando critica ao conteúdo do jogo. França defende que os fatos apresentados poderiam ter tido melhor tratamento “ampliando as possibilidades de interação e participação através da discussão de questões significativas para o país. (...) parece ter faltado à equipe de desenvolvedores mais tempo para estabelecer outras conexões” (FRANÇA, 2015, p. 346).

Oliveira e Acadrolli (2016) apoiam-se na análise de dois *newsgames*, também da Superinteressante, buscando observar a relação dos usuários com o conteúdo hipermidiático apresentado. Os jogos são *Filosofighters* e *CSI - Ciência Contra o Crime*. A análise buscou observar as interações dos jogadores por meio dos comentários postados na página online da revista Superinteressante. Neste sentido, inicialmente afirmam compreender os *newsgames* como “a fusão da informação -

advinda do formato jornalístico - com o universo lúdico dos jogos eletrônicos, com o intuito de informar e prender a atenção do usuário/jogador, envolvendo-o nos conteúdos de forma imersiva e divertida”. (2016, p.116)

A pergunta da pesquisa “Como se dá a interação entre as pessoas que frequentam os ambientes onde são publicados os *newsgames* com os jogos da Superinteressante?” direciona o trabalho dos autores. A pesquisa contextualiza o que são *newsgames*, estabelece o perfil da versão online da revista Superinteressante para, depois, comentar os jogos. Após, é detalhada a metodologia da pesquisa, feita por meio da seleção dos 102 comentários mais recentes postados à época da pesquisa - entre primeiro e 30 de novembro de 2015 - pelos jogadores de *Filosofighters* e *CSI*, postados na página do *newsgame* por meio de perfil no facebook.

Os 204 comentários encontrados foram agrupados em tabelas, que formaram as categorias de análise de acordo com os temas mais frequentes. Dessa forma, os autores estabeleceram como categorias para a primeira etapa os seguintes itens: aquisição de conhecimento; performance no jogo; dificuldade em jogar ou com o conteúdo; crítica positiva ao jogo; crítica negativa ao jogo; análise do conteúdo; menção a amigos; pedido de ajuda; ajuda a outros jogadores; comentários estrangeiros; e comentários genéricos. (OLIVEIRA E ACADROLI, 2016, p. 122).

A segunda etapa de análise observou o tempo indicado por Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) para a duração de uma partida em *newsgames* (apresentado como sendo entre 10 e 20 minutos), bem como a tipologia para este tipo de jogo, estabelecida por estes autores. No primeiro caso, as partidas dos *newsgames* selecionados ficam na média entre o indicado por Bogost, Ferrari e Schweizer.

Quanto à tipologia, Oliveira e Acadroli (2016) indicam que *Filosofighters* se insere em duas categorias - educativos e comunitários - a partir do que observaram nos comentários dos jogadores. Educativo porque traz as ideias dos filósofos a debate; comunitários porque tem efeito na vida real do jogador. Neste sentido, dois comentários selecionados são apresentados como argumento para esta conclusão: “como o rapaz do Comentário 8, supracitado, que ganhou boa nota na disciplina de filosofia em função do game ou pelos professores que utilizarão o jogo como instrumento de aprendizagem para as aulas de filosofia”. (p. 123)

Com relação aos resultados da análise de CSI, foi categorizado como documentário e comunitário,

pela análise do seu conteúdo, que recebe um tratamento mais detalhado do que uma notícia, apresentando a vantagem de contar com uma apuração mais detalhada das informações. Através de cenários, gráficos e narrativas, a qual, em consonância com a mecânica do jogo, mostra as evidências presentes em cada cena do crime, as possíveis hipóteses e a solução do caso. O game traz toda o levantamento dos fatos e a narrativa do Jornalismo Investigativo. O CSI apresenta uma investigação de um assassinato nos moldes do seriado americano CSI. É uma história mais ampla e similar a documentários, filmes e reportagens investigativas, motivo pelo qual foi enquadrado como *newsgame* de documentário. (OLIVEIRA E ACADROLI, 2016, p. 124)

A análise do formato, em si, mesmo não sendo o objetivo da pesquisa, é incluído. A percepção da tipologia por meio dos comentários publicados pode não ser a mais eficaz pela necessidade de se analisar o artefato e não como os jogadores o observam. No entanto, trabalha a percepção de que os *newsgames* podem mobilizar o público e provocar a atenção dos leitores.

Carpio (2014) em sua tese de graduação em *Periodismo Multimedios* para a Universidad San Francisco de Quito, do Equador, analisa o *newsgame* equatoriano *Tu Huella Ambiental*. O jogo foi publicado, em 2012, na versão online do jornal diário *El Comercio*, como parte de um especial interativo. Antes de iniciar a análise propriamente dita, a autora contextualiza como o artefato digital está sendo utilizado pela imprensa equatoriana.

Na pesquisa, é observada a forma como o *newsgame* foi produzido - uma equipe formada por oito jornalistas, três designers e um programador -, bem como o perfil do Huella, caracterizado pela sua proposta educativa voltada ao meio ambiente. A perspectiva de Hernández, sobre interatividade, multimídia e desenvolvimento de jogos, surge no trabalho quando da análise do *newsgame*. Os pressupostos teóricos selecionados - recompensa, reconhecimento, competência, cooperação e altruísmo - norteiam o modelo criado. Assim, Carpio detalha:

Tu Huella Ambiental cumple con algunas de estas dinámicas como por ejemplo con el reconocimiento ya que la persona se distingue entre las demás por las acciones que toma y reconoce el impacto de sus acciones, pero también siente que esta cooperando con su comunidad. A la vez, el juego promueve una conciencia ambiental cuya recompensa, si bien no se presenta a modo de puntos o dinero,

es una recompensa de altruismo cuando la persona decide cambiar sus acciones para bien. (CARPIO, 2014, p. 20)

Nas conclusões da pesquisa, Carpio ressalta a necessidade de considerar o formato *newsgame* não como experiências, mas como um tipo de produção jornalística séria e definitiva, principalmente pela importância da juventude como audiência dos conteúdos noticiosos. Indica, ainda, a necessidade da pesquisa envolvendo a temática no Equador, para que os veículos possam compreender como torná-los mais divertidos, envolventes e interessantes para seu público. (CARPIO, 2014)

Freitas (2013), em monografia de conclusão de curso, observa os *newsgames* por duas perspectivas distintas. Na primeira, verifica cinco fatores ligados ao jornalismo - estrutura, narrativa, gêneros, formato e critérios noticiosos - e cinco ligados ao jogo - gráficos, jogabilidade, interatividade, narrativa e gênero. Na segunda etapa de análise, o autor usa a escala Likert para pontuar cada um dos itens avaliados, sendo atribuído o número 1 para menor presença e o número 5 para maior presença do jornalismo ou do jogo. O modelo utilizado visou criar uma tipologia e classificação própria, elencada da seguinte forma:

1. Mais adequado para o jornalismo: quando o *newsgame* apresentar maior presença de fatores jornalísticos do que de jogos e com notas que variem de 3 a 5;
2. Menos adequado para o jornalismo: quando o *newsgame* apresentar maior presença de fatores jornalísticos do que de jogos, mas com notas entre 1 e 3;
3. Média entre jornalismo e jogo: quando o *newsgame* apresentar a mesma quantidade de fatores jornalísticos e de jogo, independente das notas;
4. Menos adequado para jogo: quando o *newsgame* apresentar maior presença de fatores de jogo do que jornalísticos, com notas entre 1 e 3;
5. Mais adequado para jogo: quando o *newsgame* apresentar maior presença de fatores de jogo do que jornalísticos, com notas entre 3 e 5. (FREITAS, 2013, p. 39)

Apesar de ser um trabalho de graduação, dois fatores contribuem para a relevância do trabalho: a seleção de jogos fora das produções da revista Superinteressante, que já em 2013, por ter uma seção específica sobre *newsgames* em sua versão online, foi alvo de vários artigos e trabalhos de conclusão de curso; a

perspectiva de considerar a proporção entre as características de jogo e de notícia em *newsgames*.

Foram analisados cinco *newsgames*. São eles *September 12th*, *Corrida Eleitoral*, *Gauging Your Distraction*, *O Combate do Barro Vermelho* e *Sapatos da Vingança*. Inicialmente, Freitas faz a descrição do jogo para, em seguida, apresentar a análise. Abaixo, exemplo de uma das análises, com a reprodução do quadro obtido a partir do modelo criado.

Quadro 4 - Reprodução da tabela 4.4 - Fatores de O Combate do Barro Vermelho

<i>Características de jornalismo</i>	
<i>Estrutura</i>	Com infográficos, textos e galerias de imagens, mas vai até o terceiro nível de interpretação (4)
<i>Narrativa</i>	Baseado em relatos e jornais da época, veracidade e exatidão (3)
<i>Gênero</i>	Informativo (4)
<i>Formato</i>	Reportagem (4)
<i>Critérios Noticiosos</i>	Substantivo - interesse nacional/regional (4)
<i>Características de jogo</i>	
<i>Gráficos</i>	Busca realismo respeitando ambiente e personagens (5)
<i>Jogabilidade</i>	Única ação é apontar e atirar o míssil, bem simples (4)
<i>Interatividade</i>	Objeto, simulação, suporte, simulação, construção (4)
<i>Narrativa</i>	O objetivo é vencer o adversário, dificuldade considerável, exigindo bastante estratégia e esforço cognitivo do jogador (5)
<i>Gênero</i>	Por ser um acontecimento passado e pela apuração jornalística necessária para a construção, se encaixa em <i>documentar</i> (5)

Fonte: Freitas (2013)

Pode-se perceber que o autor confunde narrativa com a jogabilidade, quando limita a primeira apenas ao objetivo proposto pelo jogo. No trabalho, não há detalhamento sobre os autores que embasam a análise das características de jogos. Apenas o item Interatividade é detalhado, com indicação de Sims para os tipos existentes, a exemplo de França (2015), no artigo Interatividade, expressividade e engajamento no *newsgame* “*De volta a 1964: sua vida em tempos de ditadura*”.

No material aqui reunido, apenas dois trabalhos consideraram a usabilidade em conjunto com a jogabilidade na análise dos *newsgames*. No primeiro deles, *newsgames: usabilidade e jogabilidade em jogos de notícias*, Teixeira ET AL (2015) utilizam conceitos de Nielsen e Preece e Rogers, observando usuários na interação com os *newsgames*. O material selecionado traz três tipos de jogos, de acordo com a classificação definida por Bogost, Ferrari e Schweizer (2010): infográfico, documentário e quiz. Todos são considerados do gênero de simulação

pelo diretório Newsgamesvault, projeto mantido pelos Jornalistas da Web, site de notícias do Brasil.

O artigo traz a análise dos jogos *Iced - I can end deportation*, do gênero documentário, cujo objetivo é tornar-se um cidadão norte-americano e evitar a deportação; *HeartSaver*, considerado do tipo infográfico - que trata das chances de se sobreviver a um ataque cardíaco na cidade de Nova Iorque - e *The Candidate*, um quiz sobre as eleições norte-americanas. O modelo de análise consiste, na primeira etapa, das heurísticas de Nielsen.

Visibilidade do estado do sistema: o sistema mantém os usuários sempre informados sobre o que está acontecendo, fornecendo um *feedback* adequado, dentro de um tempo razoável; **Mapeamento entre o sistema e o mundo real:** o sistema fala a linguagem do usuário utilizando palavras, frases e conceitos familiares a ele, em vez de termos orientados ao sistema; **Liberdade e controle do usuário:** fornece maneiras de permitir que os usuários saiam facilmente dos lugares inesperados em que se encontram, utilizando “saídas de emergência” claramente identificadas; **Consistência e padrões:** evita fazer com que os usuários tenham que pensar se palavras, situações ou ações diferentes significam a mesma coisa; **Prevenção de erros:** onde possível, impede a ocorrência de erros; **Reconhecer em vez de relembrar:** tornar objetos, ações e opções visíveis; **Flexibilidade e eficiência de uso:** fornece aceleradores invisíveis aos usuários inexperientes, os quais, no entanto, permitem aos mais experientes realizar tarefas com mais rapidez; **Design estético e minimalista:** evita o uso de informações irrelevantes ou raramente necessárias; **Suporte para o usuário reconhecer, diagnosticar e recuperar erros:** utiliza linguagem simples para descrever a natureza do problema e sugere uma maneira de resolvê-lo; **Ajuda e documentação:** fornece informações que podem ser facilmente encontradas e ajuda mediante uma série de passos concretos que podem ser facilmente seguidos. (TEIXEIRA ET AL, 2015, p. 5)

Com relação à jogabilidade, os critérios estabelecidos apoiaram-se em Preece, com a seleção das seguintes categorias: agradável, divertido, interessante, motivador, favorável à imersão. Segundo os autores, a proposta da análise, neste caso, era compreender a experiência do jogador, observando se os *newsgames* em questão estimulavam a vontade de permanecer ou continuar o jogo. Um grupo de pesquisadores fez essa primeira avaliação dos *newsgames* e, em seguida, foi aplicado teste com um grupo de dez voluntários, que responderam a um questionário elaborado a partir das categorias de Nielsen e de Preece.

Novamente percebe-se o número reduzido de jogos analisados, bem como dos integrantes do teste. No entanto, os resultados apresentados mostraram um grau de insatisfação com a retórica processual utilizada principalmente no de tipo infográfico, que não permitia ao jogador vencer o desafio proposto. A retórica processual consiste na mensagem do jogo, durante a partida, sendo percebida com um mecanismo de persuasão ou de ênfase de um determinado dado só quando o jogo está em desenvolvimento.

Outra pesquisa de Teixeira et al (2015) é direcionada à análise de usabilidade dos *newsgames* do tipo documentário publicados em portais de notícias brasileiros no período entre 2007 e 2014. Foram selecionados três deles: *A cobra vai fumar*, publicado em 2009 no site da revista Superinteressante; *O Combate de Barro Vermelho*, de 2011, do site do jornal Zero Hora; e *De volta a 1964 - sua vida em tempos de ditadura*, de 2014, também da revista Superinteressante. Os autores indicaram os jogos possuíam mecânicas distintas, mas foram analisados de acordo com três aspectos da usabilidade, ergonomia e jogabilidade.

Com relação à usabilidade, surge novamente Nielsen, desta vez com a definição de apenas três critérios de análise que, para os autores, eram mais adequadas ao que se pretendia verificar: visibilidade do estado do sistema, mapeamento entre o sistema e o mundo real, liberdade e controle ao usuário. No que se refere à ergonomia, a observação foi voltada à homogeneidade e, quanto à jogabilidade, a proposta envolveu elementos como desafio, estratégia e ritmo, percepção de controle do jogador, objetivos, imersão.

A análise contou com avaliação dos pesquisadores e aplicação de teste com um grupo de 12 pessoas, entre 18 e 35 anos, sendo 10 do sexo masculino e duas do sexo feminino, selecionadas aleatoriamente. O teste foi realizado com acompanhamento remoto feito por dois moderadores, em computadores do tipo Windows PC. O grupo foi orientado a jogar uma partida inteira, em todas as fases do jogo para, só depois, responder ao questionário.

O instrumento de coleta de dados, além de questões relacionadas aos critérios expostos acima, incluiu questões sobre os três tipos de realidade presentes em *newsgames* do tipo documentário, de acordo com Bogost, Ferrari e Schweizer (2010): espacial, operacional e processual. Entre os resultados

(...) o enredo dos jogos foi avaliado positivamente entre os jogadores que participaram do teste. Isso implica na percepção da existência de um esforço deliberado de pesquisa apoiando todas as ações e resultados apresentados durante as partidas. No entanto, é preciso investir nos aspectos da usabilidade, como o aperfeiçoamento do *feedback*, por exemplo, pois a ausência dele em determinadas situações termina por afastar usuários e leitores menos experientes, além de tornar a experiência menos divertida para usuários habituados a jogar. Na avaliação dos pesquisadores, a jogabilidade poderia ser ampliada com o uso de elementos que favoreçam a imersão, a exemplo de música e efeitos sonoros, presentes no *newsgame* O combate do Barro Vermelho. (TEIXEIRA ET AL, 2015, p. 7)

O modelo de análise, com a inclusão de testes com jogadores, permitiu observar com maior proximidade como os três aspectos da interação humano-computador se relacionam e contribuem para oferecer uma experiência lúdica aos jogadores de *newsgames*. Também mostra que, no gênero escolhido, a narrativa é aprofundada pelo uso principalmente de elementos estéticos que facilitam o reconhecimento do tema.

Ribeiro e Araújo (2011) estabelecem um modelo de análise no qual se observa o artefato digital como dispositivo de imersão e interatividade. O estudo constrói a argumentação por meio dos conceitos de Johnson e Huizinga para jogos (este último também baseia a imersão); interatividade com Santaella (sob o ponto de vista semiótico), Lévy (com aspectos da cibercultura e virtualidade dos meios) e Sims (usado no modelo de análise por estabelecer sete tipos de interação). Murray é citado na caracterização dos tipos de imersão.

Enquanto Huizinga trata da força da experiência imersiva em jogos, Murray fornece três formas de imersão usadas na análise de Ribeiro e Araújo: metáfora da visita (estabelece a diferença entre real e virtual e limita as ações do jogador); máscara (com o uso de fantasias, personagens e identidades alternativas) e definição de papéis (tipo que acontece com a interação com outros jogadores, exigindo atenção com as regras estabelecidas, fantasia pessoal e convenções estabelecidas).

Ribeiro e Araújo (2011) ressaltam o potencial que a imersão e a interatividade podem oferecer em *newsgames*, destacando o apelo do artefato para a comunicação, na criação de produtos jornalísticos mais atrativos e eficientes e de maior apelo para novos públicos, entre eles os jovens.

Abordagem interessante apresentam Déda e Zagalo (2012) quando fazem aproximações entre os *newsgames* e os jogos sociais, a partir da análise desses dois gêneros de jogos como ferramentas de comunicação interativa. A proposta dos autores foi estabelecer uma correlação entre as suas ações estratégicas e estabelecer pontos comuns aos dois gêneros.

Dessa maneira, considerando que ambos pertencem a um modelo de comunicação visual vinculado ao social, os autores estabeleceram um quadro comparativo no qual são expostas as características interativas de cada um e a forma como um modelo pode integrar o outro. O quadro permite estabelecer os *newsgames* e os jogos sociais como modelos de Comunicações Visuais Interativas disseminadas através dos jogos (DÉDA; ZAGALO, 2012).

Quadro 5 - Comparativo entre *newsgames* e jogos sociais proposto por Déda e Zagalo

Newsgames	Social Games
Objetivos	
Notícia em forma de jogo	Social em forma de jogo
Factual	Entretenimento
Base Narrativa	
O acontecimento midiático que foi marcante é sustentado pela "midialidade" (imagem+som+ texto) sobre uma narrativa escrita com base no jogo.	O compartilhamento de ações sociais como base de evolução no jogo
Ambos possuem uma força simulativa que preza a comunicação como a energia animadora dessas ferramentas. Servem como novos modelos de comunicação na sociedade contemporânea.	
Simplicidade de interfaces	
Atribui elementos gráficos semelhantes aos da infografia interativa, mas com a estrutura correspondente aos vídeos jogos	Atribui elementos gráficos semelhantes aos antigos vídeo jogos devido ao processamento do jogo estar atrelado as redes. Com isso, é necessário utilizar programas leves, com fáceis aplicativos para abrangência do público
Ambos vêm sendo desenvolvidos em plataformas Adobe Flash	
A atração do público é feita a partir das estratégias interativas	

Fonte: DÉDA; ZAGALO, 2012

Quando propõem a comparação acima, Déda e Zagalo destacam que a interatividade e o mergulho em um ambiente lúdico irão atuar no desenvolvimento cognitivo envolvido pela narrativa proposta. Assim, os autores observam que poderão ser aprimoradas.

Como o objetivo do jogo é relembrar os fatos que um dia foram notícias e que ficaram na história, o jogador tem a oportunidade de fazer o seu próprio enredo entorno do que lhe é contado, podendo ou não seguir as pistas, a partir desses elementos, fazendo uso da intuição, criatividade, aprendizado e a capacidade cognitiva facultada durante o jogo de que é feito o *newsgames*. (DÉDA; ZAGALO, 2012)

No que diz respeito à estratégia interativa implícita nos jogos sociais, ela concretiza-se por meio da persistência e o engajamento social. “A integração de pessoas através de redes sociais faz com que haja uma formação de um núcleo de agentes que alimentam a sua capacidade criativa e a integração social através do jogo” (DÉDA; ZAGALO, 2012).

As funções interativas dos jogos sociais são assim destacadas pelos autores:

_ **Reação em cadeia:** As pessoas dialogam entre si com a finalidade de divulgar as suas ações ou firmar estratégias de jogo. É a cadeia de amigos que irá sustentar o ambiente de jogo. Pressupõe ainda o compartilhamento, segundo ponto apontado por Déda e Zagalo;

_ **Compartilhamento,** usado para alimentar a reação em cadeia e manter o equilíbrio do jogo;

_ **A atividade intrínseca** aos instintos humanos: o ato de jogar associado ao raciocínio e à fabricação de objetos;

_ **A intuição,** difundida pela estratégia do jogador em conseguir diariamente habilidades que poderão trazer vitórias durante e após o jogo.

Ao analisar tanto os *newsgames* quanto os jogos sociais, os pesquisadores observam que eles representam novas formas de relacionamento (jogos sociais) e novas fontes para o jornalismo (*newsgames*). Em ambos os casos, o público-alvo são jovens leitores e usuários de redes sociais. Explicam ainda que o ambiente simulativo nos dois gêneros permite a imersão em um universo apoiado em ações pessoais e difundidas em narrativas não lineares construídas pelos programadores, mas cuja navegação depende dos critérios de cada jogador. (DÉDA; ZAGALO, 2012).

Um dos pontos a considerar quando se observam os modelos de análise apresentados é, principalmente, a seleção de um número reduzido de jogos pelos pesquisadores. No material agrupado neste estado da arte, os artigos e até mesmo dissertações que buscam aprofundar os mecanismos que compõem os *newsgames*, concentram-se em um, dois, ou três jogos. O fato provoca o questionamento sobre a necessidade de uma construção teórica testada em um número maior de artefatos digitais dessa natureza.

Outro ponto observado foi o predomínio de análises não da estrutura dos *newsgames* em si, mas das possibilidades que eles oferecem enquanto ferramentas

de engajamento do público, monetização das empresas de mídia, bem como de estímulo ao debate público em tempos de enxugamento de redações, evasão de leitores e busca por informações por meio das mídias sociais, além de uma convergência que inclui a produção participativa de conteúdos pelo público. O panorama oferecido permite avaliar o quanto é necessário refletir sobre formatos jornalísticos aliados a artefatos digitais, aplicativos e soluções outras para outro modo de consumo de informações.

Para observar com mais profundidade as características do game design, apresentadas nesta pesquisa em relação aos *newsgames* é preciso, antes, estabelecer o que é considerado jogo e quais elementos são fundamentais à sua estrutura. É neste sentido que o próximo capítulo é construído.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na construção desta pesquisa, buscou-se um fluxo de compreensão iniciado com a contextualização do objeto, no qual foram trazidos os conceitos de *newsgames* e de como eles surgiram, sua associação com a categoria de *serious games*, a tipologia criada por Bogost, Ferrari e Schweizer (2010), além de exemplos de produções nacionais e internacionais que iniciaram o desenvolvimento deste tipo de jogo. No estado da arte, a proposta foi identificar as pesquisas realizadas na área e os modelos de análise propostos, na perspectiva de reunir diversas abordagens e evidenciar o caráter multidisciplinar do artefato digital.

Neste sentido, é preciso, antes de iniciar a fundamentação teórica propriamente dita, abordar dois outros conceitos, o de *serious games* e o de narrativas transmídia, de maneira a inserir o modelo de análise construído na perspectiva de uma produção que pode aprofundar debates sobre temas diversos e, também, surge como um gênero transmídia que pode apoiar o desenvolvimento de produtos jornalísticos mais integrados e interessantes ao público consumidor de notícias.

O capítulo traz, portanto, autores como Abt, em sua abordagem sobre jogos sérios; Jenkins e Fehine nas considerações sobre narrativas transmidiáticas; Huizinga, Salen e Zimmermann, Schell, Callois, Crawford, Avedon e Sutton-Smith, Abt, Suits, Parlett e Costikya, sobre jogos; Primo, Salaverria, Sims e Packer sobre interatividade; Vygotsky, Kishimoto e Santos, no conceito sobre brinquedo e brincadeiras. Eles permitiram aprofundar o que consideramos essencial na produção de um *newsgame* atrativo para o público: a ludicidade da experiência, o game design, suas estruturas narrativas.

No capítulo subsequente, é apresentado o modelo de análise, cujo objetivo é fornecer um guia visando ampliar o alcance dos *newsgames*, tornando-os experiências lúdicas e não apenas narrativas interativas ou interações que incorporam elementos multimídia. Assim, tem-se uma diretriz para auxiliar o trabalho do game designer e, também, a formação do jornalista, que poderá pensar em *newsgames* como um gênero aliado ao fato noticiado.

4.1 Jogos sérios e as narrativas transmídias

Mesmo que na perspectiva de Seabra (2010) os *newsgames* estejam predominantemente associados ao jornalismo de entretenimento, autores como Sicart (2008) os enquadram na categoria de *serious games*, pois também visam estimular o debate público e o engajamento social. Para Derryberry (2008), “O que separa *serious games* do restante (dos jogos) é o foco em um resultado de aprendizado específico e intencional para alcançar mudanças de performance e comportamento sérias, mensuráveis e continuadas”. Já Clark Abt, na obra *Serious Games*, compreende que

Jogos são dispositivos de ensino e treinamento efetivos para alunos de qualquer idade, e em muitas situações, porque são altamente motivadores e comunicam muito eficientemente conceitos e fatos em muitas áreas. Eles criam representações dramáticas do problema real sendo estudado. Os jogadores assumem papéis realistas, encaram problemas, formulam estratégias, tomam decisões e recebem *feedback* rápido da consequência de suas ações. (ABT, 1987, p. 13).

Paul Gee (2005) elenca uma série de princípios de aprendizagem que bons jogos devem incorporar, quando se trata da produção de jogos sérios. Nessa perspectiva, cada um dos itens estabelecidos pelo autor pode vincular-se às peculiaridades do artefato *newsgame*. São elas:

1. Identidade: produzir um jogo cujo conteúdo crie identificação junto ao jogador. Assim, os jogadores se tornam comprometidos com o novo mundo virtual no qual viverão, aprenderão e irão agir em consonância com sua nova identidade.
2. Interatividade dos conteúdos: A proposta aqui é tornar interativo todo o conteúdo a ser ensinado, incluindo-o, tanto quanto possível, nos desafios do jogo. Ao observar a produção do jornalismo digital, é necessário distinguir notícias que trazem elementos de games, daquelas que apenas apresentam interação ou ainda dos jogos de notícia propriamente ditos.
3. Produção: o jogador deve ter a sensação de atuação, de que está ajudando a construir algo. Segundo Seabra, o engajamento do leitor na produção e

alimentação do conteúdo dos *newsgames* caracteriza esse tipo de produto e pode ampliar o espaço do jogo utilizando ferramentas como, por exemplo o Google Maps.

4. Customização: um *serious game* tem como premissa ensinar a públicos diferentes, tanto em relação a preferências como ao nível de proximidade com os jogos. Dessa forma, deve buscar adaptar o conteúdo ao jeito de jogar e de aprender desse público. É possível perceber na categorização de Bogost aspectos específicos de cada tipo de *newsgame* (atualidades, infográficos, puzzle etc.), permitindo a customização do jogo de acordo com o tipo de conteúdo e notícia ao qual está vinculado.

5. Consolidação: cada habilidade ensinada deve ser consolidada por meio de seu exercício em novos contextos. Novamente Sicart (2008) surge para subsidiar esse critério, pois ao incentivar o debate público, tende a estimular a reflexão e provocar uma mudança de atitude em relação a um tema específico.

6. Informação sob demanda: a relevância do conteúdo irá influenciar na inserção de informações no momento em que são úteis ao jogador. Este item pode tratar principalmente das pautas sobre as quais são trabalhados os *newsgames*, desde as notícias de entretenimento quanto às relacionadas a temas como ciência e filosofia.

7. Sentidos contextualizados: o aprendizado deve ser construído dentro de um contexto, explorando a construção de sentidos, para melhor assimilação. É melhor inserir o conteúdo em uma ação ou diálogo do que na forma de texto. O *newsgame Filosofighters: batalha de ideias* (Superinteressante, 2011) traz ideias de alguns dos mais importantes filósofos da humanidade - Platão, Santo Agostinho, Maquiavel, Descartes, Rousseau, Nietzsche, Sartre e Simone de Beauvoir, Karl Marx - associando-as com golpes a serem utilizados nas batalhas propostas.

Figura 14 - Tela inicial do jogo Filosofighters



Fonte: SUPER ABRIL (2014)

8. Incentivo à lateralidade: o jogo deve fazer com que o jogador repense os objetivos, explore novas formas de pensar. Novamente, em *Filosofighters*, o cenário criado para cada uma das batalhas de ideias traz a caracterização do ambiente no qual cada filósofo viveu, orientando o jogador para o contexto histórico. Interessante observar, no caso específico deste *newsgame*, a crítica presente em um dos comentários postados, quanto à representação de Sartre e Simone de Beauvoir lutando juntos, relativizando a perspectiva da produção intelectual da existencialista francesa.

Figura 15 - Cenário do combate entre Maquiavel e Sartre no *newsgame* Filosofighters. Ambiente reproduz a França em maio de 1968



Fonte: SUPER ABRIL (2014)

9. Ferramentas inteligentes: São recursos que o jogador deve saber como e quando usar. Com relação ao *newsgame* da Superinteressante, os recursos do jogo seriam os

golpes dos filósofos, definidos pelas suas principais ideias. Cada golpe associado a um comando do teclado. As ferramentas/ideias são apresentadas no início de cada batalha, de maneira a instruir o jogador quanto às suas possibilidades de vencer cada uma das etapas.

10. Performance antes da competência: ou seja, é preciso fazer antes de ser bom em algo, exatamente com o objetivo de desenvolver proficiência. Preparar para fazer, fazendo, e não lendo sobre, por exemplo. Em *Filosofighters* uma tela inicial apresenta os principais comandos uma única vez. O jogador lê as principais ideias/golpes, aprende quais teclas usar e, ao travar as batalhas, só melhor sua performance se usá-los rapidamente. Neste caso, as ideias dos filósofos tornam-se bastante diluídas quando se incentiva a velocidade no uso dos comandos, de maneira a derrotar o adversário.

A junção de um tema denso - as principais ideias dos filósofos - a um jogo no qual a força bruta é a única vantagem indica uma fusão conceitual que torna o *newsgame* um artefato inserido no universo dos serious games, que estimula o acesso à página da revista além do compartilhamento em rede. A equipe criadora fez uso de metáforas ao vincular a força das ideias filosóficas a golpes, usando para isso cenários relacionados aos filósofos como ambientes de luta. O cenário das lutas corresponde ao país de origem ou às ideias do filósofo escolhido pelo jogador: assim há a Academia, de Platão; o monastério de Hipona, de Santo Agostinho; a Piazza della Signora, de Maquiavel; o plano cartesiano, vinculado a Descartes; a Bastilha, para Rousseau; os Alpes, no torneio contra Nietzsche; França, maio de 68, para Sartre e Simone; um galpão de fábrica, em Marx.

Ao vencer uma luta, o filósofo faz um gesto relacionado às suas características pessoais: Simone e Sartre se beijam, Maquiavel tira do bolso uma almofada com uma coroa; Nietzsche penteia o extenso bigode, Marx acende um charuto. No entanto, ao promover as batalhas, as ideias são as menos lembradas no momento da luta e após o seu término.

É possível observar a retirada de um elemento dito sério e sua posterior inserção em um espaço vinculado ao prazer, ao lúdico, ao entretenimento. O exemplo de *Filosofighters* dá indícios de uma tentativa de burlar o sistema de

informação tradicional, criando um novo tipo de apelo que depende e estimula a interação e o compartilhamento do público leitor.

4.1.1 Transmídiação: reflexo da convergência

As narrativas transmídias surgem em um contexto denominado por Jenkins (2009) de cultura da convergência. Nela, três aspectos são observados como agentes de mudança em relação à produção e ao consumo de conteúdos midiáticos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva. Segundo Jenkins,

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

É essa convergência dos meios de comunicação, no qual a fronteira das plataformas de mídia vai se dissipando, que Jenkins considera uma transformação cultural. Isso acontece “à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (2009, p. 30). Neste sentido, os *newsgames* podem integrar essa perspectiva, pois se apresentam como um elemento lúdico no qual há conteúdos relacionados a fatos publicados.

A iniciativa dos consumidores em buscar essas informações relaciona-se, também, com a proposta dos produtores de mídia em oferecerem esse tipo de conteúdo. É quando Jenkins acredita existir a cultura participativa, porque ambos - consumidores e produtores - participam e interagem “de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo” (2009, p. 30). Mesmo como fenômeno cultural, é importante observar que a participação propiciada pela convergência não se dá do mesmo modo entre os produtores hegemônicos, como as empresas de mídia, e os consumidores, porque estes “nem sempre têm acesso às habilidades e aos recursos necessários para que sejam participantes plenos das práticas culturais que descrevo” (Jenkins, 2009, p. 51). No entanto, a cultura participativa vai ampliando os espaços ocupados, estimulando

iniciativas não só de intervenções junto aos conteúdos propostos, mas de confronto, debate e cidadania.

O debate, a troca de informações, os comentários, o aprendizado de tecnologias, integram aquilo que Lévy (1998) define como inteligência coletiva, termo também usado por Jenkins no sentido do consumo de informações se tornando um processo coletivo, “uma fonte alternativa de poder midiático”. Para Jenkins, este poder inicialmente ligado a fins recreativos, caminha para propósitos que ele considera mais sérios. Ao longo da obra *Cultura da Convergência* o autor explora essa produção coletiva de significados e aponta as mudanças no funcionamento “das religiões, da educação, do direito, da política, da publicidade e mesmo do setor militar”. No contexto da cultura da convergência, as narrativas transmídias seriam, portanto,

histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo; uma abordagem mais integrada do desenvolvimento de uma franquia do que os modelos baseados em textos originais e produtos acessórios. (JENKINS, 2009, p. 384)

Fechine (2014, p.2) considera a transmidiação

como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelos meios digitais. Para os estudiosos do fenômeno, o desafio consiste, então, em identificar e analisar quais são essas estratégias e práticas que variam de acordo com o campo de produção (teledramaturgia, jornalismo, publicidade etc.).

A partir desse pressuposto, a autora trabalha na perspectiva de que as estratégias transmídias estão necessariamente ligadas a uma instância produtora, destacando que projetos bem-sucedidos geralmente partem de uma empresa, corporação ou conglomerado de mídia, com conteúdos ligados a duas grandes estratégias, a propagação e a expansão. (FECHINE, 2014).

Antes de explicar sobre as estratégias adotadas por esses grupos, é possível perceber que existem narrativas transmidiáticas que surgem espontaneamente a partir de um determinado fato, seja ele ligado ou não a um

produto de consumo como filmes, HQ's, séries e jogos. Neste sentido, entre diversos *newsgames* produzidos, pode-se verificar a presença de produtores independentes, cuja rapidez no desenvolvimento dos *newsgames* provoca sua aceitação entre o público, especialmente quando o fato mobiliza a população. Um deles, *V de Vinagre*, *newsgame indie* brasileiro, apoia-se nos protestos brasileiros de junho de 2013, que tiveram início como forma de indignação contra os aumentos no valor das passagens de ônibus na Grande São Paulo. Os protestos reverberaram para todo o país, com a mobilização ganhando as ruas e, também, sua versão em jogo, como foi apresentado no capítulo sobre a contextualização do objeto.

Artigo produzido por Teixeira, Rocha Jr e Agra Jr (2016), *Boy do bote: o percurso transmídia de uma notícia* trata justamente desse tipo de iniciativa, com o registro em vídeo de uma tentativa de furto durante os alagamentos de maio de 2016 na Região Metropolitana do Recife ganhando versões em memes, funk, perfis em redes sociais e produção de um *newsgame*. Este, denominado *Boy do Bote*, foi produzido em um intervalo de apenas três dias, como resposta ao fato noticiado. A estratégia transmidiática, neste caso, e as múltiplas narrativas criadas, apoiam-se na cultura participativa e no próprio processo de inteligência coletiva citado por Jenkins, quando fala de aprendizado de tecnologias.

Voltando às estratégias, Fecine (2014) determina que a propagação se baseie na ressonância, ou, o que ela explica ser retroalimentação de conteúdos. Acontece quando um conteúdo “repercute ou reverbera o outro, colaborando para manter o interesse, o envolvimento e intervenção criativa do consumidor de mídias no universo proposto, agendando-o entre outros destinatários ou em outras instâncias, constituindo comunidades de interesses” (2014, p. 2). Apoiar-se nas redes sociais, sejam elas na web ou não, de maneira a estimular os consumidores a procurar saber mais sobre aquilo que consomem nas mídias.

No caso da expansão, Fecine - cujo artigo centra-se na televisão ao observar as narrativas transmídias - tem como base a ideia de que envolvem formas de complementar ou desdobrar o universo narrativo “para além da televisão”, leia-se, aqui, além do veículo original onde o conteúdo original foi publicado. “Investe-se na complementaridade entre elementos e programas narrativos interdependentes, mas dotados de sentido em si mesmos”, detalha a autora (2014, p. 3).

Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. (JENKINS, 2009). E é esse consumo que vai permeando as mídias e mudando as facetas de uma notícia.

Quando Jenkins apresentou seu conceito de narrativas transmídias, pensava inicialmente na indústria do entretenimento, mas dependendo da mudança cultural provocada pela cultura participativa, as narrativas transmídias podem, sim, estender-se para áreas como o jornalismo, ao ampliar os pontos de acesso e de interpretação de um determinado fato.

4.2 Sobre interatividade e narrativas

A definição do que é interatividade, assim sobre o que são jogos, tem sido discutida por diversos autores sem que haja, realmente, um consenso sobre o seu significado. Cada uma das pesquisas observadas para a construção desta tese apresenta uma gama de conceitos que passam por suas aplicações na filosofia, na sociologia, multimídia, entre outros. Neste sentido, o que se pretendeu inserir neste item foi aqueles julgados pertinentes para o nosso objeto de estudo, tendo em vista a impossibilidade de incluir todos eles. Nesta seleção há, portanto, critérios que observam como características a multimedialidade, a Interface Humano-Computador (HCI) e, ainda, a usabilidade e game design, compatíveis com a compreensão do artefato digital escolhido para esta pesquisa, o *newsgame*. Efetivamente, os conceitos trabalhados aqui são observados na construção do modelo de análise.

Sims (1997), em *Interactivity: a forgotten art?* trata a interatividade como um dos elementos da Interface Humano-Computador (HCI). O trabalho refere-se ao uso da interatividade na aprendizagem, com abordagens pertinentes no sentido de observar o conceito e sua aplicação em diversas áreas, os níveis que possui e,

ainda, uma classificação de acordo com suas características. O autor simplifica o conceito para aplicá-lo na construção do argumento, compreendendo-o como:

a user who has access to a range of input devices (keyboard, drawing, pointing, touchscreen or speech) which can activate the technology being used; the result of this action is some form of visual or audio output (text, graphics, printing or speech), and the sequence of actions form an interaction. As noted by Bork (1982), instructional technology is about making that interaction both meaningful and engaging to the user, and interactivity can be viewed as a function of input required by the learner while responding to the computer, the analysis of those responses by the computer and the nature of the action by the computer. (SIMS, 1997, p.2)

Partindo desse pressuposto, apoia-se em autores que especificam os níveis de interatividade: Rhodes & Azbell e Jonassen. Os primeiros identificaram, segundo Sims, três níveis: reativo, no qual o aluno tem pouco controle da estrutura do conteúdo; coativo, quando é fornecido controle ao aprendiz para a sequência, ritmo e estilo do conteúdo e, por fim, a proativa, quando o aluno controle a estrutura e o conteúdo. O segundo, Jonassen, indica cinco níveis.

Sims (1997) estipula, portanto, uma tipologia para a interatividade, após ter observado como ela foi percebida pelos autores, ampliando a sua própria classificação, feita em 1994, que contava com sete tipos de interatividade. Em *Interactivity: a forgotten art?* são descritos 10 tipos, conceitos construídos por Sims para auxiliar no desenvolvimento de aplicações multimídia voltadas à educação. A abordagem é útil na construção do modelo de análise de *newsgames*, apresentado no próximo capítulo, pois permite diferenciar aqueles que estão próximos aos conceitos de jogos e, outros, identificados como uma narrativa interativa. São eles:

a) Interatividade de objetos: observada como uma aplicação na qual objetos são ativados por meio do clique do mouse ou outro dispositivo. Assim, quando o usuário clica em um objeto tem uma resposta audiovisual.

b) Interatividade linear: o usuário pode mover-se entre páginas - para frente ou para trás - em uma sequência pré-determinada. Não oferece um *feedback* específico às ações do usuário, fornecendo apenas acesso à exibição posterior ou anterior.

- c) Interatividade de suporte: trata-se de suporte de desempenho do usuário, inclusos aí mensagens de ajuda e tutoriais.
- d) Interatividade de atualização: a atualização dos conteúdos leva em consideração as respostas dos usuários face às atividades propostas.
- e) Interatividade de construção: envolve a criação de um ambiente de instrução no qual o usuário tem de manipular objetos e componentes para atingir determinado objetivo, o que deve ser feito em uma sequência pré-determinada.
- f) Interatividade reflexiva: acontece quando são inseridas respostas de outros usuários e também de especialistas a uma determinada situação, fazendo com que o usuário reflita sobre o que está sendo apresentado, baseado nesse contexto.
- g) Interatividade de simulação: nela o papel do usuário é ampliado e as seleções individuais determinam a sequência de treinamento. Sims explica que os níveis relativos à interação - construção e simulação estão intimamente ligados - podendo exigir que o usuário complete uma sequência de tarefas antes que uma atualização possa ser gerada. Em alguns casos, a simulação pode surgir de acordo com a instrução, podendo ser controlada e surgindo apenas depois que o usuário faz uma escolha correta. Ou, em outros casos, a simulação consiste em uma consequência das ações do usuário, que geram uma atualização que imita a operação real ou processo que está sendo simulado.
- h) Interatividade de hiperlinks: navegação por meio de links, pelos quais o usuário navega para obter informações. Sims (1997) alerta para a necessidade de os desenvolvedores contemplarem, no design, a definição, manutenção e interação de hiperlinks apropriados para garantir o acesso a todos os caminhos possíveis.
- i) Interatividade contextual não imersiva: combina e amplia os vários níveis interativos em um ambiente virtual completo. As sequências de conteúdo modelam o ambiente de trabalho e as tarefas realizadas vão se refletir na experiência do usuário.

j) Interatividade virtual imersiva: oferece um ambiente interativo no qual o usuário é projetado em um mundo completo gerado por computador, que responde aos movimentos e ações individuais. (Sims, 1997)

Para efeito a construção de nosso modelo de análise, cinco tipos de interatividade propostos por Sims foram observados: de objetos, linear, construção, simulação e de hiperlinks.

Ao observar que a interatividade é um conceito difuso quando se trata de ambientes informáticos (o que o que se pode considerar aqui como interação mediada pelo computador), Primo (2000) traz dois tipos de interatividade - mútua e reativa - construídos a partir de estudos sobre comunicação interpessoal. A abordagem é explicada por Primo a partir de sete dimensões

a) sistema: um conjunto de objetos ou entidades que se inter-relacionam entre si formando um todo; b) processo: acontecimentos que apresentam mudanças no tempo; c) operação: a produção de um trabalho ou a relação entre a ação e a transformação; d) fluxo: curso ou sequência da relação; e) throughput: os que se passa entre a decodificação e a codificação, inputs e outputs (para usar termos comuns no jargão tecnicista); f) relação: o encontro, a conexão, as trocas entre elementos ou subsistemas; g) interface: superfície de contato, agenciamentos de articulação, interpretação e tradução. (PRIMO, 2000, p. 86)

O autor faz a ressalva de que as dimensões não são excludentes e podem ter gradações ou nuances, apresentando em maior ou menor grau características referentes a cada uma. Assim, os dois tipos de interação surgem a partir do contexto das dimensões, em um esforço para explicar como elas se estabelecem a partir desses pontos de observação.

As noções sobre interatividade aqui reunidas são uma tentativa de esclarecer como ela é uma característica de um *newsgame*. No entanto, não apenas a interação, mas o modo como ela acontece e o que ela permite ao jogador precisa de um detalhamento quanto á construção da narrativa nesse ambiente. Neste sentido, é preciso trazer de volta a hipótese de que nem todo *newsgame* pode ser considerado um jogo, face ao conjunto de características das produções selecionadas entre os anos de 2001 e 2014. A ausência de elementos característicos dos jogos - a serem descritos entre os próximos itens é, talvez, um dos entraves para sua produção de uma forma mais consistente, além de, é claro, a própria configuração de equipes de comunicação e design.

Portanto, a denominação narrativa com interação e elementos de jogos aproxima-se do que foi observado durante os quatro anos desta pesquisa. Diferente de um jogo, a narrativa dessa categoria não precisa criar desafios, regras, nem oferecer recompensas ao usuário. O foco é maior na narrativa do que na jogabilidade. Assim, Murray (2003) contribui no sentido de estabelecer como essas narrativas são possíveis, Manovich (2001), na percepção de como narrativa e banco de dados estão relacionados.

Murray (2003) observa em *Hamlet no Holodeck: o futuro das narrativas no ciberespaço* as propriedades essenciais dos ambientes digitais e, também, os seus princípios estéticos. Segundo a autora, os ambientes digitais possuem quatro propriedades essenciais. São procedimentais, participativos, espaciais e enciclopédicos. As duas primeiras propriedades aproximam-se do que a autora considera como interatividade. As outras estão vinculadas, essencialmente, ao que Murray expressa como sendo a capacidade do ciberespaço em ser imersivo.

A autora indica que o meio digital é procedimental porque funciona como um motor, e não como um caminho no qual são transmitidas informações estáticas. Como motor, incorpora comportamentos complexos e aleatórios, a partir de uma série de regras previstas em seus algoritmos. São participativos porque sua própria organização é assim. Além de terem comportamentos gerados a partir de regras, eles também podem induzir o comportamento e reagir às informações que são inseridas no ambiente.

Já a espacialidade refere-se à capacidade dos ambientes digitais de representar, segundo Murray, espaços navegáveis.

Os meios lineares, tais como livros e filmes, retratam espaços tanto pela descrição verbal quanto pela imagem, mas apenas os ambientes digitais apresentam um espaço pelo qual podemos nos mover. (...) Embora essa habilidade espacial tenha sido largamente explorada em aplicações gráficas, na verdade ela independe da capacidade do computador de exibir mapas, imagens ou até modelos tridimensionais. Ela também independe de sua função comunicativa, conectando lugares geograficamente distantes. A qualidade espacial do computador é criada pelo processo interativo da navegação (2003, p. 84-85)

Dessa forma, a interação vai proporcionar ao usuário a possibilidade de imergir na experiência gerada por aquele ambiente, a partir do momento em que começa a navegar dentro do espaço virtual. Por fim, o meio digital é enciclopédico,

pela percepção que o usuário tem de poder ter acesso aos mais diversos conteúdos e recursos, imediatamente, mesmo que às vezes as buscas sejam frustrantes. É esta acessibilidade que, na perspectiva de Murray, abre caminho para a adoção de múltiplas perspectivas para a criação de narrativas entrecruzadas (MURRAY, 2003).

Neste sentido, pode-se inferir que as narrativas interativas possibilitariam a imersão em uma história a partir da intervenção do leitor ou usuário do artefato - uma história, um *newsgame*, um vídeo publicados em ambiente digital - acessados pelo desejo de encontrar outros caminhos possíveis para o fechamento do que está sendo narrado. Seria o caso, por exemplo, do *newsgame 1000 Days of Syria*, no qual alternativas são apresentadas ao leitor de forma a que ele faça suas escolhas após a leitura da reportagem e da simulação dos personagens, inspirados em exemplos reais. A navegação pode se dar por três vias propostas, em relação aos três personagens que seriam os avatares do jogador: mãe, jovem rebelde ou repórter. Em cada um, a narrativa e as alternativas são construídas na perspectiva da vivência de cada um dos personagens.

Nos três percursos, a base da reportagem é a mesma e encontra-se delimitada, ou melhor, é separada da narrativa ficcional inspirada em pessoas reais por linhas e espaços. Essa divisão é tênue e vai sendo percebida aos poucos, principalmente pela inclusão de links na reportagem principal, estimulando a saída do *newsgame* e exploração enciclopédica do ciberespaço. O estilo de navegação de *1000 Days of Syria* aproxima-se da interatividade proposta por Sims (1997), no sentido da inclusão de hiperlinks que apontam para outros conteúdos, complementares, e de simulação, quando o jogador tem de tomar decisões e sofre as consequências de suas escolhas.

Ainda sobre a navegação por links, Manovich comenta:

O real princípio de hiperlink, que forma a base da mídia interativa, objetiva o processo de associação, sempre tentando ser central ao pensamento humano. O processo mental de reflexão, resolução de um problema, recordação e associação, é externalizado, equacionado, seguindo um link, movimentando-se para uma nova página, escolhendo-se uma nova imagem ou uma nova cena. (...) Nós somos compelidos a seguir associações existentes, objetivas e pré-programadas (2001, p. 61)

Manovich discorre sobre as mudanças provocadas pelas tecnologias, observando os efeitos da informatização sobre a cultura e as mídias. Em 2001,

alertava para uma revolução que afetava todas as etapas da comunicação. Desde a aquisição da informação, até sua manipulação, armazenamento e distribuição. E não apenas eles, mas também todos os tipos de mídia, como o texto, as imagens fixas e as em movimento, o som e as construções espaciais. A proposta, portanto, era observar os efeitos dessa mudança, considerada também uma revolução cultural. Assim,

as novas mídias podem ser compreendidas como o mix de antigas convenções culturais de representação, acesso e manipulação de dados e convenções mais recentes de representação, acesso e manipulação de dados. Os "velhos" dados são representações da realidade visual e da experiência humana, isto é, imagens narrativas baseadas em texto e audiovisuais (...) Os "novos" dados são dados digitais. (MANOVICH, 2001, p. 36)

É a partir desse ponto inicial que o autor debate a relação entre a mídia e a computação, destacando que o que se considera “nova mídia” pode ser situada como uma convergência entre dois caminhos históricos distintos, o da computação e o da tecnologia das mídias. Assim, pensa em nova mídia como a tradução de todos os meios existentes para dados numéricos acessíveis para computadores. (MANOVICH, 2001). O autor compreende a narrativa por meio da navegação no banco de dados que compõe sua estrutura algorítmica.

No nível material, a narrativa é apenas um conjunto de links; os elementos em si ficam arquivados em um banco de dados. Portanto, a narrativa é mais virtual que o banco de dados em si. (...) O usuário de uma narrativa está atravessando uma base de dados, seguindo links entre os registros estabelecidos pelo criador da base de dados. Uma narrativa interativa pode ser entendida como a soma de múltiplas trajetórias através de uma base de dados (MANOVICH, 2001, p. 227).

Retomando Murray e suas observações sobre a estética do ciberespaço, Murray a observa por meio de três princípios: imersão, agência e transformação. “mais do que prazeres usuais, são prazeres que antecipamos conforme nossos desejos são despertados pela emergência do novo meio”. (MURRAY, 2003, p. 176).

O termo agência diz respeito à “capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas (...). No entanto, normalmente não esperamos vivenciar a agência dentro de um ambiente narrativo”. (MURRAY, 2003, p, 127)

A imersão é, segundo Murray, um termo que se apoia na metáfora do mergulho e da submersão real em um meio líquido, partindo dessa experiência física. Nesse contexto, a imersão seria, portanto “a sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha, tão diferente quanto a água e o ar, que se apodera de toda a nossa atenção, de todo o nosso sistema sensorial.” (MURRAY, 2003, p. 102).

Sobre a transformação, Murray a percebe como algo característico do meio digital. Para a autora, “tudo que vemos em formato digital - palavras, números, imagens, animações - torna-se mais plástico, mais suscetível a mudanças.” (2003, p. 153).

4.3 Sobre brinquedos

Utilizar os pressupostos das narrativas interativas na análise de *newsgames* poderia não alcançar toda a amostra selecionada porque, embora alguns possam ter essas características, outros incluem aspectos relacionados ao perfil do brinquedo. Na busca por subsidiar esta perspectiva, foi necessário investigar no que consiste um brinquedo, apoiando-se nos estudos de Vygotsky e Kyshimoto para esta compreensão. Eles permitiram a configuração de uma das categorias de análise. O conceito de jogo, brinquedo e brincadeira permeia os estudos sobre o desenvolvimento infantil, no mapeamento das etapas evolutivas da criança. O brinquedo surge como um mediador do aprendizado, em uma rede de significados e representações construídas por meio de ações voluntárias nesse universo lúdico.

A palavra lúdico significa brincar. Neste brincar estão incluídos jogos, brinquedos e brincadeiras, e é relativo também a conduta daquele que joga, que brinca, que se diverte. As atividades lúdicas fazem parte da vida do ser humano e, em especial, da vida da criança, desde o início da humanidade. Entretanto, essas atividades, pôr muitos séculos, foram vistas como sendo sem importância e tendo conotação pejorativa. Culturalmente somos programados para não sermos lúdicos. Somente a partir dos anos 50 de nosso século é que o brinquedo e o jogo começaram a ser valorizados. Tal mudança de enfoque se deu principalmente pelo avanço dos estudos da psicologia sobre a criança pequena, que colocou as atividades lúdicas em destaque, por ser o brinquedo a essência da infância. (SANTOS, 2000, p. 57)

Em suas observações sobre o comportamento e os aspectos do desenvolvimento humano, Vygotsky (1991) relaciona o brinquedo às etapas de

aprendizagem da criança, descrevendo-o como um objeto que visa atender a determinadas necessidades e que, não necessariamente, precisa ter como pressuposto o prazer obtido por meio dele. Sendo uma forma de atividade, o brinquedo vai permitir à criança criar situações imaginárias, seguindo regras definidas por ela mesma. Na percepção de Vygotsky,

É enorme a influência do brinquedo no desenvolvimento de uma criança. Para uma criança com menos de três anos de idade, é essencialmente impossível envolver-se numa situação imaginária, uma vez que isso seria uma forma nova de comportamento que liberaria a criança das restrições impostas pelo ambiente imediato. (...) É no brinquedo que a criança aprende a agir numa esfera cognitiva, ao invés de numa esfera visual externa, dependendo das motivações e tendências internas, e não dos incentivos fornecidos pelos objetos externos. (1991, p. 64)

Percebe-se, neste caso, a importância do brinquedo para a cognição infantil, por meio desse estímulo à imaginação e nas motivações da criança em relação levando em consideração a sua vontade em relação ao brincar. Neste sentido, é uma ação voluntária. Vygotsky explica que o brinquedo traz, em sua essência, três elementos: a ação na esfera imaginativa, a criação das intenções voluntárias e a formação dos planos da vida real, com suas motivações volitivas. (1991, p. 69). Sendo assim, diz o autor, “a criança desenvolve-se, essencialmente, através da atividade de brinquedo”. Kishimoto (1994) afirma que, diferente do jogo, o brinquedo implica em uma ausência de um sistema de regras que organizem sua utilização.

O brinquedo está em relação direta com uma imagem que se evoca de um aspecto da realidade e que o jogador pode manipular. Ao contrário, jogos, como xadrez, construção, implicam, de modo explícito ou implícito, no desempenho de certas habilidades definidas por uma estrutura preexistente no próprio objeto e suas regras. (KISHIMOTO, 1994, p. 108)

Essa manipulação pode ser observada quando o usuário interage com um *newsgame* onde o conjunto de regras próprio dos jogos é ausente. Há, no entanto, uma situação que remete ao brinquedo. O usuário pode clicar e, mexendo o mouse, deslocar o personagem em *The Suicide Bomber*, *newsgame* indie publicado em 2002 nos Estados Unidos, cuja temática do terrorismo é a base. Só há duas situações

simuladas como resultado: ou o jogador desloca o personagem sem detonar a bomba ou faz isso, atingindo as pessoas próximas. O *newsgame* pode provocar a imaginação, mas é extremamente limitado, pois não há uma progressão do nível de desafio ou uma recompensa, além do deslocamento da vida real, para o jogador.

É partindo desses pressupostos que Carvalho (2015) inclui o brinquedo como categoria de análise dos logotipos da empresa Google. Por trazerem mutações na marca, são definidos como *doodles*. Eles consistem justamente nessas mutações, que alteram o logotipo original conforme a empresa busca homenagear personalidades ou celebrar eventos. Entre eles, as Olimpíadas, a chegada da Primavera ou mesmo o aniversário de uma série como a do canal inglês BBC, *Doctor Who*.

As mutações dividem-se, para Carvalho, em quatro categorias: estática, animada, brinquedo e jogável. A noção de brinquedo utilizada pelo autor baseia-se nos pressupostos de Vygotsky, principalmente por perceber a mutação desse tipo como uma forma pela qual os internautas podem, voluntariamente, experimentar a marca. Como categoria de análise para um *newsgame*, o brinquedo surge também com essa premissa: a de, por meio de uma ação voluntária, permitir que alguém brinque com o artefato digital e se divirta com ele.

4.4 Sobre jogos e suas definições

O significado do termo jogo e o sistema que o organiza ainda não é um consenso entre os estudiosos do tema e talvez, face às constantes mudanças de tecnologia e desenvolvimento, nunca seja. Os caminhos de pesquisa, historicamente, vão relacioná-lo à cultura, ao desenvolvimento e comportamento, a um universo lúdico ao qual o ser humano faz parte. São diversas as vertentes que contribuem para as definições do jogo. Cada uma delas, em sua época, trouxe importantes contribuições para o entendimento do artefato. Do jogo de xadrez aos de tabuleiro, da amarelinha ao RPG, pesquisadores pretendem dar conta do que é, na essência, um jogo. O que, realmente, o caracteriza? Um sistema de regras, a imersão, a atividade voluntária fora da vida comum?

O olhar sobre a evolução do conceito é um dos primeiros passos para compreender, também, as características dos jogos digitais. O próprio ambiente virtual no qual os jogos digitais se inserem pede esse direcionamento. Estes

incorporaram outras nuances, como, por exemplo, as narrativas emergentes, o design de interface e de níveis, a mecânica. Para estabelecer o jogo como categoria de análise, é necessário compreender esse movimento, na abordagem de autores seminais como Huizinga, Caillois, Suits, entre outros que se debruçam sobre os elementos principais do artefato.

Huizinga (2000) insere o jogo em uma perspectiva histórica, como um fenômeno cultural e não biológico, relacionando-o à expressão da linguagem. Também organiza, em sua obra *Homo Ludens*, associações como o jogo e o direito, o jogo e a guerra, entre outras apresentadas ao longo dos capítulos. Nesse contexto de fenômeno cultural, vai definir o jogo assim:

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, 2000, p. 24)

Já Callois (1994) o compreende por um viés sociológico, observando que ele é uma atividade sem prêmios e também sem consequências para a vida real. Neste sentido, também destaca que em um jogo nada se produz. Os jogadores iniciam as partidas e as terminam da mesma maneira, sem que nada tenha sido criado. Assim, opõe-se ao trabalho, vinculando-se ao lazer, diversão, descanso.

Um dos aspectos ressaltados por Callois, que encontra ressonância até hoje, é justamente a percepção de que o jogo se constitui em um sistema de regras. Salen e Zimmermann enfatizam justamente esse pressuposto para consolidar a definição que dão ao jogo “Um jogo é um sistema no qual os jogadores se envolvem em um conflito artificial, definido por regras, que implica em um resultado quantificável.” (Salen & Zimmermann, 2003, p. 96). A definição mescla conceitos de diversos autores, percebendo como elementos chave a noção de sistema, conflito, regras e resultado.

Callois afirma que é o sistema de regras do jogo que permite identificar o que se pode ou não fazer e que ele pode, muitas vezes, ser completamente arbitrário. Mas é o respeito às regras, de acordo com Callois, que mantém o jogo. Assim, “o que chamamos jogo aparece como um conjunto de restrições voluntários e aceitas de bom grado, que instauram uma ordem estável, às vezes uma legislação

tácita, em um universo sem lei”. (1994, p. 11). Também explica que a palavra jogo evoca um sentido de liberdade, amplitude e movimento. Em síntese, Callois define o jogo como “[...] uma atividade que é essencialmente: livre (voluntária), separada [no tempo e no espaço], incerta, improdutiva, regida por regras, imaginária” (1994, p.10-11)

Avedon & Sutton-Smith (1981) também destacam as regras em sua definição de jogo, assim como o fato de ser uma atividade voluntária. “Podemos definir jogo como um exercício de sistemas de controle voluntário, nos quais há uma oposição entre forças, confinado por um procedimento e regras, a fim de produzir um resultado”. (1981, p. 7).

Regras, objetivo e recursos são as premissas do conceito de jogo de David Keller (1988, p. 50). Ele o define como “uma forma de recreação constituída por um conjunto de regras que especificam um objeto (objetivo) a ser almejado e os meios permissíveis de consegui-lo”.

Suits (1978) observa o jogo como uma atividade dirigida “para causar um estado específico de ocorrências, usando meios permitidos por regras” (p. 34). Neste sentido, pode-se destacar que o sistema é observado pelo controle que as regras exercem sobre o ato de jogar e as consequências provocadas por elas, ou seja, os resultados que podem ser alcançados pelos jogadores. Assim, Suits complementa a definição, acrescentando que, no jogo, as regras “proíbem meios mais eficientes em favor de meios menos eficientes, e são aceitas apenas porque elas tornam possível tal atividade”. (1978, p. 34). O desafio, portanto, faz parte da definição de Suits, ao analisar a ineficiência de certos meios para alcançar os resultados pretendidos.

Crawford (1981) vê, no jogo, quatro fatores comuns: “representação [um sistema formal fechado, que subjetivamente representa um recorte da realidade], interação, conflito e segurança [o resultado do jogo é sempre menos severo do que as situações que o jogo modela]”. (Capítulo 2).

Juul (2005) constrói o conceito de jogo por meio do que ele observa nos videogames: um evento real, com um conjunto de regras bem como um mundo de ficção. Para Juul, uma das características mais importantes dos videogames é a interação entre as regras e a ficção do jogo. Antes de observar os videogames, o autor apresenta em detalhes o que ele considera o modelo de jogo clássico que

pode ser rastreado historicamente por milhares de anos. Ele consiste em seis características que funcionam em três níveis diferentes: “o nível do jogo em si, como um conjunto de regras; O nível da relação do jogador com o jogo; e o nível da relação entre a atividade de jogar o jogo e o resto do mundo”. (JUUL, 2005, p. 6). Ainda sobre o modelo e considerando estes níveis, um jogo é:

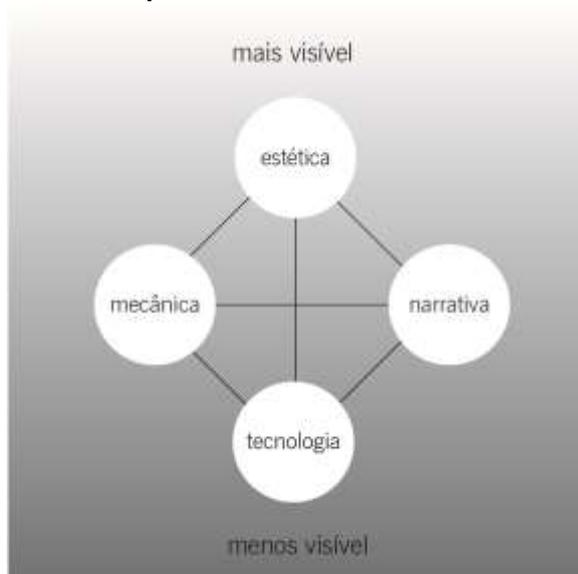
1. Um sistema formal baseado em regras;
 2. Com resultados variáveis e quantificáveis;
 3. Onde para resultados diferentes são atribuídos valores diferentes;
 4. Onde o jogador exerce esforço para influenciar o resultado;
 5. O jogador se sente emocionalmente ligado ao resultado;
 6. E as consequências da atividade são opcionais e negociáveis.
- (JUUL, 2005, p. 6-7)

Por fim, Shell considera o jogo “uma atividade de solução de problemas, encarada de forma lúdica”. (2011, p. 38). Propõe uma téttrade de elementos formativos que contribuem para o entendimento de como os jogos são feitos e os que os fazem funcionar: Ela consiste na mecânica, estética, narrativa e tecnologia, cada elemento atuando em conjunto com os outros três. A téttrade apresentada a seguir é a base da primeira etapa do modelo de análise dos *newsgames*, na observação do percurso notícia > jogo.

4.4.1 A téttrade elementar

Tendo em vista que a retórica processual utilizada em boa parte dos *newsgames* nos leva a refletir se podem mesmo ser considerados jogos, torna-se importante utilizar a téttrade, identificando como é aplicada nesse formato.

Figura 16 - Os quatro elementos essenciais dos jogos



Fonte: Reprodução do autor da téttrade de Schell (2011, p. 42)

A téttrade é composta pela mecânica, narrativa, estética e tecnologia. Percebe-se no esquema acima (figura 16) que eles estão interligados e constituem-se em partes mais visíveis e menos visíveis dos jogos. Cada elemento escolhido na produção de um jogo vai implicar na seleção dos outros três, em uma composição que busca reforçar ou torná-los mais evidentes.

A mecânica - elemento que em *newsgames* pode ser usado para facilitar o reconhecimento de como ele funciona - é a que define o jogo em si. “A mecânica descreve o objetivo do jogo, como os jogadores podem ou não alcançá-lo e o que acontece quando atentam” (SCHELL, 2011, p. 41). O autor detalha que a escolha de um conjunto de mecânicas para um jogo tem relação direta com os outros três elementos da téttrade: a tecnologia deve suportar a mecânica, a estética deve torná-la clara aos jogadores e a narrativa permite que o jogo faça sentido.

A sequência de eventos que se desdobram no jogo - linear e previamente determinada (fechada) ou ramificada e emergente (aberta) - consiste no segundo elemento da téttrade: a narrativa. Schell (2001) reforça a ideia de ligação entre os elementos: a mecânica faz a história emergir, a estética ajuda na caracterização da história e a tecnologia permite o surgimento da narrativa no jogo. A estética consiste na aparência, nos sons, cheiros, sabores e sensações do seu jogo. É um aspecto essencial no design de jogos por estar relacionada diretamente com a experiência do jogador. Por fim, é a tecnologia - compreendida por Schell como

quaisquer materiais ou interações que tornem o jogo possível - que permite ou não as ações dentro do artefato.

Ainda dentro do conceito da téttrade, Shell explica que o processo de game design de um jogo pode partir desse entendimento, com a observação de lentes específicas para cada um dos quatro elementos. Essas lentes são princípios que auxiliam o desenvolvimento de um jogo. Um exemplo seria a lente da liberdade, vinculada à narrativa, sobre a sensação de liberdade proporcionada ao jogador durante a interação e no controle do jogo. No total, são 112 princípios, que a partir de 2016 se transformaram no aplicativo *The Art of Game Design: a Deck of Lenses*, gratuito e disponível na App Store e Google Play.

4.5 Gêneros de jogos e HUD

Na construção de um modelo de análise adequado à compreensão do percurso entre uma notícia e um *newsgame*, é preciso detalhar as características dos jogos. Inicialmente, temos Rogers (2012) na abordagem sobre gêneros e HUD (*heads-up display*). Os conceitos permitem descrever, com maior aprofundamento, os *newsgames* que integram o corpus desta pesquisa.

De acordo com Rogers, um gênero de jogo é usado para descrever um tipo de gameplay. Ele os divide em ação, *shooter*, *adventure*, construção/gerenciamento, simulação de vida, música/ritmo, festa, quebra-cabeças, esportes, estratégia, simulação de veículos (2012). Há, ainda, jogos adultos, jogos sérios, jogos de conteúdo publicitário e, ainda, aqueles que podem combinar vários gêneros e subgêneros. Como exemplo, Rogers traz a série *Grand Theft Auto*, uma mistura de ação-aventura, *third person shooter*, direção, simulação de vida e ação-arcade em um único jogo.

Por jogos de ação, Rogers entende os que requerem coordenação mãos/olhos para serem jogados. Segundo o autor, diversos subgêneros integram esta modalidade de jogo. São elas:

Aventura de ação - essa combinação de gêneros apresenta ênfase na coleção de itens e seu uso, resolução de quebra-cabeças e objetivos baseados em longas histórias. (...) ⁸

⁸ Os exemplos de cada um dos estilos de jogos foram suprimidos nesta citação

Ação arcade - qualquer jogo apresentado no estilo dos primeiros jogos arcade com ênfase em gameplay de reflexos, pontuação e tempos cursos de jogo. (...)

Plataforma - um jogo de plataforma geralmente apresenta um personagem mascote pulando (ou balançando ou quicando) por ambientes de “plataformas” desafiantes. Atirar e lutar também podem estar envolvidos. (...)

Ação Furtiva - um jogo de ação com ênfase em evitar inimigos em vez de lutar contra eles diretamente. (...)

Luta - um jogo em que dois ou mais oponentes lutam em ambiente de arena. Jogos de luta se distinguem dos jogos de ação por conta da complexidade dos controles. (...)

Beat' em up/hack' n'slash - esses jogos têm jogadores lutando contra ondas e mais ondas de inimigos com aumento da dificuldade. (...)
(ROGERS, 2012, p. 33)

Os do tipo *shooter* são, basicamente, voltados para atirar projéteis em inimigos. Rogers esclarece que o gênero evoluiu, passando a incluir vários subgêneros, distintos pela visão da câmera. São eles:

First person shooter - um *shooter* visto a partir da perspectiva do jogador. (...)

Shot' em ups - os *shot' em ups* (ou shmups) são *shooters* em estilo arcade, nos quais os jogadores atiram em grandes quantidades de inimigos enquanto evitam perigos. O avatar do jogador em um shmups geralmente é um veículo (como uma espaçonave) em vez de um personagem. Eles podem ser apresentados com diferentes ângulos de câmera. (...)

Third person shooter (TPS) - um *shooter* em que a câmera é colocada um pouco por trás do jogador, permitindo visão parcial ou total do personagem e seu entorno. Apesar do campo de visão maior, a ênfase do gameplay permanece no tiro. (...) (ROGERS, 2012, p. 33)

Com relação ao gênero *adventure*, a ênfase é na resolução de quebra-cabeças, coleta de itens e gerenciamento de inventário. Dividem-se em:

Adventure gráfico - (...) tem jogadores que usam mouse ou cursor para clicar e revelar pistas e navegar pelo ambiente. (...)

Role-playing game (RPG) - esse subgênero é baseado em jogos de interpretação de papéis como *Dungeons and Dragons*. Os jogadores escolhem uma classe de personagem e incrementam suas habilidades estatísticas em combate, exploração e busca por tesouros. Os personagens podem tanto ser de classes genéricas quanto específicas. (...)

Massively multiplayer online role-playing game (MMORPG) - um RPG que pode manter centenas de jogadores juntos em um ambiente. MMORPGs são conhecidos pelo seu gameplay baseado em lutas jogador versus jogador, gameplay repetitivo ou “trabalho monótono” e batalhas em grupo ou “ataques surpresa”. (...)

Sobrevivência/terror - Os jogadores tentam sobreviver em um cenário de terror com recursos limitados, como munição escassa. (...) (ROGERS, 2012, p. 34)

No que se refere à construção e gerenciamento, Rogers indica que os jogadores constroem e expandem uma locação com recursos limitados. Já a simulação de vida é considerada um similar do gerenciamento, mas neste caso molda-se à construção e ao desenvolvimento de relacionamentos com formas de vida artificiais. Os jogos de simulação de vida têm como subgênero os de bichos de estimação, com criação de animais por meio de alimentação e relacionamentos. (ROGERS, 2012).

Rogers (2012) conceitua os jogos do gênero música/ritmo como sendo aqueles nos quais o jogador tenta acertar o ritmo ou uma batida para fazer pontos. Os de festa se baseiam em jogos competitivos e são projetados para múltiplos jogadores. No que diz respeito aos quebra-cabeças, visam à lógica e completar padrões, podendo ser lentos, metódicos ou usar coordenação mãos/olhos.

Ainda sobre os gêneros, os de esportes tratam de competições atléticas tradicionais ou radicais. Tem como subgênero gerenciamento de esporte, por meio do qual os jogadores devem gerenciar atletas ou clubes. Os de estratégia possuem o raciocínio e o planejamento como premissas, acontecendo em ambientes históricos ou fictícios. Tem como subgêneros:

Real time strategy (RTS) - similar aos jogos baseados em turnos, esses jogos em ritmo acelerado focam nos “quatro x’s: expansão, exploração, extração e extermínio”. O RTS se tornou o subgênero de estratégia dominante. (...)

Baseado em turnos - o ritmo mais lento desses jogos permite aos jogadores tempo para pensar, dando mais oportunidade para tramar a estratégia a ser empregada. (...)

Defesa de torre - um gênero relativamente novo em computadores e portáteis, no qual os jogadores criam “torres” atiradoras automatizadas que mantém os inimigos longe. (...) (ROGERS, 2012, p. 35)

Por fim, Rogers traz as definições para jogos do gênero simulação de veículos, nos quais os jogadores simulam a pilotagem ou direção de um veículo, que pode ser um carro esporte, um caminhão ou uma espaçonave. Segundo o autor, a ênfase é o realismo. Subdividem-se em

Corrida - os jogadores correm com veículos e os aprimoram, desde motocicletas até hovercrafts. Jogos de corrida podem ser experiências ultrarrealistas ou mais orientadas à ação. (...)

Voo - jogadores pilotam aeronaves seja pelo prazer de voar, como no jogo Microsoft Flight Simulator, ou pelo combate, como vistos nos jogos Ace Combat e na série Blazing Angels. (...) (ROGERS, 2012, 35)

Complementando a conceituação de Rogers quanto aos gêneros dos jogos, Lopes (2010) apresenta uma classificação que inclui, além da de gênero - similar a de Rogers - outras três: dimensionalidade, ponto de vista e número de jogadores. Sobre a dimensionalidade, Lopes explica que o critério observa o número de dimensões pelas quais o jogo se expressa, utilizando como parâmetro “o número de coordenadas usadas para representar a posição de cada objeto ou entidade no mundo virtual do jogo” (2010, p. 8). Assim, há jogos do tipo 2D, nos quais a representação se utiliza de duas dimensões e o mundo virtual é um plano; e jogos 3D, com representação tridimensional, com o espaço como mundo virtual. (LOPES, 2010).

Quanto ao ponto de vista, o autor observa que consiste na “perspectiva através da qual a apresentação gráfica do jogo é vista pelo jogador, com relação ao personagem por ele controlado”. Há os jogos em “Primeira Pessoa”, com o jogador observando a partida do ponto de vista do próprio personagem que ele controla. E os em “Terceira Pessoa”, no qual o ponto de vista do jogador é diferente de seu personagem. Lopes avalia que há uma maior identificação do jogador, assim como um “sentimento de imersão” nos do primeiro tipo. Apesar disso, ressalta que os em “Terceira Pessoa” “abrem caminho para o design de personagens com personalidade marcante e nem sempre tão 'bonzinhos’”. (2012, p. 11).

Finalmente, quanto ao número de jogadores, o critério visa observar “o número máximo possível de jogadores simultâneos em uma partida do jogo”. Lopes atribui o surgimento dos jogos com mais de um jogador à popularização da conectividade. Neste sentido, há os Single Player, com apenas um jogador participando da partida; o multiplayer, com até dezenas de jogadores participando da partida, o que pode acontecer, de acordo com Lopes, de forma cooperativa ou competitiva; o Massive Multiplayer. Neste último, podem estar jogando simultaneamente centenas de jogadores.

A maioria dos *newsgames* analisados nesta pesquisa pode ser classificada como da categoria de jogos sérios. Eles trazem elementos de um ou mais dos

gêneros elencados por Rogers, assim como características que os relacionam aos critérios de Lopes. No quadro apresentado no capítulo de análise são reunidos os *newsgames* e detalhados a temática, os desenvolvedores, o local de publicação, bem como as classificações aqui reunidas.

Com relação ao HUD, sigla que significa heads-up display, Rogers (2012, p. 191) aponta que ele “se refere a qualquer elemento visual que comunique informação ao jogador”. É considerado um instrumento para transmitir informações ao jogador ou orientá-lo quanto ao seu desenvolvimento no jogo. Entre os elencados como habitualmente presentes em uma tela de videogame estão: a barra de saúde, a mira, indicador de munição, o inventário, placar, radar ou mapa, além de sinais sensíveis ao contexto.

Na observação dos *newsgames* integrantes do corpus da análise, percebe-se a adoção de um padrão familiar ao jogador na escolha do HUDs. Em *Rihanna's Revenge*, por exemplo, são usados barra de saúde, placar, um termômetro que funciona como indicador de munição - no caso - um golpe específico, denominado *uppercut*. (figura 17)

Figura 17- HUDs no *newsgame* *Rihanna's Revenge*



Fonte: Print do autor

Já no *newsgame* *O Combate do Barro Vermelho*, do jornal Zero Hora, de Porto Alegre (RS), que trata da Revolução Farroupilha, o mapa indica o avanço dos exércitos em conflito e, também, dos recursos disponíveis para o jogador (figura 18).

Figura 18 - Mapa e recursos no *newsgame* *O Combate do Barro Vermelho*



Fonte: Print do autor

Merece destaque os sinais sensíveis ao contexto. Este tipo de elemento pode ser tanto um ícone quanto um texto que poderão aparecer quando o jogador se aproxima de um objeto ou personagem com o qual interage. Rogers indica ainda a necessidade de projetar ícones que façam o jogador reconhecer facilmente sua função e, também, tenham um design simples, atendendo a uma hierarquia em relação à sua importância no jogo. (ROGERS, 2012)

4.6 Síntese do modelo de análise

Mesmo com Shell (2011) tendo surgido neste capítulo após todas as definições de narrativas interativas, brinquedos e jogos, é justamente a observação do percurso notícia > *newsgame* e o que ele gerou - que torna necessária sua utilização na análise inicial.

4.6.1 Sobre os itens do modelo

A primeira etapa de análise teve como objetivo verificar os aspectos da notícia relacionados a cada um dos itens da tétrede de Shell, compreendendo a migração do fato para o jogo. A mecânica é o que define o jogo em si. “A mecânica descreve o objetivo do jogo, como os jogadores podem ou não alcançá-lo e o que acontece quando tentam” (SCHELL, 2011, p. 41). A sequência de eventos que se desdobram no jogo - linear e previamente determinada (fechada) ou ramificada e emergente (aberta) - forma o segundo elemento da tétrede: a narrativa. A estética consiste na aparência, nos sons, cheiros, sabores e sensações do seu jogo. É um aspecto essencial no design de jogos por estar relacionada diretamente com a

experiência do jogador. Por fim, é a tecnologia - compreendida por Schell como quaisquer materiais ou interações que tornem o jogo possível - que permite ou não as ações dentro do artefato.

Na observação dos *newsgames*, a compreensão de como cada um dos elementos da tétrede está vinculado à jogabilidade e à experiência do jogador é ampliada pelo uso de lentes, recurso apresentado por Schell quando discorre sobre game design. O autor estabelece para a Estética um conjunto de 27 lentes, usadas habitualmente para a análise da mecânica de um jogo. A Estética é percebida não apenas nos aspectos visuais, mas também em elementos sonoros, sons, sensações. No tocante ao material de pesquisa, foram usadas três delas, apresentadas a seguir:

_ Imaginação: partindo do pressuposto de que jogos são estruturas simples que geram modelos mentais no jogador (Schell, 2011, p. 199), a lente da imaginação considera a necessidade de estabelecer um equilíbrio entre os elementos de conexão com a realidade e os de imaginação. Ou seja, oferecer elementos para melhorar o entendimento do jogo, definindo quando usar detalhes realistas e de alta qualidade, quando eles podem ser supridos pela imaginação do jogador, quais inspiram a imaginação e quais a inibem.

_ Beleza: trata especificamente da estética da experiência de entretenimento. Quanto mais bela, mais prazer provoca e mais atraente se torna. Neste sentido, são consideradas desde os elementos que compõe o jogo - como eles podem ser mais belos ou interessantes, a forma como esses elementos são compostos para que, combinados, ofereça uma experiência de beleza e, finalmente, o que esta significa no contexto do jogo. (p. 255)

_ Transparência: tem relação com o quanto a interface permite que o jogador fique imerso no mundo do jogo. Se ela permite facilmente a interação, se é simples, intuitiva, se funciona bem em todas as ocasiões, se possui algo que possa confundir os jogadores. (p. 227)

Com relação à mecânica, as lentes selecionadas são:

_ Estado Dinâmico: diz respeito aos objetos do jogo e seus atributos, como personagens, acessórios, fichas, placares, “qualquer coisa que possa ser vista ou manipulada” (Schell, 2011, p. 136) no jogo está incluída nesta categoria.

Relaciona-se, ainda, ao processo de tomar decisões com base em informações que são dadas e quem tem acesso a elas.

_ Emergência: compreende as formas como os jogadores podem alcançar seus objetivos, o número de sujeitos que os jogadores controlam, aspectos do jogo que mudam de acordo com as ações operacionais (ações básicas que o jogador pode tomar) e as ações resultantes que surgem durante uma partida. As ações resultantes “só são significativas no quadro mais amplo do jogo - elas têm a ver com a maneira como o jogador usa ações operacionais para alcançar um objetivo”. (Schell, 2011, p. 140-143);

_ Ação: o que os jogadores podem ou não fazer dentro do jogo. Quais são as ações operacionais, quais as resultantes, quais são as ações possíveis dentro do jogo. (p. 144)

A escolha dessas lentes deve-se, principalmente, pela necessidade de detalhar a mecânica utilizada nos *newsgames* estudados, permitindo um mapeamento de quais características estão presentes nos que apresentam melhor jogabilidade.

Sobre a narrativa da tétrede de Schell, duas lentes são utilizadas, tendo em vista as características dos *newsgames*. A primeira delas é justamente a Lente da Narrativa. Ela traz diretrizes a serem consideradas na elaboração de um jogo: se ele realmente precisa de uma história, se os jogadores se interessariam por essa história, como ela sustenta as demais partes da tétrede, como os outros elementos colaboram com a história e de que forma a história pode ser aprimorada. (Shell, 2011, p. 281). A segunda é a Lente da Liberdade. Trata especificamente da sensação de liberdade na interação e no controle do jogo. Ela está vinculada ao que Schell chama de conflito entre a narrativa e a jogabilidade.

A coisa maravilhosa sobre jogos e experiências interativas é a sensação de liberdade que o jogador tem - essa liberdade dá aos jogadores a sensação maravilhosa de controle, e torna mais fácil que eles lancem a imaginação em direção ao mundo que você criou. (Schell, 2011, p. 284)

Ao observar um jogo sob a lente da Liberdade, é preciso verificar se os jogadores têm liberdade de ação e se eles se sentem livres neste momento. Se nos momentos em que estão limitados, eles se percebem assim; em quais lugares eles

sentem-se mais livres e, também, se há momentos em que estão sobrecarregados pelo excesso de liberdade.

Quando aborda o elemento Tecnologia de sua téttrade, Schell (p. 405) a classifica entre duas vertentes: as tecnologias essenciais e as decorativas. As essenciais são as que tornam um novo tipo de experiência possível. As decorativas aprimoram as experiências existentes. A lente selecionada para este elemento é a própria Tecnologia. Nela são elencadas como questões primordiais o quanto as tecnologias ajudarão a fornecer a experiência do jogo; se são utilizadas de maneira essencial ou decorativa; se deve ser utilizada, é interessante ou é “revolucionária”, no sentido de ser inovadora.

No quadro 6 está apresentada a primeira etapa do mapa de análise, partindo da experiência - o jogo em si - e detalhando os elementos da Téttrade de Shell e as lentes utilizadas no processo. Serve como base para a identificação do que, na notícia geradora do *newsgame*, foi transformado em um dos elementos da téttrade e qual permitiu um melhor balanceamento entre notícia e jogo.

Quadro 6 - Primeira etapa do esquema de análise

Experiência (<i>newsgame</i>)			
Notícia			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Imaginação	Estado Dinâmico	Narrativa	Essencial
Beleza	Emergência	Liberdade	Decorativa
Transparência	Ação		
Síntese do percurso notícia > <i>newsgame</i>			

Fonte: Criação do autor

4.6.1.1 Atributos dos jogos, de brinquedos e de narrativas interativas

Entre os pontos observados que motivaram a realização desta pesquisa, está a necessidade de identificar porque determinados *newsgames*, apesar da nomenclatura adotada, terem uma aproximação maior de outros tipos de interação, quando se trata da imersão na experiência. Se as lentes de Schell permitiram observar o percurso notícia > *newsgame* e o qual elemento dessa notícia vincula-se aos da téttrade, explorar os conceitos de jogo, brinquedo e narrativa interativa, complementam o esquema de análise, destacando que nem tudo o que é apresentado como *newsgame* pode ser considerado como tal.

Apresentamos no quadro 7 as definições de narrativa interativa, brinquedo e jogo, baseados nos autores apresentados na fundamentação teórica desta pesquisa.

Quadro 7 - Segunda etapa do esquema de análise

Experiência (<i>newsgame</i>)		
Elementos característicos		
Narrativa interativa ou com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
<p>Permite ao usuário interagir ao longo da narrativa apresentada - interação reativa (Primo)</p> <p>Integração sincrônica e unitária de conteúdos expressos em diversos códigos, principalmente mediante textos, sons e imagens (Salaverria)</p> <p>Imersão, interatividade, narratividade (Packer)</p>	<p>É uma ação voluntária (Vygotsky)</p> <p>O usuário interage/ move objetos (Kishimoto)</p> <p>Tem atividade lúdica, fora da vida comum (Santos)</p>	<p>Envolve atividade voluntária, limitada no tempo e espaço, com regras, objetivos e diferente da vida cotidiana (Huizinga)</p> <p>Envolve jogadores em um conflito artificial, com regras e resultado quantificável (Salen e Zimmermann)</p> <p>Permite solucionar problemas de forma lúdica (Schell)</p> <p>Consiste em uma interação lúdica livre, incerta, com regras e fora da vida real (Callois)</p> <p>Apresenta uma representação subjetiva da realidade, tem interação lúdica significativa, conflito, objetivos e obstáculos, com participação ativa do jogador, que pode modificar a realidade apresentada, fora da vida real (Crawford)</p> <p>É um sistema de controle voluntário, onde há competição entre forças e regras que induzem a um desequilíbrio (Avedon e Sutton-Smith)</p> <p>Uma atividade, que envolve decisões, em objetivos, regras e adversários em um contexto limitador (Abt)</p> <p>Uma atividade que envolve regras, esforço voluntário e obstáculos (Suits)</p> <p>Sistema formal, com objetivos, regras, competição e situação vencedora (Parllet)</p> <p>Consiste em uma forma de arte, com objetivos e jogadores tomando decisões e gerenciando recursos (Costikyan)</p> <p>Um sistema formal baseado em regras, com resultados variáveis e quantificáveis, onde para resultados diferentes são atribuídos valores diferentes, onde o jogador exerce esforço para influenciar o resultado, o jogador se sente emocionalmente ligado ao resultado e as consequências da atividade são opcionais e negociáveis (JUUL, 2005, p. 6-7)</p>
Síntese		

Fonte: Criação do autor, baseado em modelo de Carvalho (2014) e Salen e Zimmermann (2004)

As duas etapas de análise nos permitiram aprofundar o que deveria ser o cerne de um *newsgame*: o balanceamento entre notícia e jogo, de maneira a obter dados que ajudem a compor um mapa de estilos que facilite a idealização e a produção desse tipo de artefato digital em meio aos constantes avanços tecnológicos e consequentes mudanças do perfil do público consumidor de notícias, sejam elas na web ou por meio de aplicativos. Abaixo, quadro com mapeamento construído a partir de dados obtidos no diretório Newsgamesvault, que serviu como base para a seleção dos 16 *newsgames* a serem analisados no próximo capítulo.

Quadro 8 - Lista de *newsgames* reunidos no diretório Newsgamesvault

Estados Unidos >> 24 Títulos >> de 2001 a 2014

Nome do Jogo	Ano	Temática	Gênero
1. Super Mario BP Oil Spill	2010	Vazamento de óleo	Ação
2. Whack-Osama	2001	Osama Bin Laden - guerra ao terror	Habilidade
3. Dick Cheney's Texas Takedown	2006	Incidente com o vice-presidente Dick Cheney's	Tiro, Corrida, Ação
4. Rihanna's Revenge	2009	Agressão de Chris Brown à cantora Rihanna	Esporte, Boxe
5. 1000 Days of Syria	2014	Conflito civil na Síria	Educação, Quiz/
6. Can You Spot the Threats?	2002	Terrorismo	Habilidade
7. The Suicide Bomber Game	2002	Terrorismo	Ação
8. Debt Ski	2009	Educação financeira	Educação, Jogo de Corridas
9. Raid Gaza!	2008	Ataques à Gaza	Estratégia em Tempo Real
10. Papers, Please	2013	Imigração	Quebra-Cabeças / Aventura
11. Police Brutality	2008	Episódio em universidade americana - estudante negro é afastado de senador	Jogo Sério / Simulação
12. Windfall	2009	Construção de parques eólicos para produção de energia limpa	Simulação / Educacional / Estratégia
13. ICED - I Can End Deportation	2008	Imigrantes e deportação	Simulação / Jogo Sério
14. The Republia Times	2013	Mídia e poder político	Simulação
15. Points of Entry	2007	Políticas de imigração pós 2007	Educacional / Simulação
16. Food Import Folly	2007	Importação de alimentos	Educacional / Simulação
17. The Redistricting Game	2007	Redistribuição política nos EUA	Educacional / Político
18. Bacteria Salad	2006	Agronegócio e segurança alimentar	Educacional / Simulação
19. Activism	2004	Políticas Públicas	Educacional / Simulação / Político
20. Take Back Illinois	2004	Eleições estaduais de 2004 nos EUA	Educacional / Simulação / Político
21. KumaWar	2004	Conflitos do mundo real retirados de notícias	Ação / Guerra / Primeira Pessoa / Histórico
22. Killer Flu	2009	Gripe suína	Educacional / Simulação
23. Kerryopoly	2004	Eleições nos EUA	Político / Simulação
24. HeartSaver	2013	Taxas de sobrevivência de ataques cardíacos em NYC	Simulação

Brasil >> 20 Títulos >> de 2007 a 2014

Nome do Jogo	Ano	Temática	Gênero
1. Ataque às Mulheres	2014	Abusos no metrô de São Paulo	Simulação
2. Spy of Us	2014	Espionagem governamental	Político
3. Crazy Carli	2008	Pe. Carli, balonista	Simulação / Tiro
4. A Cobra Vai Fumar	2009	Participação dos brasileiros na Segunda Guerra Mundial	Simulação
5. De Volta a 1964 - Sua Vida em Tempos de Ditadura	2014	Ditadura brasileira em 1964	Político / Educacional / Simulação
6. SP Trunfo	2012	Campanha política	Jogo de cartas / Político
7. ApocalipCity	2012	Caos nas cidades	Simulação e estratégia
8. Mano a Mano	2014		Cartas
9. O Mundo da Copa	2014	Copa do Mundo de 2014	Quiz
10. Como Funciona a Bateria da Grande Rio	2011	Funcionamento de uma bateria no carnaval	Infográfico interativo
11. Corrida Eleitoral	2010	Eleições de 2010	Corrida
12. Desafio dos Craques	2009	Campeonato brasileiro de futebol de 2009	Infográfico interativo
13. Sovietes: o quebra-cabeça vermelho	2007	Guerra Fria	Quebra-cabeças
14. O Combate de Barro Vermelho	2011	Batalha Farroupilha	Guerra, Estratégia
15. CSI - Ciência Contra o Crime	2008	Ciência Criminal	Simulação
16. Supercrise	2011	Crise mundial	Simulação, cartas
17. Missão Bioma	2011	Defesa ambiental	Teste de conhecimentos e game de tabuleiro
18. Filosofighters	2011	Ideias de filósofos	Luta
19. Jogo da Máfia	2009	Globalização da máfia	Estratégia
20. Fuga da Vila Cruzeiro	2010	Fuga de traficantes da Vila Cruzeiro, na Penha, Zona Norte do Rio de Janeiro	Tiro

Inglaterra >> 15 Títulos >> de 2006 a 2013

Nome do Jogo	Ano	Temática	Gênero
1. The Rhino Wars: Army Versus Poachers	2012	Combate às caçadas de rinocerontes na África do Sul	Simulação / Tiro
2. Sock and Awe	2008	Jornalista iraniano atira sapato em Bush durante conferência de imprensa	Tiro ao alvo / Simulação
3. Moral Kombat: Obama versus Romney	2012	Debate entre Obama e Romney	Simulação / Habilidade (não está mais disponível)
4. Glow Racer	2012	Estradas inteligentes	Arcade 2d / Retrô
5. CFBDSIR2149 Was Alone	2012	Avanço da SpaceX e descoberta de planeta nômade	Único jogador / Simulação
6. Climate Defense	2013	Aquecimento global	Único jogador / Defesa / Simulação
7. Climate Challenge	2006	Baseado em dados reais de mudança climática e políticas de redução da emissão de CO2	Estratégia estilo sandbox / Para um jogador
8. Could You Be a Medalist?	2012	Olimpíadas de 2012	Corrida / Obstáculos / Retrô
9. The End	2011	Jogo sobre pontos de vista sobre morte, crença e ciência	Estratégia
10. Cow Crusher	2013	Produção de alimentos em larga escala. Mistura de carne de cavalo na produção de carne	Denúncia (não mais disponível)
11. Sweatshop	2011	Trabalhadores da indústria de moda rápida	Denúncia / Educacional
12. I Heart Shark Cat!	2013	Inspirado em um vídeo publicado no youtube	Point and click
13. Endgame: Syria	2012	Conflitos na Síria	Jogo de cartas
14. NarcoGuerra	2013	Guerra contra o cartel de drogas no México	Estratégia / Educacional / Multiplayer (tem essa opção)
15. Spent	2011	Falta de moradia, emprego, pobreza	Simulação/ quiz

Itália >> 7 Títulos >> de 2006 a 2012

Nome do Jogo	Ano	Temática	Gênero
1. Hothead Zidane	2006	Cabeçada de Zidane	Simulação
2. Unmanned	2012	Conflitos dos soldados	Jogo de guerra / Simulação
3. Memory Reloaded: The Downfall	2010	Manipulação da informação pelos meios de comunicação de massa	Jogo de memória Quebra cabeças
4. Operation: Pedopriest	2007	Baseado nos casos de abuso sexual na Igreja Católica	Denúncia
5. Oiligarchy	2008	Consequências da exploração de petróleo	Educacional / Denúncia
6. McDonald's Video Game	2006	Bastidores da indústria do McDonald's	Educacional / Paródia
7. Phone Story	2011	Denúncias sobre o processo de produção do iphone	Sátira / Denúncia / Minijogo

França >> 4 Títulos >> de 2012 a 2014

Nome do Jogo	Ano	Temática	Gênero
1. Rebuilding Haiti	2014	Terremoto no Haiti - reconstrução	Narrativa interativa
2. Jeu D'influences	2014	Consultores de imagem/crise na mídia	Educacional
3. Primaires à Gauche: Soyez Candidat	2012	Eleições presidenciais de 2012 na França	Político
4. Municipaly	2014	Detalhes sobre as cidades francesas	Educacional

Uruguai >> 4 Títulos >> de 2002 a 2008

Nome do Jogo	Ano	Temática	Gênero
1. Kabul Kaboom!	2001	Ajuda humanitária na guerra do Afeganistão	Político
2. Debate Night	2008	Debate entre McCain e Obama em 2008	Político / Tiro
3. Madrid	2004	Atentado em Madri	Point-and-click
4. September 12th	2003	Guerra ao terror pós 11 de setembro	Tiro

Países com produção de até 2 Títulos >> de 2006 a 2014

País	Nome do Jogo	Ano	Temática	Gênero
Austrália	1. The Slaying of Sandy Hook Elementary	2013	Baseado no tiroteio em Sandy Hook Elementary, perpetrado por Adam Lanza	Tiro
	2. Harpooned	2008	Indústria baleeira japonesa	Ação / Educacional/

				Atirador
Escócia	1. Luis Suarez is Biteman	2014	Mordida de Luis Suarez na Copa de 2014	Pac-man
	2. Wikileaks: The Video Game	2010	Vazamento de informações para os wikileaks	Desafio
Áustria	1. Data Dealer	2013	Ecossistema de dados pessoais na internet	Simulação / Espionagem
Canadá	1. Trou Story	2011	História das indústrias das minas e seus abusos	Documentário interativo com mecânica de videogame
Chile	1. Los 33	2010	Grupo de mineiros presos após uma explosão em uma mina chilena	Simulação/Estratégia
Dinamarca	1. 3rd World Farmer	2006	Dificuldades da agricultura em um país pobre	Simulação / Negócios
Alemanha	1. Prism - The Game	2013	Projeto Prism, dos Estados Unidos, para o monitoramento de dados na internet	Estratégia/ Simulação
Índia	1. Snowden Saga - Escape from Den of Iniquity	2013	Edward Snowden, ex-agente de serviço secreto condenado por um crime que não cometeu	Run temple / Ação
Japão	1. Game Dev Story	2011	Desenvolvimento de videogames	Simulação

Fonte: Criação do autor

A proposta de analisar os *newsgames* está vinculada, como dissemos no início do capítulo, à necessidade de mapear quais aspectos da notícia serviram de base para o jogo em análise.

5 O PERCURSO DA NOTÍCIA

O principal objetivo foi identificar quais aspectos da notícia ou da informação se transformou em um dos elementos da téttrade, fortalecendo a proposta de elaborar um painel que, a partir da observação dos elementos mais frequentes nos jogos analisados, permita produzir um *newsgame* com uma estrutura equilibrada entre notícia e jogo. Cada um dos artefatos analisados traz uma ficha inicial que inclui seu ano de lançamento, o gênero, plataforma e o modo de jogo, contextualizando seu perfil. Os *newsgames* selecionados para a pesquisa estão agrupados no quadro abaixo.

Quadro 9 - Lista de *newsgames* selecionados para a pesquisa

País	Nome do Jogo	Ano	Temática	Gênero
EUA	1. Whack-Osama	2001	Osama Bin Laden - guerra ao terror	Habilidade
Uruguai	2. Kabul Kaboom!	2001	Ajuda humanitária na guerra do Afeganistão	Político/ Habilidade
EUA	3. The Suicide Bomber Game	2002	Terrorismo	Habilidade
EUA	4. Can You Spot the Threats?	2002	Terrorismo	Ação
Uruguai	5. September 12th	2003	Guerra ao terror pós 11 de setembro	Tiro
Uruguai	6. Madri	2004	Atentado em Madri	Point-and-click
Dinamarca	7. 3rd World Farmer	2005	Dificuldades da agricultura em um país pobre	Simulação / Negócios
Inglaterra	8. Climate Challenge	2006	Baseado em dados reais de mudança climática e políticas de redução da emissão de CO2	Estratégia estilo sandbox / Para um jogador
Itália	9. Operation: Pedopriest	2007	Baseado nos casos de abuso sexual na Igreja Católica	Denúncia
Uruguai	10. Debate Night	2008	Debate entre McCain e Obama em 2008	Político / Tiro
EUA	11. Rihanna's Revenge	2009	Agressão de Chris Brown à cantora Rihanna	Esporte, Boxe
Brasil	12. Fuga da Vila Cruzeiro	2010	Fuga de traficantes da Vila Cruzeiro, na Penha, Zona Norte do Rio de Janeiro	Tiro
EUA	13. Spent	2011	Falta de moradia, emprego, pobreza	Simulação/ quiz
Inglaterra	14. Could You be a medalist?	2012	Olimpíadas de 2012	Corrida / Obstáculos / Retrô
Dinamarca	15. Data Dealer	2013	Ecosistema de dados pessoais na internet	Simulação / Espionagem
EUA	16. 1000 Days of Syria	2014	Conflito civil na Síria	Educação, Quiz

Fonte: Criação do autor

A lista leva em consideração o país de origem dos desenvolvedores. Assim, mesmo que o *newsgame Madri* tenha sido publicado na versão online do jornal El País, da Espanha, no quadro acima - e tomando por base o diretório citado - ele está indicado como sendo do Uruguai. Na seleção dos artefatos, procuramos mesclar os países, a partir, principalmente, do acesso ao material. Os da revista Superinteressante, por exemplo, foram alvo de várias pesquisas científicas, como podemos observar no capítulo com o estado da arte. Com base nessa observação e no fato da revista ter modificado seu site em 2016 e excluído a seção sobre

newsgames, eles foram retirados da pesquisa. O material de análise segue a ordem cronológica das publicações.

5.1 *Whack-Osama!* (2001)

O *newsgame* foi lançado em 2001 e está disponível no site Newgrounds. Com mais de 300 mil visualizações, tem como temática a guerra ao terror, é do gênero habilidade e usa a figura do líder da Al-Qaeda, Osama Bin Laden, em uma simulação da máquina de acertar patos, encontrada em casas de jogos e fliperamas (figura 19). Após o atentado de 11 de setembro, Bin Laden se tornou alvo não apenas dos Estados Unidos, mas de uma série de jogos. Matéria publicada em outubro de 2001 na Folha de São Paulo (2016) indicava sites como o Newgrounds (com uma coleção de 75 jogos com Osama Bin Laden), Filer e UzinaGaz, os dois últimos com um exemplo de jogo cada. Os dois sites estão desativados.

Figura 19 - Tela inicial do jogo



Fonte: Print do autor

5.1.1 Usando as lentes

A estética é observada pelas lentes da imaginação, transparência e beleza. Quanto à imaginação, pode-se considerar o *newsgame* como uma paródia à perseguição dos Estados Unidos a Osama Bin-Laden e à dificuldade de capturar o terrorista após o atentado de 11 de setembro de 2001. A situação criada - tentar atingir Osama e marcar pontos com isso - pode remeter ao uso de sócias e, também, ao fato dele ter se escondido nas montanhas de Tora Bora, no nordeste do Afeganistão (BRASIL EL PAÍS, 2016).

O *newsgame* é feito em ilustração 2D, com HUDs que reproduzem os elementos da máquina representada, indicando onde clicar para começar, tempo gasto, pontuação e quando começar a jogar novamente (figura 20) com poucos elementos detalhados. O líder terrorista aparece como um recorte fotográfico.

Figura 20 - Bin Laden é representado por um recorte fotográfico

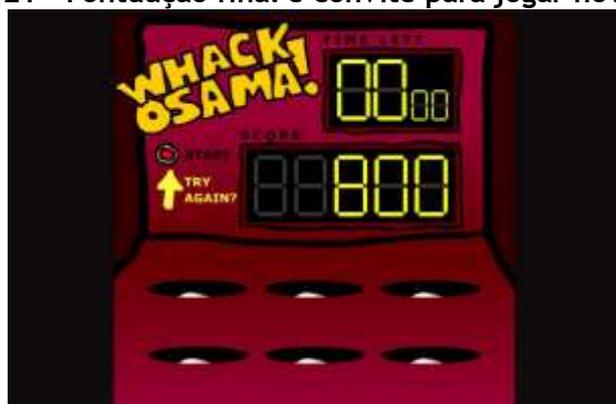


Fonte: Print do autor

A proposta de Whack Osama! é simples: acertar o maior número de vezes possíveis no terrorista quando ele aparece. Isso implica em simplificar a representação da máquina com traços e cores que reduzem seu formato ao mínimo necessário para a compreensão do jogador. Mesmo assim, o jogador consegue imergir na experiência e saber o que fazer. Quanto à lente da beleza, os sons favorecem a sensação de estar em uma loja de jogos, mas após algum tempo podem se tornar incômodos porque desligam. O padrão cromático é composto por uma paleta de cores quentes vermelho, rosa, laranja e amarelo, que assumem a função de dar uma sensação de volume à máquina e destacar o nome do jogo e o placar. O estilo é cartunesco.

A interface é clara e conduz o jogador ao mundo do jogo. Por ser uma reprodução de uma máquina existente, o jogador já sabe o que fazer. A interação é feita com o mouse. Ao clicar no botão de iniciar, o tempo - 30 segundos - e a pontuação aparecem nos HUDs correspondentes (figura 21). A exatidão dos golpes é falha, há pouco controle sobre onde acertar Osama para poder marcar pontos. Quando o jogador acerta, há um *feedback* sonoro.

Figura 21 - Pontuação final e convite para jogar novamente



Fonte: Print do autor

A mecânica de *Whack-Osama* oferece, quanto ao estado dinâmico, HUDs que irão influenciar no processo de interação do jogador com o *newsgame*, compreendendo tanto o placar, a pontuação, o botão para iniciar ou recomeçar a jogar e os personagens que surgem durante a partida. De início os Osamas aparecem lentamente, depois rapidamente, aumentando o ritmo para o jogador.

A lente da emergência não é considerada. Mesmo que o usuário não interaja com o artefato, o ritmo irá aumentar. Também não há bônus no tempo, nem pontuações extras. As ações operacionais - clicar e começar o jogo, tentar acertar Osama com o mouse - não implicam em outros resultados no quadro mais amplo do jogo. Sobre a lente da ação, as operacionais consistem em iniciar o jogo, acertar em Osama durante 30 segundos, reiniciar o jogo. São as únicas ações possíveis dentro do jogo.

A narrativa está embutida no artefato de uma forma muito leve - não há uma história sendo usada para sustentar os demais elementos de *Whack-Osama*. No entanto, a mecânica usada, bem como a estética, parece pretender traçar um paralelo entre o jogo com a realidade da fuga de Obama para um esconderijo na montanha. A relação do artefato com a lente da liberdade é clara: o jogador deve acertar o alvo quantas vezes conseguir, alcançando um ritmo que influencie no resultado. A lente da tecnologia novamente traz o Adobe Flash Player como *engine*. Ela contribui para a experiência do jogo, mas como era usual adotá-la quando o *newsgame* foi criado, não tem um elo direto com a notícia do desaparecimento de Osama, constituindo-se na do tipo decorativo. Ou seja, apenas aprimora algo existente, sem ser inovadora. No quadro abaixo, a síntese do percurso notícia > *newsgame*.

Quadro 10 - Estética e mecânica favorecem imersão e dão *feedback* ao jogador

Whack-Osama			
Perseguição a Osama Bin-Laden			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
É usada de forma a reduzir a máquina às suas linhas essenciais. Tem padrão cromático composto por cores quentes. Sons remetem ao tipo de máquina e também dão <i>feedback</i> sonoro ao jogador.	Favorece a imersão ao permitir o aumento do ritmo do jogo, fazendo com que o usuário envolva-se para atingir o objetivo. Há pouco domínio sobre em que parte deve-se acertar no alvo para obter pontos	Pouco explorada, parece fazer alusão à fuga de Osama para as montanhas. Depende de repertório do jogador, caso ele queira fazer esta associação	Adobe Flash Player, comum à época de lançamento do jogo. É meramente decorativa, não oferecendo inovação sobre o modo de jogar
Síntese do percurso: A notícia da fuga de Obama se transforma na mecânica do jogo: a tentativa de acertar o líder da Al-Qaeda seja lá de onde ele surgir. Estética colabora com a reprodução da máquina.			

Fonte: Criação do autor

5.1.2 Guerra em jogo

Após jogar *Whack-Osama*, é possível relacioná-lo às características de um jogo: tem objetivo claro, é uma atividade fora da vida comum, é um sistema baseado em regras. Também possui o que Juul considera inerente ao modelo de jogo: esforço e envolvimento emocional do jogador, resultados variáveis, que podem ser quantificados e aos quais são atribuídos valores, assim como as consequências da atividade, negociáveis. Isto porque o jogador pode deixar o tempo correr e simplesmente não acertar o alvo, ou só acertá-lo a partir do tempo que achar mais conveniente ou emocionante.

Quadro 11 - Indefinição de regras e objetivos aproximam *newsgame* do tipo jogo

Whack-Osama		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
Possui interação por meio do mouse	Tem ação voluntária e fora da vida real. Jogador pode clicar em botão de iniciar ou nos personagens	Tem regras e desafios, balanceamento, tempo determinado e resultado quantificável. É também uma atividade voluntária, fora da vida comum e exige esforço do jogador, provocando envolvimento emocional na busca por melhores resultados.
Newsgame do tipo jogo		

Fonte: Criação do autor

5.2 *Kabul Kaboom!* (2001)

O *newsgame* *Kabul Kaboom!* é uma produção do game designer uruguaio Gonzalo Frasca. No site Purposeful Games for Social Change (2015), que reúne

jogos sérios coletados pelo MIT Game Lab, o *newsgame* é descrito como um jogo sério, no qual o jogador deve controlar uma mulher para coletar hambúrgueres e desviar de bombas, denunciando o paradoxo dos Estados Unidos durante a guerra contra o Afeganistão, quando deixava cair bombas e alimentos ao mesmo tempo. Gonzalo Frasca (LUDOLOGY, 2014) explica, em seu site, que produziu o jogo como forma de lidar com o próprio medo durante uma viagem de avião pela costa dos Estados Unidos, logo após os atentados de 11 de setembro.

Frasca contextualiza a produção ao afirmar que o atentado provocou o desenvolvimento de uma série de jogos online como forma de expressão. Vários desses jogos eram contra Osama Bin-Laden. Neste sentido, decidiu se concentrar em outro evento, a ajuda supostamente humanitária dos Estados Unidos que acontecia em paralelo à investida do país ao Afeganistão, aspecto destacado na tela inicial do *newsgame* (figura 22). Alguns dias após Frasca ter postado o jogo, ele obteve milhares de acessos em todo o mundo. “Isso me encorajou a continuar usando videogames como uma forma de expressão política e experimentação” (LUDOLOGY, 2014).

Figura 22 - Tela inicial de Kabul Kaboom!



Fonte: Print do autor

5.2.1 Usando as lentes

O jogo simula o bombardeio com o uso de uma tela cuja imagem reproduzida lembra a de uma câmera de visão noturna. Estas câmeras foram largamente utilizadas na Guerra do Golfo, apresentando registros do céu de Bagdá durante os bombardeios americanos em 1991 (figura 23).

Figura 23 - Visão noturna da Guerra do Golfo



Fonte: PLANO BRAZIL (2015)

Outro ponto que merece destaque em relação à estética, aspecto citado quando da análise do jogo em diversas publicações científicas, é a inspiração da personagem feminina do jogo no painel Guernica, de Picasso (figura 24).

Figura 24 - Personagem deve coletar comida e desviar das bombas



Fonte: Print do autor

A lente da imaginação, portanto, contribui para compor um quadro no qual existe proximidade com a realidade, ao mesmo tempo no qual se insere uma personagem em 2D e descolorida. A tela inicial tem fundo escuro, com o nome do jogo em azul e vermelho simulando um efeito de explosão. As letras em verde lembram os monitores antigos, de fósforo verde, com uma tipografia que remete às usadas em instrumentos de navegação e em jogos de 8 bits. Semelhante a outros jogos online, a tela de *Kabul Kaboom!* não ocupa todo o monitor, ficando reduzida

a um pequeno quadrado no alto da página. O entorno é escuro, destacando a tela do *newsgame*. A experiência estética é reforçada pelo som de bombas caindo e, quando a mulher é atingida e surge a tela final do jogo, o som é uma interjeição de prazer em face de algo gostoso de comer.

A lente da beleza é subutilizada, com desenhos toscos, recortes fotográficos e foto em preto e branco na tela final. A tela verde reproduz o céu noturno, com silhuetas de edificações atrás na personagem. A impressão é de despersonalização, poderia ser qualquer cidade bombardeada. Os hambúrgueres, que Frasca chama ironicamente da boa comida americana, é uma forma de vincular-se aos EUA e aos pacotes de comida atirados ao mesmo tempo em que aconteciam os bombardeios. Quando o jogador perde, surge uma tela composta por uma fotografia com homens de costas olhando para uma área destruída. É uma imagem em preto e branco, talvez para aumentar a dramaticidade e o caráter documental do que está sendo visto. A personagem do jogo surge desmembrada, separada da criança que trazia ao colo, em poças de sangue vermelhos desenhados em 2D, sobre o qual está o aviso: o jogo não acabou, jogue novamente (figura 25).

Figura 25 - Tela final de Kabul Kaboom!



Fonte: Print do autor

A lente da Transparência garante uma interface muito intuitiva, na qual o jogador desloca o personagem - uma mãe com o filho no colo - para a esquerda e para direita por meio das teclas direcionais. Ao mesmo tempo no qual se sabe ser impossível ganhar, o usuário interage tentando a coleta e o desvio das bombas. A mecânica incorpora a retórica processual e impede a vitória do jogador. O aviso de que não é possível vencer é dado na tela inicial do *newsgame*. Quando a partida

começa, observa-se por meio da lente do estado dinâmico que só é permitido manipular o único personagem existente por meio das teclas direcionais - esquerda e direita - do teclado. As tentativas de desviar das bombas enquanto recolhe alimentos é vã. Em pouco tempo, a mulher é atingida. Não existem HUDS que indiquem quanta comida foi coletada ou de quantas bombas o usuário desviou, nem tampouco o tempo que conseguiu permanecer na atividade.

Em relação à emergência, não há aspectos que mudem de acordo com as ações do jogador. O usuário pode se deslocar à esquerda ou à direita na tentativa de se alimentar e evitar as bombas. Mesmo que consiga fazer isso por um tempo, acaba sendo atingido e morre. Sobre as ações, as operacionais consistem em coletar e desviar, sendo as resultantes manter-se a salvo para, depois, ser atingido.

Sobre a lente da narrativa, a mensagem de Frasca é chamar a atenção para uma guerra supostamente humanitária. Os bombardeios destroem as cidades, as casas, matam pessoas, sejam eles de bombas ou de alimentos e kits de primeiros socorros. Sempre haverá vítimas e danos colaterais. Quanto à sensação de liberdade, o jogador só consegue se deslocar, tentando desviar das bombas. Estas caem de uma maneira especificamente programada para impedir a vitória, portanto, há uma liberdade extremamente restrita. Com relação à lente da tecnologia, observa-se o uso do Adobe Flash Player na criação, permitindo que o artefato possa ser jogado online, construa a animação, além de permitir a interação e o movimento do usuário durante a partida.

Quadro 12 - Análise percurso da notícia em Kabul Kaboom!

Kabul Kaboom!			
Guerra dos Estados Unidos contra o Afeganistão			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Reforça a imagem de bombardeios em céus noturnos e de jogos 8 bits. Som de bombas contribui para a lente da imaginação. Personagem inspira-se na obra Guernica	Jogo de simulação, com o desafio de coletar comida e desviar das bombas sendo programado para impedir vitória	Apresentada no início do jogo e reforçada pelo caráter da retórica incorporada à mecânica	Uso do Adobe Flash Player, tecnologia do tipo essencial, comum à época
Síntese do percurso: Notícia sobre a forma como os Estados Unidos conduz a ofensiva ao Afeganistão se transforma na mecânica do <i>newsgame</i> , que incorpora obrigatoriamente a derrota			

Fonte: Criação do autor

5.2.2 Retórica processual limita ação: newsgame é um brinquedo

Na análise dos atributos de *Kabul Kaboom!* a retórica processual - mensagem de protesto incorporada ao processo de jogar - do *newsgame* de Gonzalo Frasca, que impede repetidamente a vitória do jogador, contribui para tirar dele o seu caráter de jogo. Há uma única regra - você não vai ganhar - e um único desafio, o de coletar os alimentos e desviar das bombas. Não há balanceamento ou mudança de ritmo. Sendo assim, a aproximação com a categoria brinquedo é maior, por existir uma ação voluntária, lúdica e fora da vida comum, além da interação com objetos, no caso, a única personagem. A iniciativa de estimular a reflexão sobre a ofensiva dos Estados Unidos ao Afeganistão, em conjunto com o envio de alimentos, poderia ser pensada de forma a oferecer outros resultados, incentivando a reflexão do público sem afastar o jogador após as primeiras partidas.

Quadro 13 - Retórica processual impede vitória torna newsgame brinquedo

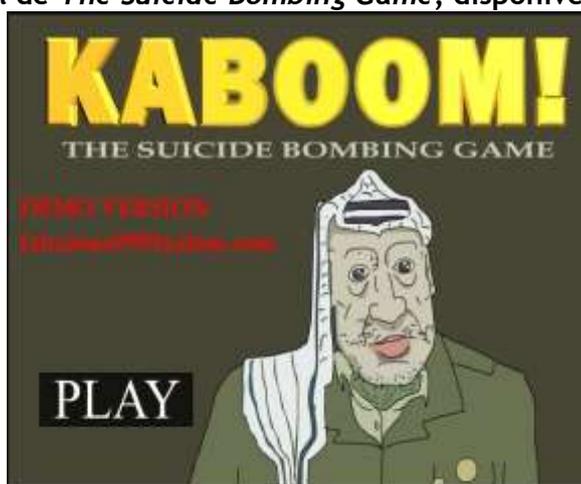
Kabul Kaboom!		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
A história só surge na tela inicial do jogo	O <i>newsgame</i> consiste em uma atividade voluntária e lúdica, fora da vida comum, permitindo interação com o único personagem	Não há resultado quantificável, há apenas uma única regra e um único desafio que impedem
Newsgame do tipo brinquedo		

Fonte: Criação do autor

5.3 *The Suicide Bombing Game* (2002)

O *newsgame The suicide Bombing Game* foi lançado em abril de 2002 de forma independente e em versão demo no site 666games (2016). Pode ser caracterizado como do gênero de ação e tem como temática o terrorismo. A versão disponível no site Newgrounds (2016) tem mais de um milhão de visualizações e não traz crianças como personagens nem a tela inicial da versão demo. Esta possui uma ilustração cartunesca do líder palestino Yasser Arafat, que morreu em 2004 (figura 26). Para esta pesquisa, foi selecionada a versão demo.

Figura 26 - Tela inicial de *The Suicide Bombing Game*, disponível no site 666games.net



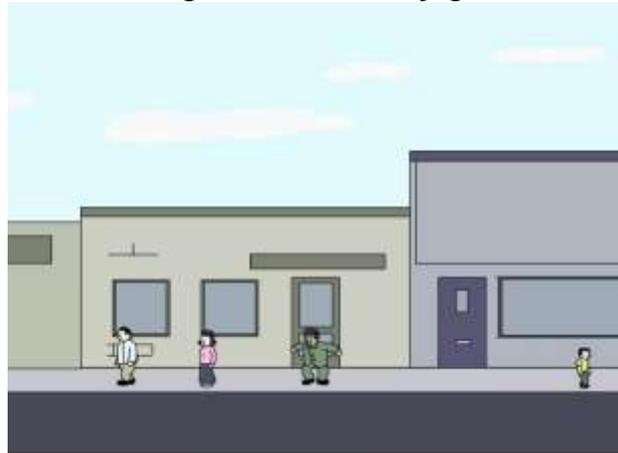
Fonte: Print do autor

5.3.1 Usando as lentes

Sobre a estética, a lente da imaginação constrói um cenário 2D que pode ser o de qualquer cidade do mundo, sem detalhes realistas, apenas formas geométricas que, graças às cores pálidas e ao uso de linhas, simulam a rua, casas, prédios, portas e janelas (figura 27). Um ponto conflitante é que, ao detonar a bomba, apenas as pessoas são atingidas, sem causar nenhum dano às edificações. A tipografia é do tipo sem serifa na onomatopeia que fica acima do título apresentado na tela inicial. Usa da cor amarela, caixa alta e exclamação para reforçar o caráter de explosão e termina por roubar a atenção do nome do jogo, também em caixa alta, mas com letra serifada. São usados tons pastéis no cenário, com predomínio do azul, roxo e cinza. Quando as pessoas são atingidas, membros e cabeças são decepados e surgem poças de sangue na rua. Mesmo assim, os demais personagens continuam a andar, ignorando os corpos.

O ambiente não trabalha a lente da beleza, tornando desinteressantes os elementos que compõem o jogo. Não há sons relativos ao movimento da rua onde está prestes a acontecer uma explosão. Apenas quando esta se efetiva, temos o barulho da bomba. Quanto à transparência, não há como o jogador ficar confuso com uma interface de apenas uma tela, na qual só é possível mover o personagem principal e acionar o detonador.

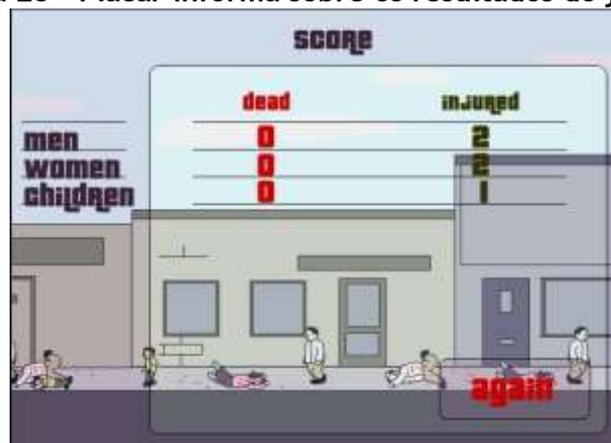
Figura 27 - Tela do jogo



Fonte: Print do autor

O estado dinâmico, lente relacionada à mecânica, tem no personagem principal o único elemento manipulável. É possível, ao movê-lo, decidir onde irá acontecer a explosão, se próximo a um grupo maior de pedestres ou em um ponto mais afastado. Com a bomba detonada, a tela final do jogo traz um placar com a identificação da “pontuação” do jogador: o número de homens, mulheres e crianças mortos ou feridos. Neste caso, a tipografia é diversa da apresentada na página inicial e também muda de cor conforme as colunas de mortos e feridos (figura 28).

Figura 28 - Placar informa sobre os resultados do jogador



Fonte: Print do autor

A lente da emergência não é utilizada. Só existe uma forma de jogar, que é movendo o personagem-título e detonando a bomba, sendo este, assim, o único sujeito controlado pelo jogador. Quanto à lente da ação, as operacionais consistem

em mover e detonar, as resultantes, em atingir um maior ou menor número de pessoas neste processo.

A narrativa também é restrita. Limita-se ao fato de existir um homem-bomba em uma cidade e que vai haver, a depender do jogador, um atentado a um grupo de pedestres, com mortos e feridos. Como existe apenas uma fase e uma tela de jogo, a sensação de liberdade se traduz em quanto tempo o jogador quer ficar movendo o personagem principal e onde ele pretende promover o atentado. Um aviso abaixo da tela, no canto esquerdo, indica o objetivo do jogo: tentar matar a maioria das pessoas assumindo o papel de um comando suicida, não para se divertir com os ataques, mas para mostrar a estupidez deles. A tecnologia é do tipo essencial, sem inovação, utilizando o Adobe Flash Player, engine comum à época. Abaixo, o quadro síntese.

Quadro 14 - Elementos estéticos e mecânicos reduzem a informação ao essencial

The Suicide Bombing Game			
Atentados terroristas com homens-bomba			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
O <i>newsgame</i> é do estilo cartunescos, com linhas simples e cores pálidas na composição. O único som é o da explosão. A interface facilita a interação. Há homens, mulheres e crianças e uma caracterização visual comum dos elementos de cada grupo	Há apenas uma fase e o jogador só pode interagir com o terrorista. Os HUDs surgem na forma de placar no jogo, ao final do clique que faz o homem-bomba explodir.	A narrativa é reduzida ao ponto essencial: o homem-bomba vai explodir e matar ou ferir pessoas. A sensação de liberdade surge quando da escolha de onde, na rua, a explosão vai acontecer	Tecnologia é essencial, sem espaço para inovação, utilizando o que era comum à época da publicação do jogo
Síntese do percurso: A notícia de um atentado provocado por um homem-bomba se transforma em uma mecânica de clique e em uma estética que pode ser de qualquer cidade do mundo.			

Fonte: Criação do autor

5.3.2 Brinquedo macabro

O *newsgame The Suicide Bombing Game* tem apenas uma tela e uma fase. Permite interação do jogador por meio do mouse, que pode utilizá-lo apenas para deslocar o personagem principal, movimentando o cursor para a direita ou para a esquerda, ou para detonar a bomba, acionada por um clique. É uma ação voluntária, fora da vida comum. No entanto, apesar de ter como regra acionar a bomba e atingir os civis, ela não é obrigatória. O jogador tanto pode continuar movimentando ininterruptamente o mouse como pode deslocar o homem-bomba para um dos cantos da tela, evitando os pedestres ao acionar o dispositivo. Com

relação às demais características de um jogo, *The Suicide Bombing* não possui tempo determinado, adversários ou competição. Abaixo, o quadro síntese da análise.

Quadro 15 - Indefinição de regras e objetivos aproximam *newsgame* da categoria brinquedo

The Suicide Bombing Game		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
Possui interação por meio do mouse	Tem ação voluntária e fora da vida real. Jogador mexe com um dos personagens.	Tem apenas uma regra, que pode ser burlada. O objetivo não é claro - tanto pode ser evitar matar quanto simular realmente o ataque de um homem bomba. Há resultado quantificável apesar de não haver situação vencedora.
Newsgame do tipo brinquedo		

Fonte: Criação do autor

5.4 *Can You Spot the Threats?* (2002)

Após o atentado de 11 de setembro de 2001, a segurança foi reforçada em aeroportos de todo o mundo, principalmente nos Estados Unidos, incorporando uma série de procedimentos. Entre as mudanças, restrições ao embarque de líquidos, o controle mais rígido da bagagem de mão, uso de lista de suspeitos, scanner corporal e detector de explosivos nos aeroportos dos EUA, reconciliação de bagagem (aviões são proibidos de decolar com bagagens de passageiros ausentes no voo), revista manual. (UOL, 2016).

Can You Spot the Threats? é um simulador que transporta o leitor para a área de escaneamento de bagagens de um aeroporto (figura 29). Publicado pela MSNBC, o *newsgame* surgiu quando a opinião pública passou a questionar a segurança desse tipo de equipamento, ainda sob o impacto dos atentados. Uma narradora apresenta o contexto do jogo (os atentados) e as mudanças e reações dos viajantes após a adoção de medidas de fiscalização mais rígidas mesmo em voos curtos.

Depois, em um tutorial extenso, mostra as características da máquina, a forma de jogar, os recursos disponíveis no aparelho e, ainda, como indicar o tipo de ameaça identificado - explosivo, arma de fogo ou faca. O objetivo é escanear o máximo possível de malas e bolsas pelos raios-X em um período de dois minutos. É possível pausar ou ampliar a imagem para observar melhor e, também, alternar o

tipo de visualização entre o padrão preto e branco ou térmico. Ao final do tempo, o *newsgame* resume os erros e acertos do jogador, apresentando o seu desempenho.

Figura 29 - Tela inicial de *Can You Spot the Threats?*



Fonte: Print do autor

5.4.1 Usando as lentes

A estética de *Can You Spot the Threats?* colabora para a imersão do jogador por meio da experiência de visualizar as imagens em um scanner e, ao mesmo tempo, retirar qualquer outro elemento visual que interfira no processo. É a lente da imaginação. A conexão com a realidade é estimulada por meio das imagens apresentadas no tutorial, com recortes fotográficos. Quando o jogo começa, elas surgem sob o efeito dos raios-X. No processo, cada bagagem é enquadrada como se estivesse sendo transportada por uma esteira e fosse examinada pelo scanner (figura 30). Ao mesmo tempo, é possível ouvir os sons do aeroporto, transportando o jogador para esse ambiente e estimulando a imaginação. Após algum tempo de jogo quase não se percebe que se está diante de uma tela de computador.

Figura 30 - Escaneamento de bagagens



Fonte: Print do autor

Outro ponto relacionado com a lente da imaginação é que, quando o operador para a esteira para observar com mais detalhes a bagagem, escuta uma reclamação do passageiro. É como se houvesse uma fila com várias pessoas e elas comessem a reclamar do tempo gasto com o procedimento, atrapalhando o embarque.

Ao visualizar a imagem o jogador consegue perceber o problema enfrentado pelos operadores nesse momento: é difícil identificar com segurança o conteúdo da bagagem. Neste contexto do jogo, a lente da beleza é usada para reproduzir com o máximo de exatidão os elementos, estimulando a imersão no universo apresentado. O cuidado na escolha das cores e na tipografia usadas na interface, também reforça a lente. A tipografia é sem serifa, comum a aparelhos tecnológicos e surge em caixa alta, além do vermelho, surge, O azul remete ao logo da MSNBC e o vermelho ao caráter de ameaça. A lente da transparência se relaciona com a da beleza, tornando a interface clara e intuitiva. Com exceção do conteúdo das bagagens, não existe nenhum elemento que possa confundir os jogadores. Há teclas para pausar e continuar, para ativar a visualização no padrão térmico ou em preto e branco (PB) e, também, as que indicam o tipo de ameaça detectado pelo operador (figura 31).

Figura 31 - Elementos da interface são apresentados no início do jogo e facilmente compreendidos pelo jogador



Fonte: Print do autor

Com relação ao estado dinâmico - lente ligada à mecânica - é possível observar os objetos do jogo e seus atributos, ou seja, as bagagens que devem ser escaneadas, bem como os HUDs (figura 35). Todos eles podem ser manipulados por meio do clique do mouse, com exceção da bagagem, que segue ou para na esteira, de acordo com o que o jogador identifica como ameaça ou, ainda, se ele quer conferir algo com mais exatidão. O tempo é cronometrado - o jogador tem dois minutos para checar a maior quantidade possível de bagagens - dando *feedback* sobre o quanto ainda falta para acabar a partida.

Os botões permitem pausar, continuar, indicar quais seriam as situações de alerta, usar o padrão térmico ou o modo PB. Acima fica o nome do jogo e, abaixo, todos os elementos do uso da interface que auxiliam a jogar, dão *feedback* e podem ser manipulados pelo jogador. Quanto à emergência, ou as formas como o jogador pode alcançar os objetivos e o que acontece nessas tentativas, a função de operador é interagir com a interface de maneira a examinar o conteúdo da bagagem na esteira. Se ele demora neste processo, tem início uma série de reclamações (o áudio do qual falamos na lente da imaginação). Apenas quando o jogo termina, após o jogador identificar possíveis ameaças e tiver escaneado as bagagens, o resultado é apresentado. O jogador não tem controle sobre suas ações, ou melhor, não tem *feedback* sobre elas enquanto durar o processo.

Mesmo assim, quando se pensa na lente da ação, observando as operacionais e as resultantes, o quadro mostrado ao final do jogo não dá conta das consequências do trabalho. Se o jogador identifica uma faca, ele apenas aciona o

botão correspondente. O mesmo no caso de armas de fogo ou explosivos. Não há *feedback* sonoro como, por exemplo, a solicitação para que o passageiro saia da fila ou, ainda, o que poderia acontecer caso a ameaça não tenha sido detectada. O resultado é meramente quantificado. Quantas bagagens foram analisadas, quantas ameaças não foram detectadas, quantas foram e, com relação a estas, quais ameaças foram corretamente identificadas e o percentual final de acertos. Um aviso indica o quanto os alarmes falsos incomodam viajantes e colegas de trabalho (figura 32).

Figura 32 - Desempenho do jogador surge no final do jogo



Fonte: Print do autor

Observando o *newsgame* pela lente da narrativa, a narradora é do próprio site de notícias NBC, Natalie Morales. Ela vai informando o jogador qual o contexto do jogo antes que ele comece. É uma introdução (se o jogador optar, pode pular esta etapa), com informações sobre a intensificação do processo de identificação de bagagens após os atentados e como isso afetou a rotina dos aeroportos. Logo após, um tutorial apresenta os tipos de bagagens - malas, mochilas e malas - na forma de recortes fotográficos, além dos comandos do jogo. A narrativa ampara e dá sentido ao jogo, mostrando como é difícil realizar o objetivo em um período tão curto. O que pode, ainda, estimular o desejo de melhorar o desempenho para impedir possíveis ataques.

A sensação de liberdade dentro do *newsgame* surge na interação com os controles, pois é possível deixar todas as bagagens seguirem normalmente pela esteira, pausar, fazer a identificação, continuar, até que o tempo acabe. Talvez o mais importante nesta sensação de controle é o envolvimento na experiência,

permitindo o aprendizado após tentativas e erros, mostrados ao final do jogo. O usuário do artefato pode tentar melhorar seu tempo, observando o que ele deixou passar e o formato dos objetos relacionados ao tipo de ameaça. Há liberdade e também uma pressão para observar mais bagagens em menos tempo, com identificações corretas, o que favorece a imersão.

Com relação à lente da tecnologia, uma ficha técnica quem são os produtores e os responsáveis pelo design, imagens e a música, algo raro de observar nos artefatos analisados. O jogo foi feito em Adobe Flash Player, tecnologia essencial comum à época, que possibilita a animação e a interação com o *newsgame*. Abaixo, o quadro síntese da primeira etapa de análise.

Quadro 16 - Mecânica e estética baseiam-se na notícia e favorecem imersão

Can You Spot the Threats?			
Detectar ameaças terroristas em aeroportos			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Reproduz tela de scanner com bagagens, usa da cor vermelha para chamar a atenção nos botões, traz sons que favorecem a imersão no ambiente. Navegação intuitiva.	Lente do estado dinâmico é percebida nos HUDs que facilitam a interação. Há tempo para a realização do objetivo, resultados são apresentados ao final do jogo. Ações operacionais consistem na interação com os botões. Ações resultantes surgem quando da demora na análise e, também, como o placar obtido.	Aparece no início do jogo e orienta a mecânica. Sensação de liberdade.	Essencial, comum à época de produção,
Síntese do percurso: A notícia sobre os atentados e das mudanças nos aeroportos é replicada por meio de uma mecânica específica, cuja estética reage quando o jogador demora a alcançar o objetivo proposto.			

Fonte: Criação do autor

5.4.2 Jogando contra o terrorismo

Com relação à segunda etapa de análise, o balanceamento entre a notícia e o jogo, há claras características de jogo neste *newsgame*. Consiste em uma atividade voluntária, fora da vida cotidiana e limitada pelo tempo de duração da partida. As regras são claras, assim como o objetivo: identificar o maior número possível de ameaças corretamente, evitando atentados terroristas. Como foi estabelecido nas definições de jogos, há um sistema formal, com uma situação vencedora e resultado quantificável em *Can You Spot the Threats?*. Há um contexto limitador e uma tentativa de melhorar o desempenho, mesmo que só exista uma fase e o nível de dificuldade permaneça o mesmo ao longo da partida.

Quadro 17 - Regras e objetivos aproximam newsgame do tipo jogo

<i>Can You Spot the Threats?</i>		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
Narrativa é apresentada como o contexto do jogo na introdução	Tem atividade voluntária e permite interação com os objetos	É uma ação voluntária e lúdica, com tempo determinado, em um sistema formal, com regras, objetivos e resultado quantificável
Newsgame do tipo jogo		

Fonte: Criação do autor

5.5 *September 12th* (2003)

Criado por uma equipe de desenvolvedores de jogos uruguaios liderados por Gonzalo Frasca, ex-jornalista da CNN, este foi o primeiro jogo da série que inventou o termo *newsgame*. *September 12th* traz uma das características marcantes do gênero: o uso da retórica processual para destacar o apelo da mensagem planejada pelo desenvolvedor.

A principal ideia do projeto era usar a linguagem dos videogames para descrever eventos atuais ao mesmo tempo em que transmitia uma máxima atemporal: a violência gera mais violência. O jogador controla o que parece ser um alvo de rifle de atirador, mas, quando clicado, ele lança mísseis. As bombas não só matam os terroristas, mas também geram o chamado "dano colateral". Quando os civis lamentam os mortos inocentes, eles se tornam rapidamente terroristas. Depois de alguns minutos, esta aldeia do Oriente Médio é destruída e fica cheia de terroristas. O jogador logo percebe que não há como ganhar o jogo através do tiro. (GAMESFORCHANGE, 2014)

Disponível para download no site Newsgaming, também pode ser jogado online no mesmo endereço. É produzido em Adobe Flash Player, é do gênero tiro e deve ser jogado por apenas uma pessoa. Tem apenas uma fase, que se prolonga indefinidamente. A partida literalmente não acaba sugerindo que a guerra ao terror faz mais vítimas do que é divulgado e gera cada vez mais violência (figura 33).

Figura 33 - Tela inicial de September 12th

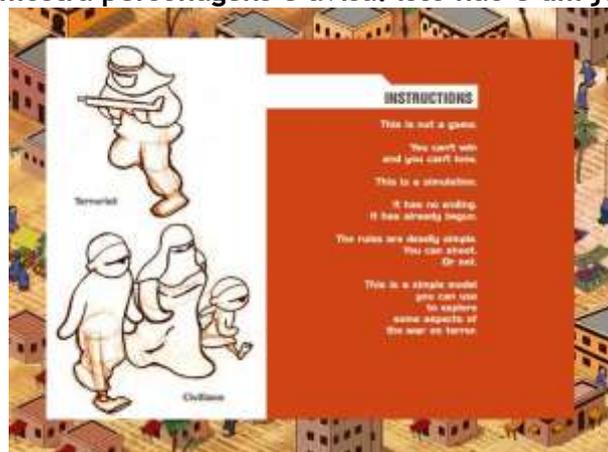


Fonte: Print do Autor

5.5.1 Usando as lentes

A estética é utilizada aqui para reforçar a ideia do ambiente da guerra. Um dos detalhes usados é o solo do território inimigo, formado por páginas de jornal, relacionando a guerra à cobertura midiática do fato. O padrão de cores vincula-se ao lugar do conflito, com o uso de tons terrosos nas casas, prédios, solo e de tons sóbrios no vestuário dos personagens. São apenas quatro: terrorista armado, homem, mulher e criança (figura 34).

Figura 34 - Tutorial mostra personagens e avisa: isto não é um jogo, é uma simulação

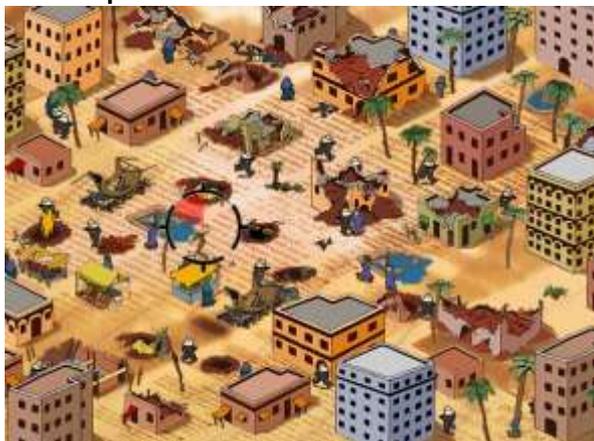


Fonte: Print do autor

A lente da imaginação equilibra os elementos de conexão com a realidade, com detalhes que visam estimular a imaginação do jogador em relação ao local e pessoas envolvidas. A maioria das edificações são casas de um ou dois andares. Há tendas para a venda de mercadorias nas ruas por onde as pessoas circulam (figura

35). É possível imaginar um dia comum entre os habitantes antes de um ataque começar.

Figura 35 - Cenário reproduz elementos de uma aldeia no Oriente Médio



Fonte: Print do autor

A lente da beleza direciona a utilização dos elementos: casas, prédios, árvores, tendas, com elementos de cor sendo repetidos e criando uma unidade visual. Um exemplo é o uso do amarelo ocre dos prédios e o verde das palmeiras nas marquises de algumas casas. Há sons específicos reproduzindo o bombardeio, o choro dos civis e a transformação destes em terroristas. Com o mouse, é possível ter uma visão 180 graus do ambiente, percorrendo toda a aldeia. O padrão de casas, ruas e pessoas mantém-se ao longo do quadro. Sobre a transparência, a única confusão acontece na primeira vez em que o jogador dispara e descobre que, no lugar de projéteis, está lançando mísseis. A interface é simples e favorece a imersão no mundo do jogo.

As três lentes da mecânica estão interligadas em September 12th. Quanto ao estado dinâmico, o usuário tem diante de si a proposta de atirar ou não, apresentada no tutorial. Se quiser iniciar a partida, basta atirar. Como um jogo do gênero tiro, o objetivo é claro: atingir o maior número possível de terroristas. A inclusão da mensagem sobre os danos colaterais na mecânica do jogo é percebida pela mira, imprecisa, cujo tempo de carregamento atrapalha propositalmente a resposta ao comando. Não existem HUDs, ou seja, nada indica o número de vítimas ou de terroristas atingidos, a pontuação do jogador, bônus ou outros acessórios. A única coisa que pode ser manipulada é a mira, que atende aos movimentos e

cliques do mouse. O processo de tomada de decisões baseia-se na quantidade de pessoas que vão, pouco a pouco, transformando-se em terroristas.

Nesse aspecto, a lente da emergência - ou seja - as formas como o jogador pode alcançar seus objetivos e o que muda após suas ações - é limitada a atirar nos prédios ou nos personagens alvo, atingindo a maior parte do tempo os civis. Se o jogador escolher continuar a jogar e atirar - ação operacional - a proporção dos terroristas aumenta infinitamente - ação resultante. Sobre a lente da ação, *September 12th* não tem tempo determinado para ser jogado, possuindo apenas uma fase. Ao interagir com o artefato, o usuário só pode deslocar a mira num campo de 180 graus da aldeia e atirar. Se escolher não fazer isso após um tempo, a partida continua.

A lente da narrativa reforça a mensagem sobre os danos colaterais em uma guerra. A história que é contada ao longo da partida é essa: é impossível não matar civis nos bombardeios, violência vai gerar mais violência. Ela se insere nos demais elementos da téttrade, influenciando tanto a estética quanto a mecânica e sendo influenciada por elas. As restrições na jogabilidade implicam na redução da sensação de liberdade para os jogadores. O que é possível é atirar no que se quer, aleatoriamente, sem considerar a mensagem do jogo; atirar e tentar atingir a menor quantidade possível de civis; deixar a partida continuar e apenas mover o mouse para observar a aldeia e seus moradores. É possível observar, ainda, que os corpos desaparecem com o passar do tempo e as edificações começam a ser reconstruídas. Isso é feito sem que haja intervenção do jogador.

Sobre o último elemento da téttrade, a tecnologia, o Adobe Flash aparece como do tipo essencial. A animação proporcionada pela engine cria a experiência do jogo e era, na época de publicação de *September 12th*, uma das mais comuns para desenvolvedores de jogos rápidos. Segue a síntese do percurso:

Quadro 18 - Retórica processual orienta a mecânica do *newsgame*

September 12th			
Guerra ao Terror			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Reforça tanto o caráter da notícia geradora do jogo por meio do solo da aldeia quanto a dualidade dos personagens, assim como a transformação após bombardeio	Impede o jogador de ganhar e só permite lançamento de mísseis com mira inexata	Reforça a mecânica e destaca um aspecto essencial: os danos colaterais em uma guerra	Não possui inovação, mas permite que o jogador fique imerso no ambiente pelo uso do Adobe Flash Player para a animação
Síntese do percurso: O acompanhamento do noticiário em relação à guerra ao terror e aos bombardeios em aldeias do Oriente Médio traz um elemento comum: a quantidade de civis atingidos e o acirramento do conflito. No <i>newsgame</i> , ele amarra a mecânica para reforçar o uso da retórica processual que impede o jogador de ganhar. As ações do usuário são extremamente limitadas			

Fonte: Criação do autor

5.5.2 Um *newsgame* que não é jogo

O fato dos desenvolvedores de September 12th definirem uma mecânica que impede o usuário de ganhar em qualquer circunstância, com possibilidades mínimas de interação e intervenção no *newsgame* o insere na qualificação de brinquedo. Apesar de buscar envolver o jogador em uma mensagem não violência, emocionando-o por meio de sons e de imagens que reforçam os danos à cidade e aos civis, não há a maioria dos elementos determinantes de um jogo, a saber: regras, desafios, balanceamento, tempo para jogar, resultado quantificável, exigindo esforço do jogador para alcançar cada vez melhores resultados. O usuário exerce uma atividade voluntária, fora da vida comum e pode mover apenas um elemento, a mira.

Quadro 19 - *Newsgame* do tipo brinquedo

September 12th		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
Narrativa surge dentro da mecânica	É uma ação voluntária, fora da vida comum e o usuário pode mover a mira para interagir com o <i>newsgame</i>	Apesar de ser uma atividade voluntária, tem apenas um objetivo que se mostra impossível de ser alcançado.
Newsgame do tipo brinquedo		

Fonte: Criação do autor

5.6 *Madri* (2004)

O jogo Madrid foi criado em 2004 também pelo game designer Gonzalo Frasca (FRED DI GIACOMO, 2014). É um *newsgame* de simulação em homenagem

aos mortos no atentado de 11 de março de 2004⁹ em Madri, na Espanha e publicado no site do jornal El País. Simula uma vigília nas quais várias pessoas estão reunidas segurando velas, em uma espécie de memorial aos mortos deste atentado e de outros, em outras cidades. O jogo está disponível no site da Newsgaming, tem apenas uma fase e o objetivo consiste em manter acesas as velas acesas das pessoas em vigília. Levou apenas dois dias para ser produzido e publicado por meio do trabalho da Newsgaming, equipe formada por um grupo de desenvolvedores de jogos independentes da qual Frasca faz parte. A proposta da Newsgaming é produzir jogos e simulações para “analisar, debater, comentar e redimensionar as principais notícias internacionais” (NEWSGAMING, 2014)

5.6.1 Usando as lentes

Os elementos de conexão com a realidade, ligados à lente da imaginação, estão presentes nas duas telas iniciais. A primeira situa o usuário sobre o local - Madri - onde estão os personagens e para onde irá se deslocar o usuário ao interagir com o *newsgame* (figura 36).

Figura 36 - Tela inicial de Madri



Fonte: Print do autor

A segunda tela dá as orientações sobre o jogo, pedindo que se faça um esforço para manter acesas as velas e fazer com que elas brilhem o mais fortemente possível (figura 37).

⁹ Dez bombas explodiram em quatro trens que circulavam entre Alcalá e Madri, matando 191 pessoas e deixando 1.700 feridos. (EL PAÍS, 2016)

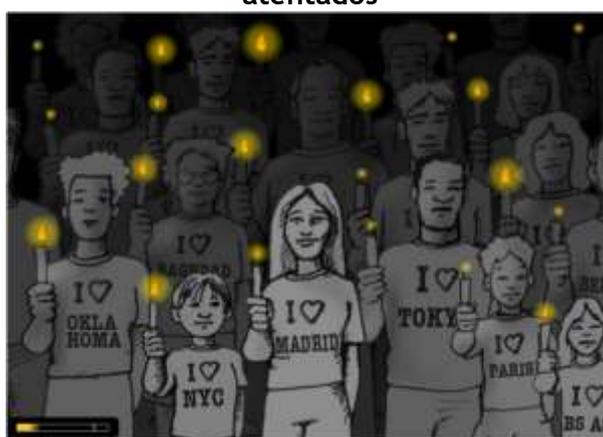
Figura 37 - Orientação ao jogador na segunda tela do jogo



Fonte: Print do autor

Homens, mulheres e crianças, de várias idades e etnias, com rostos consternados seguram as velas, ampliando a conexão com a realidade. O fato de estarem em tons de cinza, sem nuances de cor a não ser a das chamas identifica que a reunião está acontecendo à noite. Os personagens são estáticos, em 2D e, novamente, o único destaque fica para as chamas, que tremulam, diminuem ou aumentam durante o jogo. O detalhe das camisetas, observado na figura 38, indica tanto o quanto o mundo ficou chocado com o atentado como lembra vítimas de outras cidades. O som reproduz o barulho do vento noturno.

Figura 38 - Tela do newsgame. Personagens vestem camisetas alusivas a outros atentados



Fonte: Print do autor

Em relação à lente da beleza, as chamas são amarelas, fáceis de visualizar no fundo acinzentado. Quando clicadas brilham mais fortemente, trazendo uma experiência de beleza para a composição. A perspectiva tonal dá profundidade à

cena, cujos personagens são feitos em um mesmo estilo de traço, com uso de hachurados também para dar volume. A maioria deles está de olhos fechados (figura 38). Sobre a transparência, a interface é intuitiva e facilita a interação. Entretanto, é preciso clicar exatamente na chama para mantê-la acesa.

Os objetos manipuláveis se reduzem às chamas. A lente do estado dinâmico, que poderia contribuir para uma experiência mais imersiva, não fornece outras informações além da redução ou aumento do brilho das chamas e de um termômetro - que já inicia pela metade - com *feedback* sobre a performance do jogador. Como simulação, é como se o jogador houvesse chegado naquele momento à vigília, encontrando pessoas com velas quase no fim. Sobre a emergência, o jogador pode clicar em qualquer vela desejada, em qualquer ordem, desde que fique atento para as que estão prestes a se apagar. Caso isso aconteça, surge uma tela solicitando uma nova tentativa (figura 39).

Figura 39 - Tela do final do *newsgame*



Fonte: Print do autor

A ação operacional de *Madri* é clicar nas velas. Como ação resultante, elas brilham intensamente e a carga do termômetro volta à metade. Se o jogador deixa de clicar, lentamente as chamas vão diminuindo, sem apagar, mas quando muitas chegam nesse nível, a partida acaba. Não há outra ação resultante. As pessoas estão imóveis, as velas não se apagam inteiramente, o dia não vai clarear enquanto o usuário mantém as velas acesas, assim como permanece o mesmo ruído do vento.

Com relação à narrativa é importante observar o jogo como uma homenagem aos mortos, como se a cobertura jornalística estivesse registrando outras ações e notícias relacionadas ao atentado em Madri. O fato dos personagens

vestirem camisas do mesmo modelo, mas com frases distintas, os une pela similaridade de acontecimentos: atentados são noticiados em várias partes do mundo. A ideia é que a dor é única, independente de onde aconteça o fato, e que é preciso lembrar os mortos.

A lente da liberdade diz respeito à forma como o jogador interage, clicando onde quiser, sem uma ordem específica de personagens. No entanto, o usuário fica preso à necessidade de manter as velas acesas, clicando infinitamente, sem um tempo determinado pelo *newsgame* para encerrar a partida. Abaixo, o quadro síntese.

Quadro 20 - Análise do percurso da notícia em Madri

Madri			
Atentado a trens em Madri, em março de 2004			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Integra-se com a perspectiva de um desdobramento da cobertura jornalística, a realização de uma vigília pelos mortos. Personagens são de etnias e idades diversas que, junto com as camisetas usadas, remetem a várias partes do mundo onde ocorreram atentados	Consiste em unicamente clicar sobre as velas e fazê-las brilhar mais, o que termina deixando o <i>newsgame</i> desinteressante após um determinado período de tempo, dependendo do quanto o jogador queira permanecer ali. Uma ação operacional e duas ações resultantes, sem emergência	Sensação de liberdade apenas quando em relação à ordem de cliques nas chamadas. Remete à cobertura dos dias subsequentes ao atentado	Uso do Adobe Flash Player, tecnologia do tipo essencial, comum à época
Síntese do percurso: pelo seu caráter estático, o <i>newsgame</i> lembra o registro fotográfico de uma vigília pós-atentado, com estética e mecânica integrando-se a esta proposta.			

Fonte: Criação do autor

5.6.2 Um único tipo de interação no *newsgame* Madri

Com relação à categoria do *newsgame* percebe-se que possui características de um brinquedo pela forma como usuário interage com os objetos, no caso, as velas. Neste sentido, é uma ação voluntária - o jogador deve se dispor a atender ao que é solicitado - e tem uma atividade lúdica fora da vida comum. Novamente, é possível observar o uso da retórica processual que, neste caso, “prende” o jogador em uma situação tal que, se ele parar de interagir, o jogo acaba. A habilidade do jogador ou a falta dela é o único obstáculo, assim como sua vontade em continuar jogando, pois não há um tempo determinado nem tampouco resultado quantificável. É possível o estímulo do envolvimento emocional do jogador pela imersão na experiência ou tentativa de alcançar um tempo maior de permanência na partida.

Quadro 21 - Madri é newgame da categoria brinquedo

Madri		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
-	O <i>newsgame</i> consiste em uma atividade voluntária e lúdica, fora da vida comum, permitindo interação com as chamas das velas para mantê-las brilhando	Desafio é manter as velas acesas, independente da ordem usada pelo jogador ao interagir com elas. Não há balanceamento, resultado quantificável, recompensas
<i>Newsgame</i> do tipo brinquedo		

Fonte: Criação do autor

5.7 3rd World Farmer (2005)

O jogo sobre a produção agrícola em uma fazenda na África foi produzido por grupo de estudantes dinamarqueses e teve seu primeiro protótipo lançado em 7 de novembro de 2005, o segundo em 2006, com última atualização em 2014. Usa tanto o navegador web quanto o Windows como plataforma. É um jogo do gênero simulação e estratégia, visa mostrar as dificuldades vivenciadas por fazendeiros do terceiro mundo, em regiões onde acontecem guerras civis, a economia é instável, safras inteiras são perdidas pelo clima ou pragas e o êxodo rural é comum. O objetivo é manter-se o maior número possível de rodadas no *newsgame*, garantindo a produção e o lucro com o plantio.

No site 3rd World Farmer (figura 40) é possível ter acesso ao jogo e às informações sobre a sua produção e atualizações, os desenvolvedores informam que o orçamento para a produção foi pequeno. Também destacam que o jogo não cobre todos os detalhes relacionados à temática, apesar de ter uma ampla gama de tópicos incluídos no artefato. A intenção era produzir um jogo provocador, educativo, que pudesse levar as pessoas a refletir sobre os problemas que causam e sustentam a pobreza em países do terceiro mundo, mobilizando os jogadores para o combate à pobreza (3RD WORLD FARMER, 2014). Por meio de contribuições diversas, incorporou outros oito idiomas ao jogo, incluindo português do Brasil, húngaro, alemão, checo, italiano e espanhol.

Figura 40 - Site de 3rd World Farmer



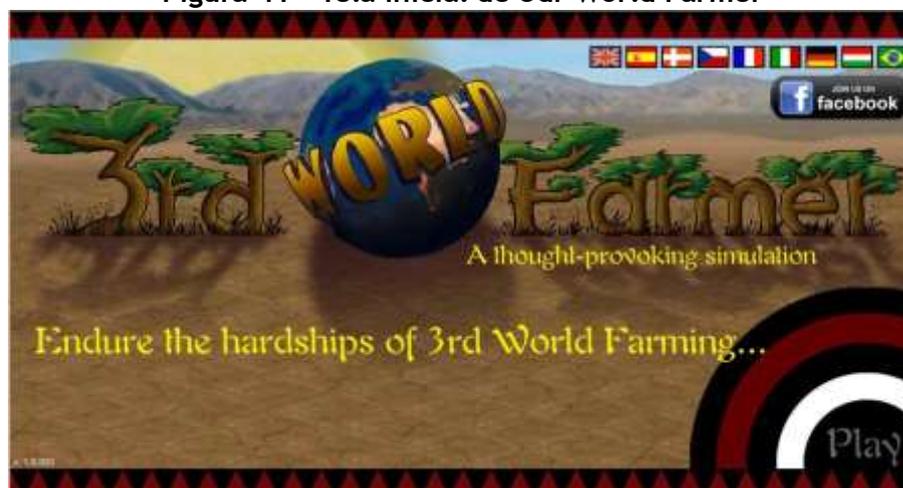
Fonte: Print do autor

5.7.1 Usando as lentes

Um dos problemas observados durante a análise de 3rd World Farmer é a sua monotonia, mesmo após todas as suas atualizações. Pode-se atribuir isso ao fato do game design não ter sido suficientemente trabalhado para oferecer uma experiência imersiva e interessante com o uso de animações ou elementos reproduzindo a progressão no jogo.

Um dos pontos chave diz respeito à estética do artefato. Na tela inicial a ilustração busca remeter ao universo africano, com o solo rachado, árvores retorcidas que formam o nome do jogo e montanhas à distância. Uma barra colocada na base e na área superior, feita de losangos vermelhos e pretos inspira-se no padrão de tecidos africanos (figura 41).

Figura 41 - Tela inicial de 3dr World Farmer



Fonte: Print do autor

O cenário do jogo reproduz uma fazenda localizada em um espaço de aparência inóspita. Uma família de quatro membros, estática, está junto a uma casa de palha. Há sol o tempo inteiro, sem transição climática ou de horário. Quadrados no solo arenoso indicam os espaços para o cultivo, criação de animais, instalação de energia ou inserção de casas e ferramentas (figura 42). O valor atribuído a esses elementos aproxima o jogador da realidade de vida do grupo, no que se pretende a conexão com a realidade.

Quando o jogo começa, o caráter estático das pessoas e da plantação, bem como da passagem do tempo, impedem uma imersão maior na experiência. É como se o jogador estivesse colocando peças em um tabuleiro e esperando a rodada de cada um dos companheiros de jogo para poder saber o resultado de suas escolhas.

Figura 42 - Tela de jogo



Fonte: Print do autor

Os ícones usados para reproduzir animais, ferramentas, energia e construções tem ilustrações próximas à realidade, assim como a imagem inserida na fazenda após a escolha do que se quer plantar, por exemplo. Cada um é precificado e, quando colocado na fazenda, faz com que os recursos do jogador diminuam. Os preços variam a cada rodada, indicando a proximidade com a oscilação dos mercados. Quanto aos personagens, clicando em cada uma das figuras é possível customizá-las, modificando o nome e, no caso de personagem feminino em idade fértil, fazer com que tenha um filho, aumentando a família (figura 43). O personagem também pode ser o chefe da família ou deixar a fazenda, em qualquer momento da partida.

Figura 43 - É possível mudar personagens



Fonte: Print do autor

A lente da beleza, que visa, dentro da estética, contribuir para tornar o jogo interessante por meio de elementos atrativos, é subtilizada. Como não há transição na paisagem de acordo com estações chuvosas ou secas, por exemplo, e tudo o que se constrói, cria (em termos de animais) ou se cultiva é apenas colocado sobre a terra, o jogador não tem indicação de movimento. Parecem pinos em um tabuleiro (figura 44). Não há sons, músicas ou efeitos sonoros que ofereçam uma experiência de aproximação com as telas do jogo.

Figura 44 - Elementos de plantio



Fonte: Print do autor

A interface é clara, é de fácil interação, mas, como dito anteriormente, poderia ser aperfeiçoada de maneira a favorecer a imersão no mundo do jogo. A tela de resultados termina por repetir contextos - guerras, doenças e pragas, entre outros - ao longo de várias rodadas, por vezes sem conexão com as escolhas do jogador. As tabelas não parecem incluir os resultados das safras anteriores. Fica claro, no entanto, a evolução da renda a partir dos investimentos na fazenda (figura 45).

Figura 45 - Tela de resultado entre rodadas

CROPS			LIVESTOCK		
Amount	Type	Yield per acre	Amount	Type	Yield per head
0	[Corn]	\$ 0	0	[Cow]	\$ 0
0	[Corn]	\$ 0	0	[Pig]	\$ 0
0	[Corn]	\$ 0	0	[Sheep]	\$ 0
0	[Corn]	\$ 0	0	[Chicken]	\$ 0
0	[Corn]	\$ 0	0	[Goat]	\$ 0
Tools bonus: +0%			Buildings bonus: +0%		
Crops total: \$ 0			Livestock total: \$ 0		

SPENDING AND EARNINGS	
Base income this year:	\$ 0
Family work capacity:	210%
Annual event modifier:	0%
Income this year (2 x 2.10):	\$ 0
Saved from last year:	\$ 26
Living costs:	\$ 13
Total:	\$ 13

Fonte: Print do autor

Sobre a mecânica, a interface possui HUDs que tanto dão feedback ao jogador quanto permitem a interação, a exemplo da caixa de recursos localizada à esquerda do jogo. O fato dos recursos terem valores específicos, que nem sempre coincidem com o total disponível para os investimentos do jogador, revela uma preocupação em conectar-se com a realidade e criar desafios. Assim, o usuário deve tomar decisões com base no que lhe é informado e no que possui.

A emergência é delimitada diretamente pelos recursos disponíveis. As escolhas são feitas de maneira a conseguir investir na fazenda e, ao mesmo tempo, manter alguma reserva para o caso de problemas futuros. Um ponto a ser observado é que, a cada rodada, os valores a serem pagos para os animais, ferramentas, construções e demais elementos presentes na caixa de recursos são modificados. Eles podem ficar mais baratos ou mais caros. O jogador não tem controle sobre isso.

A lente da ação tem, como forma operacional, as escolhas dos recursos a serem investidos pelo jogador. Quanto à forma resultante, depende não apenas do que o usuário definiu como plantio ou criação, mas de situações inesperadas inseridas pela programação. Independente de quantas rodadas se consiga permanecer no jogo, ele termina da mesma forma: ou todos os membros da família morrem ou há o êxodo para fugir das dificuldades.

O contexto da narrativa é apresentado ao longo das rodadas, nas telas que surgem após cada uma das safras. Traz situações passíveis de serem vividas pela

população africana na administração de uma fazenda, com tudo que isso implica. O intuito da narrativa, por vezes, é chamar a atenção para os problemas vividos na África e para um quadro de fome e falta de alternativas de vida. Além disso, surgem como influenciadores do resultado as guerras civis, tráfico de drogas, instabilidade da economia, pragas. Quando isso acontece, a narrativa textual vai explicando os motivos de resultados tão ruins. É grande o apelo para o texto.

Sobre a lente da liberdade, a sensação proporcionada pelo jogo é mínima. Além das alternativas para customizar personagens e, caso seja preciso, deixar a fazenda ou se tornar chefe da família, pouco se permite ao jogador neste sentido. Nos casos em que o jogador precisa de recursos, surgem telas que oferecem alternativas, como armazenar produtos tóxicos para uma empresa, ser campo de treinamento de um exército, entre outras. O jogador tem a liberdade de aceitar ou não, mas dada a situação financeira, termina optando por aceitar o que está sendo oferecido, vinculando-se à lente da imaginação para criar uma realidade próxima à vivida pela população do terceiro mundo (figura 46).

Figura 46 - Alternativas para obter recursos



Fonte: Print do autor

O uso de textos nas transições entre rodadas vai remeter às indicações de Gee (2005) para jogos sérios (classificação que abrange, na perspectiva de Sicart, os newsgames). Diz respeito ao aprendizado feito pela inserção de situações e contextos de aprendizado, não por meio de “livros-texto” dentro do jogo. O *newsgame* analisado peca justamente por não integrar o contexto da narrativa à mecânica.

Com relação à tecnologia ele usa Adobe Flash Player, como a maioria dos jogos da época, sendo do tipo essencial, que permite a interação do jogador e apresentação dos resultados. Não explora a animação contida no software.

Quadro 22 - Análise do percurso da notícia em 3rd World Farmer

3rd World Farmer			
Dificuldades da agricultura no terceiro mundo			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Da imagem inicial à tela fixa do jogo, a ideia é se aproximar do visual de uma fazenda na África. No entanto, personagens não são negros, tem tom de pele próximo ao amarelo. A tela é estática, assim como os personagens. Os locais de plantio voltam a ficar vazios após a colheita. Não usa recursos de animação para mostrar a passagem do tempo na plantação	O jogador interage por meio do mouse, clicando nas opções disponíveis na parte superior esquerda da tela. Setas indicam onde inserir o elemento escolhido. Objetivo é manter-se no jogo o maior número de rodadas possível. Resultados das safras nem sempre condizem com as escolhas realizadas	Conduz as escolhas e surge em forma textual quando da apresentação dos resultados a cada safra. Não reverbera na estética. Por vezes se repete.	Uso do Adobe Flash Player, tecnologia do tipo essencial, comum à época
Síntese do percurso: A notícia que contextualiza a criação do <i>newsgame</i> é o mapa da fome no terceiro mundo, na tentativa de sensibilizar para problemas que tanto causam quanto colaboram para sua permanência. A falta de uma estética mais forte leva ao protagonismo da narrativa, que apresenta contextos relacionados ao tema.			

Fonte: Criação do autor

5.7.2 Narrativa interativa disfarçada de jogo

Por mais que existam regras, objetivos determinados, atividade lúdica e fora da vida comum, além de resultado quantificável, a proposta do *newsgame* 3rd World Farmer é, de modo inverso, similar ao de *1000 Days of Syria*. No primeiro, os elementos do jogo são inseridos primeiro, para, como resultado, surgir a narrativa. No caso do segundo, a narrativa é contada no alto da página (o jogo tem interface similar a um site) para, logo abaixo, serem apresentadas as alternativas, como um quiz.

Em determinadas partidas (foram jogadas três ao total), os resultados apresentados não eram condizentes face às escolhas do fazendeiro. Um exemplo, quando ele apenas plantou milho e mesmo assim perdeu o valor investido, por conta de uma praga que acabou com todas as plantações de amendoim. A falha relaciona-se à lente da ação, nas quais as ações operacionais vão gerar ações resultantes intimamente ligadas entre si e à escolha do jogador. Ao observar os resultados de cada fase, as informações terminam sendo sempre as mesmas:

peças da família morrem por doenças, pragas acontecem, bancos nacionais se desfazem, a guerra civil se instala. O que reforça o quanto o cotidiano na África permanece imutável, na perspectiva dos desenvolvedores. E a monotonia registrada pelo passar do tempo em 3rd World Farm (figura 47).

Figura 47- Tela de transição indica a passagem do tempo entre uma safra e outra



Fonte: Print do autor

Após a transição, é a vez do relatório, com elementos textuais e dados pouco claros. Falta movimento e uma interação maior do jogador, que termina, pelas características do *newsgame*, lendo uma grande massa de textos a cada final de fase.

Quadro 23 - 3rd World Farmer é newgame da categoria narrativa interativa

3rd World Farmer		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
Os elementos apresentados como pertencentes à categoria de jogos são incorporados à narrativa, fio condutor do jogo, que é estático e monótono principalmente pelas restrições ao que se pode fazer a cada safra ou rodada.	Tem atividade lúdica, fora da vida comum e usuário interage com objetos	Há desafios, balanceamento (à medida que os valores dos itens a serem adquiridos variam), resultado quantificável. Tem atividade voluntária lúdica e fora da vida comum, com regras determinadas
<i>Newsgame</i> do tipo narrativa interativa		

Fonte: Criação do autor

5.8 Climate Challenge (2006)

Projetado para a plataforma *web*, *Climate Challenge* é uma produção da BBC que tem como desafio enfrentar as mudanças climáticas entre os anos 2000 e 2100, como presidente das Nações Europeias. É preciso escolher as políticas da Europa e, também, convencer outros países a reduzir a emissão de carbono ao

mesmo tempo no qual deve procurar manter a popularidade entre os eleitores e manter-se no cargo. (BBC, 2014)

Neste sentido, os produtores do *newsgame* tinham como proposta permitir a compreensão de algumas das causas das mudanças climáticas, particularmente às relacionadas às emissões de dióxido de carbono (BBC, 2014). Também buscaram oferecer aos jogadores as opções políticas disponíveis para os governos e os desafios enfrentados pelos negociadores internacionais no que diz respeito às mudanças climáticas.

Na página do jogo, há informações detalhas sobre o contexto que motivou a produção e a base científica de dados que norteou os elementos inseridos em *Climate Challenge*. De acordo com o site da BBC, são usadas as previsões de emissões de dióxido de carbono produzidas pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC). A página contém ainda outros dados sobre o *newsgame* e sua estrutura, oferecendo links de informação para o jogador saber mais sobre o tema.

5.8.1 Usando as lentes

A estética do *newsgame* apela para o uso de cores saturadas e imagens baseadas em fotografias, com uma espécie de filtro que os transforma em estampa, deixando os personagens similares a croquis. Já na tela inicial, as figuras usadas - homem, mulher e criança - olhando à direita, em direção aos raios emitidos pelo planeta, remetem ao futuro do globo no processo de mudança climática, estimulando a conexão com a realidade (figura 48). A logo do jogo usa um arco que se vincula também ao globo terrestre. Um moinho à esquerda dos personagens fala da relação com a energia limpa.

Figura 48 - Tela inicial do jogo



Fonte: Print do autor

No tutorial do jogo, há a possibilidade de se escolher um dos personagens apresentados, mulheres e homens com nacionalidades distintas, para o cargo de presidente das Nações Europeias (figura 49). Ao longo do jogo, vários elementos são usados para estimular a imaginação do jogador, como imagens que representam o governo, indústria, população, entre outros como a reprodução de páginas de jornal na transição entre fases.

Figura 49 - Tutorial



Fonte: Print do autor

Com relação à lente da beleza, o *newsgame* usa desenhos 2D, cores saturadas, uniformes na tela de abertura, tutorial e final. No desenrolar da partida, as imagens surgem com transições de tom (em gradiente), em cores primárias e secundárias. A tela de tutorial tem *background* usando novamente faixas de cor que lembram os raios da emissão de carbono, bem como na tela final. Pessoas e objetos representativos de cada segmento, como edificações e meios de transporte, são

croquis e não possuem cor. A tipografia é sem serifa, caixa alta e em itálico, criando contrastes e facilitando a leitura (figura 50)

Figura 50 - Início do jogo



Fonte: Print do autor

A interface é clara e intuitiva, funcionando bem em todos os contextos do jogo. A descrição diz respeito à lente da transparência. Existe a indicação do ano de início das negociações - 1990 - e também fichas, localizada no alto da tela, à esquerda, que indicam a situação do jogador. Ao iniciar o jogo, é preciso selecionar cartas sobre ações relacionadas a investimentos na indústria, em energia, água potável, entre outras. A cada escolha do jogador, sua popularidade entre a população varia. Logo após a primeira fase, surge uma tela de negociação, continuando as ações iniciadas (figura 51).

Figura 51 - Tela de negociação entre países



Fonte: Print do autor

Uma tela de transição dá *feedback* sobre as ações do jogador, com aparência similar a um jornal impresso, que tanto abordam a temática principal,

variando a cada fechamento de fase, quanto mostra os resultados em relação ao índice de popularidade do presidente junto à população. Isto auxilia o processo de tomada de decisões na fase seguinte (figura 52).

Figura 52 - Tela de transição entre fases



Fonte: Print do autor

A mecânica é simples. Por meio de uma série de escolhas baseadas nas cartas apresentadas, é preciso conciliar investimentos e manter tanto a popularidade quanto a redução da emissão de dióxido de carbono. Na lente do estado dinâmico, observamos o uso de HUDs para situar o jogador sobre seu desempenho e facilitar o processo de tomada de decisões. Eles estão inseridos na interface, com relação aos quatro ícones que representam quatro setores estratégicos, eles são ativados pelo mouse do jogador, emitindo cartas específicas quando selecionados.

Neste sentido, a lente da emergência integra-se a esta seleção, porque as cartas determinam quais as prioridades de ação para o jogador. Dependendo do que este se propõe a fazer, surgem implicações, como a perda ou aumento da popularidade, assim como notícias relacionadas às escolhas, apresentadas na tela de transição entre fases (figura 52). É possível, ainda, que surjam outros desafios, a partir de uma série de aspectos desconsiderados ou decisões equivocadas do jogador. É o caso apresentado na figura 53, quando há uma crise provocada por uma inundação nos países baixos da Europa. A decisão pode implicar em altos custos e perda de popularidade.

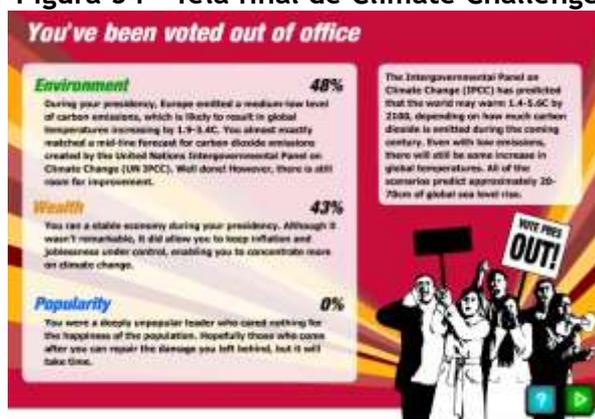
Figura 53 - Desafios são inseridos ao longo do *newsgame*



Fonte: Print do autor

Sobre a lente da Ação, está conectada à da emergência. Quanto às ações operacionais possíveis, o jogador pode selecionar entre quatro dos ícones relativos a setores de investimento, priorizar as ações de acordo com a disposição das cartas na interface, responder aos desafios e sofrer, como ação resultante, as consequências de suas escolhas. São processos decisórios similares aos enfrentados pelos países e não oferecem dicotomias - bom ou mau, melhor ou pior. As ações operacionais carregam nuances que, ao serem interligadas, nem sempre trazem os melhores resultados (figura 54).

Figura 54 - Tela final de *Climate Challenge*



Fonte: Print do autor

Sobre a lente da narrativa, ela permeia o jogo a partir da própria página no qual o *newsgame* está inserido, o que facilita a compreensão e o processo de tomada de decisões. Ao longo da partida, vão surgindo elementos textuais que dão o resultado das escolhas, aparecendo também no formato de negociações e desafios, com imagens na interface correspondentes ao que está sendo

apresentado. A sensação de liberdade está vinculada à escolha do personagem, dos setores, da ordem das cartas e das alternativas apresentadas junto com um contexto no momento dos desafios entre fases. Com relação à tecnologia, também faz uso do Adobe Flash Player, comum à época, usada de forma essencial e com raras situações em que há a animação permitida pela *engine*. Abaixo, o quadro síntese do percurso notícia > *newsgame*.

Quadro 24 - Análise do percurso da notícia em Climate Challenge

Climate Challenge			
Mudanças climáticas e controle da emissão de dióxido de carbono			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
É simples, 2D, com ilustrações similares a croquis e cores uniformes apenas nas duas primeiras telas e na de resultado. Contextualiza os dados, mas não amplia a sensação de imersão no jogo.	Trabalha as lentes da emergência e da ação de forma integrada, com resultados distintos para as escolhas realizadas pelo jogador. Incorpora a narrativa quando da apresentação das opções ao jogador	Sensação de liberdade nas escolhas relacionadas aos setores de investimento, desafios entre fases e prioridade das cartas. Também na escolha dos personagens. Surge ainda na contextualização dos desafios e como elemento norteador da mecânica	Uso do Adobe Flash Player, tecnologia do tipo essencial, comum à época
Síntese do percurso: o <i>newsgame</i> investe na integração entre a mecânica e a narrativa ao compor os elementos de cada fase, bem como os resultados			

Fonte: Criação do autor

5.8.2 Estrutura de *Climate Challenge* é de um jogo

Ao jogar *Climate Challenge*, o nível dos desafios vai aumentando gradualmente, fazendo com que haja um balanceamento no jogo, que apesar de estático, incorpora elementos na mecânica que atuam como regras. É preciso escolher os setores, as cartas, a ordem de prioridades, além de enfrentar os desafios que se intercalam dentro de cada fase, dependendo das opções selecionadas. Há atividade lúdica, fora da vida comum, com resultado quantificável e a busca por um envolvimento maior do jogador na experiência. Há ainda, como aponta Juul, resultados variáveis de acordo com o percurso realizado.

Quadro 25 - Climate Challenge é newgame da categoria jogo

Climate Challenge		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
Narrativa é usada junto com a mecânica	Tem interação com os objetos da interface e oferece atividade lúdica	Tem atividade voluntária lúdica e fora da vida comum, com regras determinadas. Há resultado quantificável, que variam conforme o percurso do jogador. Também desafios e balanceamento
Newsgame do tipo jogo		

Fonte: Criação do autor

5.9 Operation: Pedopriest (2007)

Desenvolvido pela produtora italiana La Molle Industria, o *newsgame* foi publicado em 2007 em resposta aos casos de abuso sexual envolvendo sacerdotes católicos denunciados pela mídia. É possível baixar o jogo diretamente da página da La Molle Industria nas versões para PC e Mac. Com três níveis, *Pedopriest* é um jogo de simulação baseado no documentário “Sex Crimes and the Vatican”, de 2006 (39 minutos), filmado por Colm O’Gorman, estuprado por um padre católico aos 14 anos na diocese de Ferns, em County Wexfor, na Irlanda, exibido pela BBC. A temática, além de envolver os crimes sexuais, refere-se a um documento, denominado “Crimen Sollicitationis”, escrito em 1962 em latim, uma espécie de conjunto de instruções da Igreja Católica sobre os procedimentos a serem adotados em casos de abusos sexuais envolvendo sacerdotes. (NEWS BBC, 2016)

O texto inicial do jogo alerta para a necessidade de o jogador proteger os sacerdotes envolvidos nos casos de abuso (figura 55). A informação dada ao jogador é que o Vaticano criou uma força-tarefa para impedir que eles sejam presos e julgados de acordo com as leis civis. O objetivo proposto a jogador: estabelecer um código de silêncio e esconder o escândalo até que a atenção da mídia seja desviada.

Figura 55 - Tela inicial do jogo



Fonte: Print do autor

5.9.1 Usando as lentes

Retomando o esquema de análise proposto, são três as lentes vinculadas à estética: imaginação, beleza e transparência. O jogo, como simulação, busca reproduzir o ambiente religioso e os relatos de abuso a partir de elementos que intensificam no jogador a imaginação, fazendo com que sua imersão no ambiente do jogo estimule uma conexão com a realidade. Neste sentido, Schell (2011) esclarece que é preciso haver um equilíbrio sobre quais elementos podem inspirar ou inibir a imaginação do jogador. E que nem sempre é preciso detalhes realistas e de alta qualidade da estética de um jogo para que isso aconteça.

Pedopriest é feito em 2D (figura 56), com personagens que possuem nomes diferentes, mas tem exatamente o mesmo avatar da categoria na qual estão inseridos. São eles: mulher, homem, padre, silenciador, policial, deus e criança, nos três níveis do jogo. Apesar disso, por se tratar de um tema adverso, imaginar a situação das crianças e dos adultos silenciados faz o jogo se tornar cada vez mais real.

Figura 56 - Cenários e personagens usam arte em 2D



Fonte: Print do autor

Há sons que intensificam a experiência. O som ambiente é pesado e remete à densidade de uma atmosfera religiosa. Acima deles, há quatro efeitos sonoros que surgem em quatro situações distintas: o abuso de uma criança, que emite gemidos de sofrimento; a fala do silenciador, um murmúrio incompreensível que visa silenciar os adultos; o ruído da ligação telefônica, quando os adultos decidem chamar a polícia; o barulho de um helicóptero, quando um deus surge para salvar os padres violadores.

Figura 57 - Jogo tem arte em 2D



Fonte: Print do autor

São três níveis, como se observa na figura 57. O primeiro tem como cenário uma residência inserida em um ambiente ensolarado, com playground, telefone público e jardim. Um corte permite ver a parte interna da casa e seus três andares. O primeiro com hall de entrada e refeitório; o segundo, com os dormitórios; o último, banheiro e escritório. No nível médio há uma igreja e a

residência do padre, uma escola e uma quadra de basquete, além do jardim. O terceiro nível reúne no cenário todos os elementos dos dois primeiros. Em qualquer um dos níveis escolhidos para jogar, os personagens estão circulando pelo cenário.

A descrição acima leva em consideração a lente da beleza, ou seja, como os elementos que compõem o jogo podem ser interessantes e o que significam no contexto da experiência lúdica. Há uma caracterização em relação às cores para os personagens. As crianças são meninos de aparentemente seis anos no máximo, loiros, de olhos grandes e com camisas rosa. O homem adulto tem roupa verde e cabelo castanho. A mulher adulta é ruiva e tem roupa rosa. Os silenciadores estão vestidos em trajes vermelho e branco, como se fizessem parte do alto clero. Os padres vestem batina preta, são velhos e curvados. Os policiais estão vestidos com uniformes azuis e possuem distintivos. O deus aparece dentro de um helicóptero amarelo com o símbolo do jogo, também com roupas vermelho e branco, além de um capacete.

Quanto à transparência, a interface facilita a imersão no jogo, por ser simples e intuitiva. A interação é feita por meio do mouse em todas as fases. O jogador só consegue movimentar o silenciador, que se desloca entre os andares e é usado para intimidar os dois adultos. Quando o jogo é iniciado é possível se confundir com o uso do recurso de abdução, quando deus aparece em um helicóptero para resgatar um padre prestes a ser preso. Se o jogador não tiver lido o tutorial, pode pensar que deus está ali para salvar uma criança. Caso tenha lido, não há uma indicação de como o recurso pode ser usado - é preciso clicar no ícone na barra de ferramentas e, depois, no padre a ser salvo (figura 58).

Figura 58 - Nível 3 do jogo: deus ex machina salva um dos padres



Fonte: print do autor

Em outros momentos do jogo, não fica claro como os adultos podem telefonar para a polícia, pois o deslocamento não acontece por meio da intervenção do jogador. Como o *newsgame* tem o objetivo de denunciar o código de silêncio que há na Igreja Católica, o jogador deve desviar a atenção da mídia em relação aos escândalos, silenciando os adultos, distraindo os policiais, abduzindo os padres que estão na iminência de serem presos. Mas, a imersão na experiência, ouvindo os gritos das crianças, vendo a forma como acontece o abuso, por vezes estimula tentativas de evitar que eles aconteçam ou mesmo que os padres sejam presos. Neste sentido, o objetivo do jogo - vencer cada uma das fases, livrando os sacerdotes da polícia e desviando a atenção da mídia - pode ser burlado, quando o jogador não usa o recurso dos silenciadores nem da abdução divina. Neste caso, o resultado é o *game over*.

A mecânica de *Pedopriest* é simples e reforça a intencionalidade de seus desenvolvedores em construir a denúncia sobre a lei do silêncio. Apoiase no que Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) definem como retórica processual. O objetivo é claro desde o início - preservar o clero - mas é no processo de jogar o jogo que o clima de abuso e silenciamento instaurado podem estimular uma reflexão e, conseqüentemente, a decisão de perder o jogo intencionalmente.

Quanto ao estado dinâmico, os HUDs em *Pedopriest* (figura 59) dão *feedback* ao jogador sobre os personagens, pontuação e, também, sobre a atenção da mídia em relação aos casos de pedofilia entre sacerdotes. Como o objetivo é preservar os padres, afastar a mídia e silenciar os adultos, os elementos visuais fornecidos permitem que o jogador acompanhe sua evolução no jogo.

Sobre a emergência, as ações operacionais consistem em movimentar os silenciadores e tocar no telefone quando um dos adultos está próximo, fazendo com que um deles denuncie o que está acontecendo na igreja. As escolhas do jogador podem implicar em dois caminhos possíveis, conforme indicado nas análises acima: burlar o objetivo e prender o maior número possível de padres pedófilos, fazendo com que o silenciador não seja acionado e os policiais atendam ao chamado e efetuem a prisão; jogar para alcançar o desafio proposto, ou seja, afastar a mídia e silenciar todos os envolvidos.

Há algo extremamente doloroso na forma como o jogo se desenrola, ligado à lente da Ação. Diz respeito ao abuso propriamente dito. Não é possível, de

nenhuma forma, evitá-lo. É uma restrição do sistema. O jogador só tem controle sobre os movimentos dos silenciadores, sendo assim, é impossível evitar os abusos. Quando os adultos chamam os policiais, eles só prendem os padres se conseguirem presenciar o crime. Os adultos não interagem com a polícia.

O *background* de *Pedopriest* é a história publicada na BBC sobre o código de silêncio em relação aos casos de abuso de crianças por padres católicos. O tempo inteiro ela é demonstrada no *newsgame*. A narrativa, portanto, está integrada aos demais elementos da téttrade para reforçar a forma como eles acontecem e como as demais pessoas envolvidas - fiéis da própria igreja, representados no jogo pelos personagens adultos - terminam por ser intimidadas por outros membros do clero. É ela, também, que dita as opções usadas nos três níveis do jogo, quando se observam os vários ambientes nos quais o abuso pode acontecer. O fato dos policiais só enxergarem o problema quando o tem diante de si também reflete a realidade.

Quanto à sensação de liberdade na interação e controle do jogo, ela é reduzida propositalmente para reforçar a retórica processual. Os jogadores não conseguem impedir os abusos, apenas podem relatá-los ou, caso queiram jogar a partir da proposta estabelecida pelos desenvolvedores, evitar que os padres sejam presos.

Observando a lente da Tecnologia, *Pedopriest* pode ser baixado no site da italiana Molle Industries e, para ser jogado, precisa ser instalado no computador. É um jogo 2D construído em Adobe Flash Player, com versões para os sistemas operacionais Windows e IOS. A escolha pelo Flash é característica dos jogos produzidos na época, entre os anos de 2001 a 2014. Pode-se avaliar a tecnologia como sendo adequada à movimentação do jogador pelo ambiente, com rapidez na execução dos comandos, facilitando a experiência do jogo. Abaixo, o quadro síntese da etapa de análise:

Quadro 26 - Mecânica recria abusos e reforça percepção do código de silêncio

Operation: <i>Pedopriest</i>			
Código de silêncio da Igreja Católica sobre abusos sexuais cometidos por padres			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Estimula a imersão ao trazer sons e ambientes associados ao tema proposto, reforçando o impacto do abuso sexual por meio de gritos da criança e os murmúrios dos silenciadores. As roupas dos personagens contribuem na identificação dos envolvidos	Nas três fases há crianças, padres, mulheres, homens, silenciadores e policiais como personagens, aumentando a quantidade, de acordo com a evolução da fase. Os HUDs utilizados ajudam o jogador a acompanhar seu desempenho, ativar o recurso “deus” e verificar também o status de cada um dos personagens.	A narrativa é o background do jogo e é construída de maneira a fazer com que o jogador perceba que os abusos aconteciam e continuam acontecendo, sendo acobertados por fiéis silenciados, por outros membros do clero e, ainda, por uma polícia que só enxerga os fatos quando eles acontecem sob os seus olhos.	Tecnologia é essencial, sem espaço para inovação, utiliza o que era comum à época da publicação do jogo
Síntese do percurso: O fato - o código do silêncio envolvendo os abusos - é o cerne da mecânica do jogo. Afastar a atenção da mídia e salvar os sacerdotes são os objetivos do jogo e comandam a ação. A estética contribui para a imersão, por meio do som e de imagens. Há pouca liberdade e controle sobre os personagens ou enredo. O objetivo é claro, mas não há garantias de que o jogador vá salvar realmente os padres, pois é possível optar por prendê-los e, assim, perder o jogo.			

Fonte: Criação do autor

5.9.2 *Pedopriest* e suas formas de jogar

O percurso da notícia no caso de *Pedopriest* leva à exploração dos recursos da mecânica para garantir a jogabilidade. O *newsgame* pode ser considerado um jogo, pois reúne diversas de suas características, como ser uma atividade lúdica e voluntária, limitada por regras, com desafios, balanceamento entre as fases e ter resultado quantificável. É interessante observar que há duas formas de jogar: uma, atendendo ao que está sendo proposto, ou seja, desviar a atenção da mídia, livrar os padres da prisão e silenciar os envolvidos; outra, de acordo com a reação do jogador ao que está sendo exibido e reforçado pela estética, prender maior número possível de sacerdotes, o que leva a uma característica típica dos *newsgames*, o uso da retórica processual para reforçar a mensagem do jogo. Mesmo assim, ao jogador não é dada a possibilidade de evitar os abusos, apenas denunciá-los.

Quadro 27 - *Pedopriest* é newsgame da categoria jogo

Operation: <i>Pedopriest</i>		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
Possui interação por meio do mouse	Tem ação voluntária e jogador mexe com um dos personagens e com os ícones	Várias características de jogo estão presentes em <i>Pedopriest</i> : atividade lúdica e voluntária, fora da vida comum; regras, desafios, balanceamento entre fases, resultado quantificável
Newsgame da categoria jogo		

Fonte: Criação do autor

5.10 *Debate Night* (2008)

O *newsgame* foi produzido por Gonzalo Frasca com a equipe de Powerful Robot Studios, em 2008, reproduzindo um debate de ideias entre Barack Obama, do partido democrata, e John McCain, do partido republicano, candidatos à presidência dos Estados Unidos naquele ano. De acordo com Frasca, o *newsgame* combina a jogabilidade dos *games Zuma* e *Bejeweled*, familiares a jogadores, com uma trilha sonora especialmente composta pelo grupo da Powerful. (LUDOLOGY, 2015)

A proposta é trabalhar as ideias dos candidatos em relação a temas como saúde, Guerra do Iraque, petróleo, tabagismo, México, entre outras, com as ideias saindo da boca de McCain e indo na direção de Obama. Os temas eram, à época, tratados em ambas as campanhas, mostrando-se de interesse da população norte-americana. O jogo tem versões em dois idiomas: inglês e espanhol.

5.10.1 Usando as lentes

Da trilha sonora aos elementos do cenário e personagens, a lente da imaginação se apoia fortemente na percepção do que representa um debate nas eleições norte-americanas. A começar pela utilização da bandeira dos Estados Unidos sobreposta ao fundo azul do *background*, assim como os púlpitos onde ficam os candidatos. Eles estão em lados opostos da tela, assim como na campanha eleitoral. Já na tela inicial (figura 59), Obama aparece em destaque, ao lado do nome do *newsgame*.

Figura 59 - Tela inicial de Debate Night



Fonte: Print do autor

Como dito anteriormente, os ícones do jogo representam a plataforma dos candidatos. A segunda tela traz um grupo de quatro argumentos a serem escolhidos por Obama para enfrentar o adversário. Na figura 60, é possível observar os que surgiram nessa partida. São eles meio ambiente, México, saúde e assistência social.

Figura 60 - Seleção de argumentos



Fonte: Print do autor

O uso da lente da beleza é percebido quando da caracterização dos personagens, em estilo cartunresco, similar a caricaturas ou charges. São vários detalhes no cenário, além de ícones que remetem aos Estados Unidos. O uso das cores vermelho, azul e branco. O terno dos candidatos, assim como selos, balões e estrelas fazem parte da composição da interface e surgem com maior ou menor destaque dependendo do nível do jogo ou da tela na qual o jogador se encontra. Outro aspecto da beleza é o uso de uma trilha sonora e também de efeitos, como quando Obama é atingido repetidamente por vários argumentos de McCain.

A interface é clara, intuitiva e responde bem aos comandos executados. A forma de jogar é inserida logo abaixo da tela do jogo, no site oficial. É preciso formar grupos de no mínimo três ícones iguais para somar pontos para Obama. Quando os ícones dos argumentos escolhidos surgem, eles ganham um contorno em tom contrastante, que os destacam na tela. Ao ser combinados, outra elipse os envolve, como se estivessem mais fortes. A tipografia usada na barra de pontos lembra as de cronômetros ou relógios digitais. A bandeira americana aparece como marca d'água (imagem com transparência aplicada ao fundo) (figura 61).

Figura 61 - Argumentos durante a partida



Fonte: Print do autor

Com relação à mecânica, os elementos dispostos da interface são usados de acordo com a lente do estado dinâmico, permitindo que o jogador tome decisões a partir do que está sendo mostrado. Há *feedback* quanto aos acertos e erros, HUDs que indicam tanto a pontuação obtida quanto alteração no status dos ícones, principalmente quando são combinados. Quando isso acontece, há uma redução na velocidade com a qual os argumentos seguem na direção de Obama. Conseguindo combinar um número significativo e, ainda, o argumento selecionado na tela 2, a trajetória se inverte e os elementos atingem McCain, fazendo Obama vencer.

Quanto à emergência, há mudanças entre as fases do jogo. Na primeira, uma elipse é usada como trajetória para os argumentos, facilitando atingir os ícones e combiná-los. Na segunda fase, o percurso entre os dois candidatos é irregular, aumentando o grau de dificuldade. A velocidade também aumenta e, com ela, a chance de errar o alvo e perder. Em ambos os casos, as ações operacionais - escolha do argumento, mira e tiro nos ícones - vai implicar em ir para a próxima

fase ou ser atingido por uma enxurrada de golpes do candidato adversário. A lente da ação, portanto, traz este grupo de ações operacionais e, como ações resultantes, o acúmulo de pontos na barra de energia, nova fase, derrota ou vitória. Quando esta acontece, uma tela surge com a pontuação obtida por Obama (figura 62), que é modificada por Bush, aliado de campanha de McCain em 2008 (figura 63).

Figura 62 - Votação final



Fonte: Print do autor

Figura 63 - Bush troca os resultados



Fonte: Print do autor

A lente da narrativa é usada como plano de fundo do debate, relacionando o *newsgame* aos diversos momentos da campanha presidencial norte-americana. Sustenta, portanto, os demais elementos da téttrade. A lente da liberdade - ou a sensação dela - surge na forma como é possível atirar, sem necessidade de priorizar ícones específicos, até que o argumento selecionado na segunda tela do jogo apareça junto a McCain. Nesse momento, é preciso atirar no ícone e continuar atirando para poder formar grupos e ganhar pontos.

Quanto à tecnologia, é do tipo essencial. Mais uma vez o Adobe Flash Player é utilizado, neste jogo garantindo o movimento dos ícones e a possibilidade de atirar. Abaixo, a síntese do percurso.

Quadro 28 - Análise do percurso da notícia em Debate Night

Debate Night			
Confronto no debate entre Barack Obama e John McCain			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Interface clara e fácil de interagir. Uso de trilha e efeitos sonoros, favorecendo a imersão na experiência. Ícones, cenário e candidatos tem forte conexão com a realidade	Tiro e combinação de ícones para atingir os objetivos. HUDs dão feedback ao jogador e caracterizam a interface, auxiliando no processo de tomada de decisões.	Incorpora-se à mecânica, oferecendo tanto sensação de liberdade quanto um plano de fundo que permite a imersão no ambiente do jogo	Uso do Adobe Flash Player, tecnologia do tipo essencial, comum à época
Síntese do percurso: a notícia se transforma nos três elementos da téttrade, com o apoio da tecnologia			

Fonte: Criação do autor

5.10.2 Tiros e argumentos em ambiente de jogo

Consideramos o *newsgame* Debate Night um jogo, principalmente pela forma como a estética se alia à mecânica e, também, encontra suporte na narrativa - a cobertura dos eventos ligados às eleições presidenciais nos Estados Unidos. Há uma atividade voluntária, lúdica, fora da vida real. Os resultados são quantificáveis e variáveis, de acordo com o esforço do jogador. O jogo possui ainda balanceamento entre fases, aumentando o nível de dificuldade do desafio proposto. Ao incorporar tiros, movimentação e combinação dos ícones em trajetórias variáveis a mecânica aumenta o nível de envolvimento do jogador, assim como a imersão na experiência.

Quadro 29 - Debate Night é newsgame da categoria jogo

Debate Night		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
Narrativa é integrada à mecânica para compor o ambiente do jogo.	Tem atividade voluntária e lúdica, fora da vida comum e usuário interage com objetos	Há desafios, balanceamento entre fases, um grupo de regras claro, dentro de um sistema fechado. O resultado é quantificável e varia de acordo com o desempenho do jogador. É uma atividade lúdica, fora da vida comum e voluntária.
Newsgame do tipo narrativa interativa		

Fonte: Criação do autor

5.11 *Rihanna's Revenge* (2009)

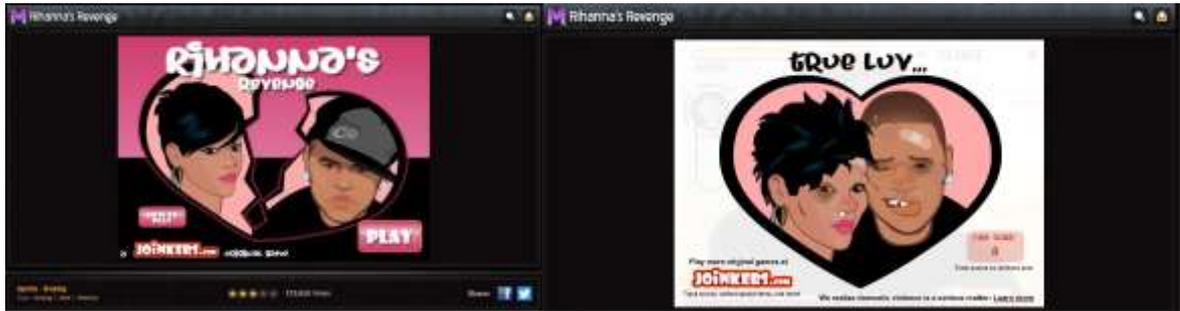
O jogo analisado foi lançado em 2009 nos Estados Unidos e é do gênero boxe. A plataforma - comum à maioria dos *newsgames* analisados - é o Adobe Flash Player. O modo de jogo é para uma pessoa. Baseia-se na notícia da violência doméstica sofrida pela cantora Rihanna. Como uma vingança, propõe ao usuário bater no ex-namorado da cantora, Chris Brown. Usam-se as teclas direcionais do teclado para atingir o alvo no rosto. A cada grupo de socos acertados, um termômetro vai aumentando a temperatura gradativamente, até chegar ao nível máximo. Quando isso acontece, o usuário pode ativar um golpe especial, usando a seta para cima do teclado. O golpe garante pontuação extra apenas se o usuário acertar no alvo quando ele está com o rosto centralizado.

5.11.1 Usando as lentes

Desde a página inicial, o *newsgame* utiliza elementos que buscam estimular a imaginação do jogador quanto à possibilidade de vingar a agressão feita à cantora Rihanna. O coração partido remete ao relacionamento que acabou. Os personagens são no estilo de cartum, bastante próximos à aparência real. Como o agressor é o cantor e rapper Chris Brown, *Rihanna's Revenge* insere o personagem em um cenário urbano, com silhuetas de prédios, carros e sinal de trânsito. As roupas do personagem são similares às usadas pelo cantor em seus shows. E a própria movimentação do alvo durante o jogo lembra o balanço desse tipo de música. O visual traduz, neste aspecto, a lente da imaginação, pois detalha apenas o suficiente para estabelecer a conexão com o jogador. Um exemplo são as mãos do jogador trazendo pulseiras, reforçando a ideia de que é Rihanna quem revida a agressão.

Quanto à lente da beleza ou à estética da experiência, há de se considerar a escolha de elementos que remetem ao relacionamento entre os personagens, como a cor rosa, um coração partido com os personagens em lados opostos na página inicial do jogo e um, outro, inteiro e com os dois juntos e agredidos no final do jogo (figura 64), quando é apresentado o escore alcançado pelo jogador. A tipografia lembra os grafites urbanos.

Figura 64 - Telas inicial e final do jogo. Ironia e indicação para organização de enfrentamento à violência doméstica



Fonte: Print do autor

Ao contrário de *1000 Days of Syria*, o som neste jogo estimula a imersão, pois há efeitos sonoros quando o soco acerta o Chris Brown, reforçado pelos gemidos emitidos pelo rapper, quando este desvia do golpe e quando o jogador reúne pontos suficientes para utilizar o *uppercut*. Além do som, à medida que se acertam os socos, o rosto do personagem é machucado, dando um *feedback* visual à progressão do jogador (figura 65).

Figura 65 - Progressão do jogador é percebida pelas marcas da agressão



Fonte: Print do autor

A interface demonstra a preocupação do game designer em facilitar a imersão na experiência lúdica, em conexão com a lente da Transparência. Há apenas uma fase de jogo e uma única tela para interação. Um tutorial indica como jogar - explicando que as teclas direcionais devem ser usadas para golpear o agressor e que a tecla P permite pausar a partida. Ao clicar em play, o jogo começa, com o personagem balançando a cabeça enquanto o jogador tenta acertar os golpes. Agrupados no alto da tela, barra de saúde, termômetro de golpes, pontuação e cronômetro (figura 65). Os ícones são facilmente reconhecíveis que,

aliados aos efeitos visuais que surgem no alvo e dão *feedback* sobre erros, acertos e bônus alcançados. Portanto, é clara, intuitiva e busca provocar o jogador a melhorar o seu desempenho no jogo. Um único ponto não muda durante a partida, podendo confundir o jogador: os ícones 0/6 e 0/1 que ficam entre o cronômetro e o score. Eles não sofrem nenhuma alteração ao longo do jogo.

Quando se avalia a mecânica do *newsgame*, percebe-se que a jogabilidade é facilitada pela inserção de HUDs em toda a tela, que mantém o jogador informado sobre a progressão da partida. Ao mesmo tempo em que joga, o usuário pode acompanhar sua pontuação, a saúde do alvo, o tempo restante, os combos extras alcançados. O personagem-alvo pode ser acertado dos dois lados do rosto e responde às agressões. O jogador pode, a partir do que está vendo, aumentar a velocidade dos golpes ou usar o *uppercut* assim que o termômetro alcança o nível máximo, tornando o desafio mais interessante à medida que o tempo está acabando.

A emergência não é um dos pontos chave de Rihanna's Revenge. O jogo não muda a partir das ações operacionais do jogador. As únicas ações resultantes que surgem ao longo da partida e ao final dela é o rosto cada vez mais ferido do personagem e o aumento ou não da pontuação obtida. Mesmo que não haja interação - ou deixando de jogar - ao final Chris Brown aparece ao lado da cantora, dentro de um coração (figura 66). Quanto às ações propriamente ditas, as operacionais dizem respeito aos golpes dados por meio das teclas direcionais. As resultantes, o aumento da velocidade dos golpes, os combos extras recebidos, a redução na barra de saúde do personagem, além do termômetro que, a cada um determinado número de golpes sequenciados, alcança o máximo e permite o *uppercut*.

Figura 66 - Fim do jogo



Fonte: Print do autor

Sobre a narrativa do *newsgame*, o fato que motivou a produção do jogo - a agressão sofrida pela cantora Rihanna - não faz parte do enredo. A vingança, no entanto, é o que garante o interesse, pois dá uma ideia de continuidade à história, modificando a narrativa original. É como se a cantora encontrasse o rapper na rua e resolvesse partir para a briga. Neste sentido, funciona para produzir sentidos e sustentar tanto a mecânica quanto à estética. O jogador tem a sensação de liberdade e controle do jogo quando interage: pode golpear mais rápido ou devagar, pausar, continuar, ou simplesmente observar o cantor sem agredir. Neste aspecto o jogo é falho, porque não oferece um resultado diferente para esta ação.

Quanto à tecnologia, o *newsgame* não oferece nada diverso de jogos de boxe similares. Aproveita o que já existe e constrói o artefato por meio de uma mecânica facilmente reconhecível. Esta opção é abordada por Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) quando observam a necessidade de produzir o jogo rapidamente em resposta a um acontecimento. Como a maioria dos *newsgames* analisados, usa-se o adobe flash player na produção. Abaixo, quadro síntese da análise.

Quadro 30 - Análise percurso da notícia em Rihanna's Revenge

Rihanna's Revenge			
Agressão do cantor Chris Brown à cantora Rihanna			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Contexto dos envolvidos na notícia é diretriz para a construção da interface (cores, tipografia, cenário) Sons favorecem a imersão, com efeitos sonoros <i>feedback</i> visual Tutorial	Uso de HUDs em toda a tela do jogo, permite ao jogador acompanhar sua progressão As ações operacionais consistem em bater no personagem-alvo. As resultantes dizem respeito ao <i>feedback</i> visual no personagem e aumento da pontuação	A notícia da agressão não faz parte do enredo, mas está relacionada a ele Sensação de liberdade no uso dos golpes ou para pausar o jogo	Tecnologia essencial com o uso de Adobe Flash
Síntese do percurso: A agressão em si, relatada pelos tabloides, não rendeu um jogo, pois apenas reforçaria o abuso sofrido pela cantora. O que se criou foi uma oportunidade de responder ao fato, ampliando a história original. O jogo se apropria disso na lente Mecânica, por meio de uma interface de jogo de boxe, HUDs que informam sobre a progressão no jogo e a pontuação obtida no final. O elemento Estética visa situar o jogador sobre o romance entre o casal e a natureza urbana do rapper.			

Fonte: Criação do autor

5.11.2 *Rihanna's* é um jogo

Quando da observação das características dos jogos, é possível verificar que há uma atividade lúdica, limitada por regras, realizada em um tempo determinado e fora da vida comum, em uma ação voluntária do jogador. Feito em resposta à notícia da agressão e lançado logo após a publicação, o *newsgame* tem assim o aspecto de imediatismo descrito por Treonor e Mateas, servindo para ser

jogado rapidamente após o evento. Mas depende, também, do reconhecimento do fato. Outros aspectos vinculam o jogo ao caráter social do jornalismo: na parte inferior direita da última tela, quando aparece o escore do jogador, há a frase *We realize domestic violence is a serious matter - learn more* indicando que, apesar de brincar com a situação de vingança sugerida, os produtores do jogo consideram a violência um problema. Um link leva ao site *The National Domestic Violence Hotline*, organização sem fins lucrativos criada em 1996 como parte dos esforços para combater a violência contra a mulher (figura 67).

Figura 67 - Caso o jogador clique no link, é redirecionado para a página de combate à violência contra a mulher



Fonte: Print do autor

Pode-se considerar o *newsgame* como um jogo no qual a notícia funciona principalmente como elemento para a criação de uma estética própria, determinada pelos personagens envolvidos. É por meio dela que o jogador pode interagir e dar continuidade ao fato. Como se trata de uma celebridade, a história amorosa de Rihanna continua sendo pauta para a imprensa. Neste sentido, o jogo permanece atual e remete a uma matéria de pesquisa ou suite¹⁰, na qual se busca conhecer mais uma determinada figura pública ou se insere o desdobramento de um fato. Abaixo, quadro síntese da análise.

¹⁰ Do francês suite, isto é, série, sequência. Em jornalismo, designa a reportagem que explora os desdobramentos de um fato que foi notícia na edição anterior. (Folha de São Paulo, 1996).

Quadro 31 - Elementos de jogos caracterizam o *newsgame*

Rihanna's Revenge		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
Interação com teclas direcionais	É uma ação voluntária porque depende da disposição do jogador em jogar, e manipular os objetos	É uma atividade lúdica, com regras, objetivos, obstáculos, tempo determinado, adversário e situação vencedora, em uma ação voluntária do jogador
Newsgame é considerado um jogo		

Fonte: Criação do autor

5.12 Fuga da Vila Cruzeiro (2010)

Baseia-se na fuga de traficantes da Vila Cruzeiro, na Penha, Zona Norte do Rio de Janeiro, quando 350 policiais provocaram a fuga em massa de criminosos da comunidade. Matéria publicada no Portal G1 detalhou a ação na época, apresentando imagens, gravadas de um helicóptero, mostrando “mais de cem homens entrando fortemente armados na mata, numa via que seria um dos acessos para o Conjunto de favelas do Alemão, na mesma região” (G1, 2014).

O objetivo do *newsgame* é abater o maior número possível de traficantes com um rifle de longo alcance, que estão subindo uma rua de terra atrás da vila. Publicado em 2010, usa como interface imagem da própria cobertura jornalística sobre a ação policial (figura 68). Está disponível para jogar no site Click Jogos, com classificação etária de 14 anos. Produzido em Adobe Flash Player.

Figura 68 - Imagem do Youtube que inspira a tela do jogo



Fonte: Print do autor

5.12.1 Usando as lentes

A lente da imaginação, relacionada à estética, faz uso da própria imagem divulgada por emissoras de televisão, à época, como interface do jogo. Assim, é possível oferecer o mínimo de informação ao jogador para que ele entre no universo do *newsgame* e sinta-se parte daquela realidade. Entretanto, a lente da beleza, no que diz respeito aos aspectos meramente visuais, é extremamente simples. Além da imagem congelada, há um círculo representando a mira do rifle de longo alcance, que ilumina uma estrada por onde passam os fugitivos (figura 69). Efeitos sonoros são incorporados, ampliando a imersão e dando *feedback* sobre a ação de atirar ao utilizar o mouse.

Figura 69 - Única tela do newsgame



Fonte: Print do autor

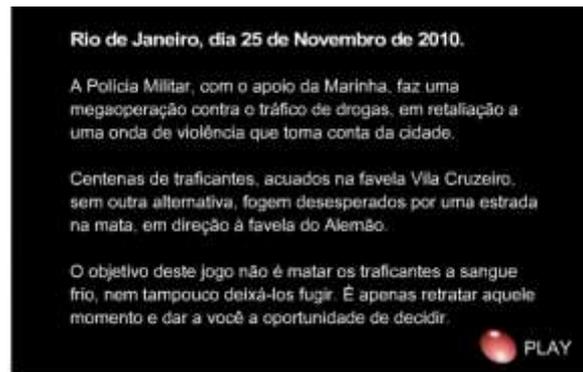
Quanto ao estado dinâmico, Fuga da Vila Cruzeiro tem HUDs indicando o número de traficantes foragidos e mortos pelo jogador (figura 69), no alto da tela, à esquerda. A mira - círculo dividido em quatro áreas - é precisa e responde aos comandos do mouse, tanto no processo de mirar quanto no de atirar. Se quiser, o jogador pode fixar-se num determinado ponto, próximo ao final da trilha, e atirar em qualquer fugitivo, esteja ele correndo a pé ou de motocicleta.

Não há emergência ou formas diversas de se alcançar o objetivo proposto. O jogador só controla o rifle e a quantidade de vezes em que atira. Assim, a lente de ação pressupõe como atividades operacionais mirar e atirar. Como resultantes, conseguir abater ou não os traficantes. Não há perda de munição ou policiais mortos.

A narrativa traduz os pontos apresentados na introdução (figura 70). Sem limite de tempo, é possível permanecer atirando indefinidamente, até que o

jogador decida sair do jogo. Portanto, a forma de jogar é similar à própria notícia da ação policial, que acuou os traficantes em uma estrada na mata. A lente da liberdade é percebida na forma como é possível deixá-los fugir, selecionar as áreas para os tiros, definir um único ponto para fazer isso.

Figura 70 - Tela de introdução dá o contexto da narrativa



Fonte: Print do autor

Quanto à lente da tecnologia, ela é do tipo essencial. Ou seja, os desenvolvedores usaram o Adobe Flash Player para a produção do *newsgame*. Não há inovação neste sentido. Abaixo, quadro síntese da análise.

Quadro 32 - Análise do percurso da notícia em Fuga da Vila Cruzeiro

Fuga da Vila Cruzeiro			
Fuga de traficantes da Vila Cruzeiro, na Penha, Zona Norte do Rio de Janeiro			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Apropria-se da própria tela da cobertura noticiosa para ser a interface do jogo. Incorpora o efeito sonoro de tiros, ampliando a imersão	Os objetos são a mira do rifle de longo alcance, que permite ao jogador ver de forma mais clara o alvo. Ação operacional limita-se ao clique para atirar, ação resultante, fugitivos abatidos ou que conseguem escapar	Presente na forma como há continuidade no episódio no jogo - a perseguição policial se traduzindo nos tiros. Também na introdução, que contextualiza a tela do jogo.	Uso do Adobe Flash Player, tecnologia do tipo essencial, comum à época
Síntese do percurso: Notícia se transforma na tela do jogo, que reproduz a ação da polícia por meio da mecânica de mirar e atirar.			

Fonte: Criação do autor

5.12.2 Brincando de atirar e acertar fugitivos

Fuga da Vila Cruzeiro tem a interação reduzida à mira do rifle de longo alcance. O *feedback* é sonoro quanto ao objeto e à quantidade de foragidos e mortos. Há uma atividade lúdica, fora da vida real que, no entanto, busca simular a atuação dos policiais em perseguição aos traficantes. Não há tempo determinado, o resultado apresentado na tela não dá conta do término da munição - sem uma regra para o quanto se pode atirar e nem por quanto tempo. O desafio de acertar os foragidos é alcançado facilmente em caso de o jogador posicionar o rifle no ponto final da estrada. Assim, todos podem ser acertados. Não há balanceamento ou mudança de ritmo dos personagens. Abaixo, quadro síntese da análise.

Quadro 33 - Fuga da Vila Cruzeiro é newgame da categoria brinquedo

Fuga da Vila Cruzeiro		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
A notícia é apresentada na tela de introdução	Tem atividade lúdica, fora da vida comum. Usuário interage com objetos - a mira do rifle quando atira	Há o desafio de acertar os alvos, sem que, no entanto, aconteça alguma progressão em termos de ritmo ou mudança de fase. Resultado é quantificado, mas não tem relação com a duração do jogo, que dura enquanto o jogador estiver na interface
Newgame do tipo brinquedo		

Fonte: Criação do autor

5.13 *Spent* (2011)

Spent é um newsgame que apresenta interação, seleção de alternativas e resultados compatíveis com a sua temática. No caso, a sobrevivência da pobreza e suas implicações, como a impossibilidade de as pessoas conseguirem se manter sem o apoio governamental e o número de desabrigados. Foi produzido pela agência McKinney, para os Ministérios Urbanos de Durham, nos Estados Unidos. Segundo dados do site oficial dos Ministérios, foram arrecadados mais de 45 mil dólares por meio de 25 mil novos doadores, conquistados por meio do newsgame, que ganhou versão mobile a partir de 2014. (URBAN MINISTRIES OF DURHAM, 2015).

5.13.1 Usando as lentes

Ao aceitar o desafio do jogo (figura 71) e ter de viver com U\$ 1.000 ao longo de 30 dias, o jogador imerge em uma experiência na qual terá de enfrentar

uma série de desafios, apresentados em forma de perguntas, dentro de contextos específicos relacionados a situações de pobreza.

Figura 71 - Tela inicial do jogo



Fonte: Print do autor

O primeiro deles, o fato de estar desempregado e ter de providenciar um emprego com urgência, por só ter lhe restado justamente o valor apresentado no início do desafio (figura 72). A lente da imaginação surge atrelada à narrativa, porque são os contextos e as alternativas oferecidos que criam a conexão com a realidade. Os elementos visuais são mínimos. A música usada como plano de fundo serve para intensificar a seriedade da situação vivida pelo jogador.

Figura 72 - Escolha de emprego é primeira questão apresentada ao jogador



Fonte: Print do autor

Ao longo de todo o jogo, as informações trazem detalhes realistas e envolvem desde a escolha do local de moradia (mais caro se próximo ao trabalho), como a solução para problemas de saúde e escolhas de alimentação. Neste sentido, sempre que o resultado surge, aparece também o contexto e dados relacionados,

como o surgimento da obesidade pelo consumo de *fast food*, opção mais barata, ou de hábitos como fumar por conta do estresse enfrentado no cotidiano.

Quando da observação da lente da beleza, o jogo tem um visual minimalista, com tipografia em caixa alta para os títulos e caixa alta e baixa nos textos. O background é preto, o que permite maior contraste com os elementos tipográficos e também os ícones. Há cuidado em diferenciar o texto usado em uma mesma tela, alternando as cores usadas. Ícones são simples e respondem ao mouse, informando o que cada um está representando (figura 73). Nas telas de transição, há textos com animação, saindo do centro da tela e continuando para as laterais. São envolventes pelo movimento e pela ilusão de profundidade em relação ao fundo da interface. O som também contribui para a imersão na experiência.

Figura 73 - Opção minimalista para a interface



Fonte: Print do autor

Quanto à mecânica, os elementos ligados ao estado dinâmico oferecem pistas do caminho a ser enfrentado pelo jogador. Os HUDs usados na interface dizem respeito aos recursos financeiros do jogador e desafios e soluções para momentos de crise (como doar sangue ou quebrar o porquinho do filho), à esquerda. A progressão dos dias localiza-se à direita da tela e possui destaque apenas quando se está vivendo o dia correspondente.

Pela qualidade das perguntas propostas e contextos apresentados, a mecânica de quiz não apresenta monotonia, o que às vezes acontece nesse tipo de mecânica. Quanto à emergência, há uma sucessão de alternativas que surgem a cada escolha do jogador e vários resultados vinculados. Em um exemplo, o jogador sofre de um problema dental e deve escolher se deve ou não iniciar um tratamento

ou usar paliativos. Ao escolher a primeira opção, o problema se agrava e o jogador termina gastando o dobro com o tratamento.

Quanto à lente da ação, permite como ações operacionais a seleção de alternativas e também o uso dos recursos adicionais, como a doação de sangue. As ações resultantes estão ligadas à emergência, variando de acordo com o escolhido. Neste sentido, há uma relação de problemas ligados ao subemprego que podem se ampliar ou reduzir, de acordo com as ações a eles relacionadas. Um item específico diz respeito a pedir ajuda aos amigos. Isso é feito por meio da conexão com o Facebook. Dessa forma, estimula-se o interesse pelo jogo, contribuindo para formar uma plataforma de ajuda, um dos objetivos dos idealizadores do *newsgame* (figura 74).

Figura 74 - Conexão com o Facebook para pedir ajuda aos amigos



Fonte: Print do autor

A lente da narrativa cria o contexto do jogo, ao fornecer informações antes e depois da seleção de alternativas. A sensação de liberdade funciona no limite para que o jogador sinta que pode escolher. No entanto, os desafios inspirados no cotidiano das pessoas pobres reduzem, assim como na vida real, esta lente. Ao final, quando obtém o resultado, novamente acontece a integração com as redes (Facebook e Twitter) e o pedido de doações para a instituição americana (figura 75).

Figura 75: Tela final do jogo



Fonte: Print do autor

Abaixo, o quadro síntese da análise.

Quadro 34 - Análise do percurso da notícia em Spent

Spent			
Sobrevivência da pobreza			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
É minimalista, usa som ambiente para favorecer a imersão, tem elementos de contraste entre as cores e ícones facilmente reconhecíveis	Usa da mecânica de um quiz para apresentar dados da narrativa, contextualizando sobre a situação de pobreza. A emergência é aplicada no desenrolar da história	Fornecer subsídios para a escolha das alternativas, aliando-se à mecânica quando das ações resultantes	Uso do Adobe Flash Player, tecnologia do tipo essencial, comum à época
Síntese do percurso: pelo seu caráter estático, o <i>newsgame</i> lembra o registro fotográfico de uma vigília pós-atentado, com estética e mecânica integrando-se a esta proposta.			

Fonte: Criação do autor

5.13.2 Seleção de alternativas envolve o jogador

Jogar *Spent* é enveredar por um universo no qual o enfrentamento da pobreza é uma realidade e, quanto mais o tempo passa, maior é o desafio de permanecer no jogo durante os 30 dias propostos. A estética minimalista contribui para a imersão e é aliada da mecânica no estilo quiz. Percebemos *Spent* como um jogo, pois tem atividade lúdica, voluntária, fora da vida comum, além de apresentar desafios progressivos e oferecer resultados diferentes de acordo com o que foi selecionado pelo jogador. Há um sistema fechado e formal, com regras definidas e resultado quantificável. A inserção do apelo social acontece na tela final com o resultado, quando da solicitação de doações para as mais de seis mil famílias atendidas pelo Urban Ministries of Durham.

Quadro 35 - Spent é newgame da categoria jogo

Spent		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
Narrativa surge aos poucos, durante a seleção de alternativas, com animações	Tem atividade lúdica e interação com os objetos, representados aqui pelos ícones das alternativas	É uma atividade voluntária, fora da vida comum e de caráter lúdico. Traz desafios que aumentam de nível gradualmente, porque a relação recursos x custos vai se intensificando, oferecendo resultados variáveis de acordo com o empenho do jogador. Percebe-se o uso de um sistema fechado com regras determinadas e apelo emocional
Newsgame do tipo jogo		

Fonte: Criação do autor

5.14 *Could you be a medallist?* (2012)

O jogo *Could you be a medallist?* foi publicado no site do The Guardian, por ocasião das Olimpíadas de 2012, em Londres. Com apelo retrô, traz elementos de jogos console da década de 1980, em uma homenagem da equipe desenvolvedora (figura 76). O processo de produção envolveu enfrentar uma série de complicações legais que envolvem a utilização do logo das Olimpíadas. A proposta, então, foi fazer com que os leitores pudessem comparar seus tempos com os dos grandes esportistas ao longo da história, por meio de um material interativo consistente e atrativo.

Figura 76 - Tela inicial do jogo



Fonte: Print do autor

Foram selecionadas quatro categorias olímpicas: corrida 100 metros, bicicleta, natação estilo livre e corrida de dez quilômetros. Os motivos foram a semelhança visual, oferecendo a oportunidade de reduzir o tempo gasto no

desenvolvimento das artes, e o fato de serem esportes nos quais os leitores poderiam conhecer melhor seu próprio tempo. (THE GUARDIAN, 2014)

5.14.1 Usando as lentes

A estética do newsgame foi intencionalmente estruturada para ser semelhante a jogos de console da década de 1980. A lente da imaginação se ampara nessa premissa, usando como elementos de conexão com a realidade as telas de personagens, as pistas de corrida e a piscina, as bandeiras dos países e contagem do tempo em cronômetro. O jogador seleciona inicialmente a modalidade que pretende disputar (figura 77).

Figura 77 - Seleção de modalidade olímpica



Fonte: Print do autor

A lente da beleza visa captar a atenção dos aficionados por jogos de console. O uso de figuras pixeladas, cores saturadas e vibrantes e de uma tipografia que remete aos jogos da época favorece a imersão do jogador na experiência. Utiliza-se o azul para a barra inferior das telas e fundo preto. As letras surgem em caixa alta e também são trabalhadas com pixels. Bandeiras de cada país são compostas da mesma forma, explorando em cada fase a semelhança com os gráficos de 8 bits (figura 78). O aspecto visual é reforçado pelos efeitos sonoros, que surgem tanto quando se decide jogar, já na página inicial, como quando o jogador termina a disputa e ouve os aplausos da torcida. Com relação à

transparência, a interface é clara e de fácil entendimento para o jogador. Os ícones são facilmente reconhecíveis.

Figura 78 - Tela para inclusão de nome e escolha de personagem e país



Fonte: Print do autor

Com relação à mecânica, é um newsgame do gênero corrida/obstáculos, simulando o ambiente olímpico. A lente do estado dinâmico é usada em HUDs que indicam tempo, energia, força extra, bônus, evolução de acordo com os concorrentes. Eles motivam o jogador a melhorar seu tempo e aumentar a frequência com que movimenta as teclas direcionais do teclado, usadas para a interação e movimentação do personagem escolhido. O cenário composto traz ainda a identificação do jornal The Guardian nas barras laterais da pista de corrida (figura 79)

Figura 79 - HUDs facilitam processo de decisões



Fonte: Print do autor

Com relação à emergência, a performance do jogador influencia nos resultados, bem como a escolha do tempo selecionado nas primeiras telas do jogo. As ações operacionais são correr, nadar e pedalar, tentando ultrapassar os concorrentes. As ações resultantes são vinculadas aos dados sobre os recordes dos atletas em cada uma das quatro modalidades, por ano (figura 80). Dessa forma, o jogador pode comparar seu resultado e tentar melhorar em uma próxima partida ou modalidade.

Figura 80 - Tela com recordes da modalidade



Rank	Name	Year	Time	Flag
1.	Florence Griffith-Jo	1988	00:10.54	USA
2.	Shelly-Ann Fraser	2008	00:10.78	USA
3.	Gail Devers	1992	00:10.82	USA
4.	Wilma Rudolph	1960	00:11.00	USA
5.	Annegret Richter	1976	00:11.08	GER
6.	L E A	2017	00:11.80	USA
7.	Fanny Blankers-Koen	1948	00:11.90	NED
8.	Ethel Smith	1928	00:12.30	CAN

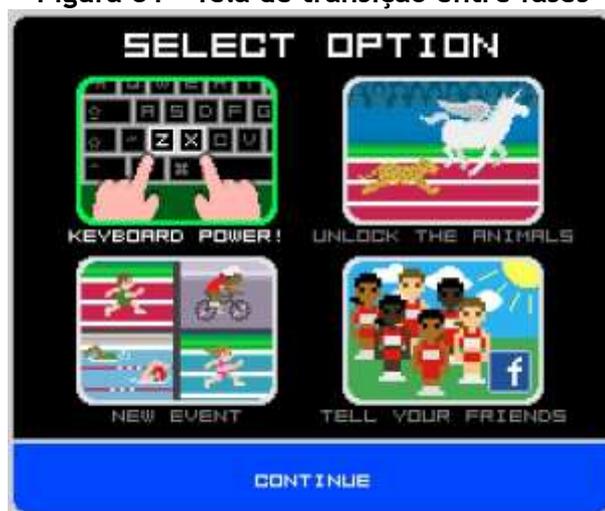
You would have beaten Fanny Blankers-Koen to a gold in 1948

>CONTINUE<

Fonte: Print do autor

Ao conquistar um tempo melhor, é possível destravar os bônus inseridos no newsgame, telas de transição entre fases. A primeira delas é a do teclado, em destaque na figura 81, mas também há desbloqueio de animais, falar com amigos ou novos eventos.

Figura 81 - Tela de transição entre fases



Fonte: Print do autor

A lente da narrativa surge como informação chave. Os recordes olímpicos são inseridos dentro do jogo, por meio da tela de resultados, colaborando para a compreensão da história da modalidade por meio dos atletas que a disputaram. A sensação de liberdade vem da escolha dos esportes, dos personagens e também do tempo e país de origem. É possível jogar sob as hostes de qualquer bandeira. Quanto à tecnologia, o jogo foi pensado para funcionar na plataforma web e também em mobile, representando uma significativa alteração no modo de produzir newsgames. A equipe Guardian Interactive “desenvolveu um mecanismo de renderização que muda perfeitamente entre os modos de exibição WebGL, Canvas e Flash, dependendo do navegador ou do dispositivo usado”. (The Guardian, 2015). Também há integração com o Facebook.

Quadro 36 - Análise do percurso da notícia em *Could you be a medallist?*

Could you be a medallist?			
Olimpíadas de 2012 em Londres			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
De estilo retrô, traz gráficos de 8 bits e cores fortes e vibrantes. Os sons também lembram os de jogos para console. A interface é clara e de fácil interação	Remete aos jogos de console da década de 1980, incorporando elementos similares no desenvolvimento de desafios, uso de HUDS na interface e ações operacionais	Diz respeito aos recordes olímpicos de grandes atletas. Cria sensação de liberdade no jogador.	Uso do Adobe Flash Player, tecnologia do tipo essencial, comum à época. Mecanismo desenvolvido pela equipe permite modos de exibição do jogo em canvas WebGL ¹¹ , além do Flash.
Síntese do percurso: percebe-se um menor balanceamento entre a narrativa e a mecânica. Esta última é, junto à mecânica, o grande atrativo do jogo. Tem conteúdo similar a um infográfico com dados dos atletas, mas apresenta as informações de forma muito mais dinâmica ao optar por essa estrutura de <u>game design</u>			

Fonte: Criação do autor

5.14.2 Jogo dos recordes

A similaridade com os jogos de console é tanta em *Could You be a Medallist?* que é impossível dissociá-lo das características essenciais aos jogos. Há uma reduzida utilização da notícia na composição do jogo, com dados similares aos encontrados em infografias que complementam matérias mais complexas. A opção por formatá-los em forma de um newsgame, além de se enquadrar na categoria de jornalismo de entretenimento, permite a inclusão do jogador como um personagem, com uma interação lúdica e divertida. Neste sentido, há um sistema fechado com regras formais, atividade voluntária, fora da vida comum, desafios, bônus e recompensas para o jogador, oferecendo resultados variáveis de acordo com o desempenho deste. A comparação entre os recordes de atletas e os obtidos pelo jogador integra o resultado. A seguir, quadro síntese da análise.

¹¹ WebGL (Web Graphics Library) é uma API do JavaScript para renderizar gráficos 3D e 2D dentro de algum navegador web compatível sem o uso de plug-ins. WebGL faz isso introduzindo uma API que está de acordo com OpenGL ES 2.0 que pode ser usada em elementos do HTML5 <canvas>. Fonte: https://developer.mozilla.org/pt-BR/docs/Web/API/WebGL_API

Quadro 37 - *Could you be a medallist?* é newgame da categoria jogo

Could you be a medallist?		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
-	Há interação com objetos e atividade lúdica, fora da vida comum	É uma atividade voluntária, fora da vida comum e de caráter lúdico. Traz desafios e oferece resultados variáveis de acordo com o empenho do jogador. Há recompensas e comparações entre recordes na apresentação dos resultados. Percebe-se o uso de um sistema fechado com regras determinadas e apelo emocional pela vontade de superar os resultados de anos anteriores
Newsgame do tipo jogo		

Fonte: Criação do autor

5.15 *Data Dealer* (2013)

O jogo trata do risco de exposição de dados pessoais. Com financiamento do governo austríaco e da cidade de Viena, *Data Dealer* teve versão demo lançada em 2012, recebendo em 2013 o prêmio de “Impactos mais significativos” da Game for Change em Nova Iorque. Até dezembro de 2013, 80 mil pessoas haviam testado o jogo, disponível online gratuitamente. A equipe de desenvolvedores

É um *newsgame* de simulação e estratégia, com estilo similar ao Farmville do Facebook. O objetivo é ampliar cada vez mais o império do jogador, por meio da compra e venda de dados obtidos nas diversas fases e de formas distintas, como um detetive, uma enfermeira ou uma empresa fictícia que administra os dados e os vende para empresas como hospitais. Em matéria publicada no site do *The Sydney Morning Herald* (2016), Wolfie Christl, um dos quatro principais designers do jogo, destacou que a maioria das pessoas não consegue imaginar que não se trata apenas de coletar, mas combinar essa grande quantidade de dados pessoais. Segundo ele, mesmo a informação mais aborrecida pode ser “uma mina de ouro”.

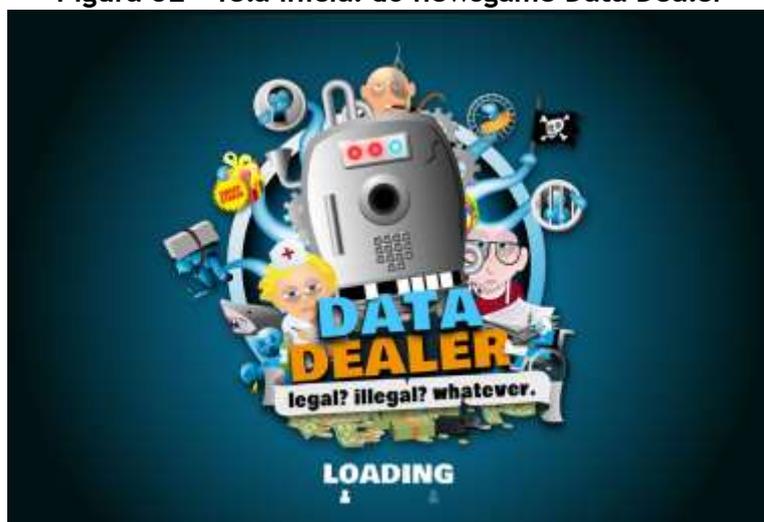
A matéria publicada relaciona o jogo ao problema da vigilância em massa e preocupações com a privacidade. Elas surgiram, principalmente, após o agente norte-americano Edward Snowden revelar a extensão da espionagem de civis realizada pela Agência Nacional de Segurança dos Estados Unidos. E traz dados sobre reunião do comitê de direitos da Assembleia Geral da ONU, que recém havia aprovado uma resolução sobre o direito à privacidade, na qual vigilância e

interceptação de dados podem ser consideradas práticas de violação ou abuso dos direitos humanos.

5.15.1 Usando as lentes

A estética de Data Dealer permite que o jogador vá construindo um mundo de negócios baseados nos dados - tanto na captação de perfis quanto na venda ou cruzamento de informações. Já na tela inicial (figura 82) questiona-se a legalidade desse tipo de recurso. É um jogo no qual os personagens e elementos da interface criam uma identificação com a realidade - a enfermeira, a *personal trainer*, os agenciadores - podem muito bem fazer parte do nosso cotidiano.

Figura 82 - Tela inicial do newsgame Data Dealer



Fonte: Print do autor

Os personagens envolvidos no jogo possuem o aspecto de caricaturas. Os ícones são feitos usando elementos facilmente reconhecíveis e com certa dose de humor. A lente da imaginação é usada de maneira a estimular a sugestão de redes, conexões e lucros advindos da negociação de informações. Quando o jogo é iniciado, um tutorial apresenta a forma de jogar bem como os desafios, incentivando a captação e cruzamento de dados para obter sucesso no universo do jogo (figuras 83 e 84).

Figura 83 - Personagem Marcos apresenta a forma de jogar



Fonte: Print do autor

Figura 84 - Tutorial



Fonte: Print do autor

Quanto à lente da beleza, o jogo é em 2D e possui estilo cartunesco. O uso das cores dá profundidade à interface, na qual os ícones vão sendo instalados pelo jogador, na medida em que enfrenta os desafios e faz a captação dos dados. Uma máquina no centro da página indica para onde estão indo as informações. As barras instaladas no alto da página permitem a navegação e aparecem em cores distintas quando uma está ativa. O padrão cromático é predominantemente azul, com elementos de contraste em laranja, amarelo, verde e vermelho. A tipografia remete ao universo tecnológico e das redes sendo, portanto, sem serifa e utilizando caixa alta nos títulos (figura 85).

Figura 85 - Interface do banco de dados



Fonte: Print do autor

A lente da transparência foi usada para a criação de uma interface clara e de fácil interação por parte do jogador. Abas, imagens, ícones, cores distintas para a coleta e a venda de informações, crescimento da rede ao longo das fases permite que o jogador também acompanhe sua progressão e o crescimento de seu “império” de dados.

Quanto à mecânica, é um jogo de estratégia no estilo Farmville. Assim, o jogador pode jogar ininterruptamente ou sair, conservando suas conquistas. O tempo é utilizado como moeda também, pois há períodos fixos para a captação de recursos ou venda de dados. O estado dinâmico traz HUDs que informam ao jogador sobre seu desempenho, com barras de energia, dados, dinheiro, popularidade e fases no alto da interface dando *feedback* nas partidas. O que permite ao jogador planejar suas atividades e crescimento entre as fases (figura 86).

Figura 86 - Interface traz indicadores da progressão do jogador



Fonte: Print do autor

A lente da emergência oferece inúmeras alternativas para as escolhas do jogador. Há várias formas de atingir os objetivos e desafios propostos, seja com o uso de empresas fictícias pelas quais o jogador obtém os dados ou de personagens que fornecem informações ou captação de clientes. Quanto à lente da ação, algumas das operacionais são limitadas de acordo com as fases. É preciso destravá-las a partir das missões e da quantidade de dados coletados.

A lente da narrativa permeia a mecânica quando se observa os modos como acontece a coleta de dados e o cruzamento das informações, alertando os jogadores sobre os riscos da exposição na internet e as estratégias utilizadas pelas empresas para obter esses dados. Os tipos de personagens do jogo bem como o tipo de informação de que eles dispõem facilita o processo de alerta sem que, para isso, haja a inclusão de textos ou telas de transição (figura 87).

Figura 87 - Ações presentes no jogo são apoiadas em uma narrativa de alerta



Fonte: Print do autor

A sensação de liberdade do jogo é explorada em todas as situações nas quais é preciso fazer escolhas para obter dados. É o jogador que escolhe quais os personagens e empresas que deseja usar, limitado tanto pela fase quanto pelos recursos disponíveis. Quando à lente da tecnologia, é do tipo essencial, comum à época. Abaixo, quadro síntese da análise.

Quadro 38 - Análise do percurso da notícia em Data Dealer

Data Dealer			
Ecossistema de dados pessoais na internet			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
O jogo é de estilo cartunescos e em 2D, com uso de cores e efeitos para criar profundidade na interface. Os ícones e personagens são facilmente reconhecíveis, estimulando a conexão com a realidade e a imersão na experiência. Sons apoiam as escolhas, assim como alertas visuais que surgem quando é preciso os dados podem ser coletados ou vendidos	Similar a títulos como Farmville, motiva o uso da estratégia pelo jogador. Tem um caráter de emergência moderado, porque os resultados dependem do tempo e dos recursos obtidos com os dados coletados. Há motivação extra para as ações operacionais, com a inclusão de bônus e missões, bem como de novos integrantes para o time das empresas	A narrativa surge quando da interação com o artefato. Os tipos de personagens envolvidos tem relação com as informações coletadas, alertando o jogador para o quanto está exposto. No banco de dados, um sistema de cruzamento de dados vai criando redes e permitindo ao jogador conhecer com maior detalhamento o processo de venda de dados e em que eles são úteis	Uso do Adobe Flash Player, tecnologia do tipo essencial, comum à época
Síntese do percurso: Narrativa integra-se à proposta da mecânica, com reforço na estética			

Fonte: Criação do autor

5.15.2 Informações em jogo

A mecânica de *Data Dealer*, similar a jogos como Farmville, permite uma interação com o *newsgame* que vai além de uma mera partida. Ela acontece por meio de um sistema fechado, com regras pré-estabelecidas, pelo qual o jogador deve trafegar, coletando dados, cruzando informações, mantendo sua popularidade e ganhando dinheiro. Neste sentido, uma série de desafios vai surgindo, assim como o balanceamento entre fases, permeado por missões que precisam ser cumpridas. Há uma atividade lúdica fora da vida comum e os resultados dependem do envolvimento do jogador, variando de acordo com a forma como *Data Dealer* é jogado. Ou seja, é preciso uma estratégia de crescimento. O *newsgame* possui resultados quantificáveis e, entre as diversas regras, elementos que só são desbloqueados quando se avança nas fases.

Quadro 39 - Data Dealer é newgame da categoria jogo

Data Dealer		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
-	Tem atividade lúdica, fora da vida comum e usuário interage com objetos	É uma atividade voluntária, fora da vida comum e de caráter lúdico. Traz desafios que aumentam de nível gradualmente, por fases, com inclusão de missões. Oferece resultados variáveis de acordo com o empenho do jogador. Percebe-se o uso de um sistema fechado com regras determinadas e apelo emocional no uso do humor
Newsgame do tipo jogo		

Fonte: Criação do autor

5.16 *1000 Days of Syria* (2014)

O último *newsgame* selecionado para a análise é o *1000 Days of Syria*. Foi lançado em 2014, é do gênero educação, ficção interativa e a plataforma usada é navegador para web. O modo de jogo é para um jogador. Traz informações sobre o conflito na Síria, criando situações nas quais o usuário precisa interagir reativamente com as opções apresentadas. Dá um panorama sobre a guerra, fazendo com que o usuário escolha um entre três personagens e tome decisões, a partir da situação chave apresentada.

5.16.1 Usando as lentes

A análise traz, inicialmente, a observação de três lentes do elemento Estética. A primeira delas, a imaginação, não oferece elementos visuais além do texto para uma maior conexão entre o jogo e o jogador. No entanto, o texto, por ser essencialmente descritivo, contribui para situar o usuário no que diz respeito aos dilemas vividos pelo personagem escolhido no início do jogo.

A proximidade entre o que está sendo relatado ao jogador com a realidade vivida pela população síria é reforçada por meio do uso de links em vermelho com o nome de lugares, figuras públicas ou acontecimentos específicos (figura 88). O usuário é municiado de informações para facilitar a escolha entre situações específicas apresentadas ao longo do jogo, cujos desdobramentos mudam de acordo com as alternativas selecionadas.

Figura 88 - Tela para escolha do personagem



Fonte: Print do autor

Os links, no entanto, levam o usuário para fora do ambiente do jogo, quebrando o estado de imaginação ou a imersão pretendida para a experiência (figura 89). É possível se perder nos detalhes, porque, apenas nessa primeira página, há cinco links disponíveis. Em benefício da apresentação de informações para situar o jogador neste primeiro momento do jogo, não é levado em consideração que existe uma possibilidade real do jogador ter sua atenção dispersada e, simplesmente, não voltar.

Figura 89 - Página da Wikipedia que surge quando o usuário clica no link Zine El Abidine Bem Ali



Fonte: Print do autor

Embora a lente da Transparência seja seguida - interface facilitando a imersão do jogador no mundo de *1000 Days of Syria* - no sentido, principalmente, de ser simples e funcionar corretamente, permitindo interação, a lente da Beleza, ou seja, a experiência estética do entretenimento, surge reforçando uma característica observada ao longo de todo o jogo: a descrição textual é o principal

elemento. Diante desta perspectiva, o que se tem é aparência de um site, com a divisão por seções e imagens apenas em duas situações específicas: na home (figura 90) e na aba Mapas (figura 91).

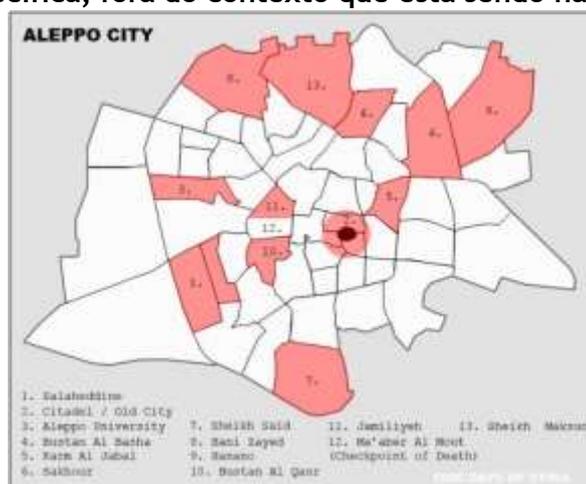
Figura 90 - Imagem da home do jogo *1000 Days of Syria*



Fonte: Print do autor

O isolamento dos elementos imagéticos dos contextos apresentados afasta ainda mais a perspectiva de considerar o *newsgame* um jogo. Observando os dois únicos mapas - o primeiro identifica os países envolvidos na guerra; o segundo, lugares da cidade de Aleppo - não há interação com os ícones de localização. Em ambos, os pontos não são clicáveis. Também não trazem outros dados ou imagens para reforçar a realidade bélica vivida pelos sírios e populações vizinhas ao longo dos 1000 dias sobre os quais o jogo é construído. Os mapas possuem interação limitada ao destaque da imagem quando algum ponto é clicado. A interface visual é simples e possui contraste: topo em preto com letras vazadas em branco, background em branco, texto em preto, links e alternativas em vermelho.

Figura 91 - Mapas poderia colaborar na imersão, mas são inseridos em uma aba específica, fora do contexto que está sendo narrado



Fonte: Print do autor

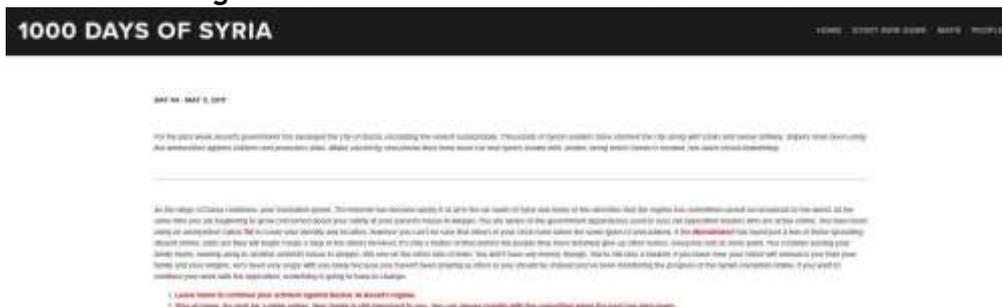
Outro ponto é a ausência de uma ambientação sonora na interação. A música de fundo remete à região, mas não permite nem uma melhor compreensão do jogo nem estimula a imersão. Ela só pode ser acionada na aba mapas. A informação aparece na home, antes da seleção de qual personagem será usado pelo jogador.

A mecânica em *1000 Days of Syria* será definida nesta análise por um conjunto de três lentes: Estado Dinâmico, Emergência e Ação. Em *1000 Days of Syria*, três personagens são apresentados ao jogador como opções para a jornada proposta - enfrentar o conflito por mil dias - a partir da seleção de três narrativas distintas na perspectiva de três personagens. São eles: uma mãe de família com dois filhos, vivendo em Daara; um jovem rebelde, de Aleppo; um jornalista *freelancer* americano instalado em Beirute. Eles são os principais objetos manipuláveis do jogo, de acordo com a lente Estado Dinâmico. O texto visa oferecer pistas para o processo de tomada de decisões. Semelhante a um *quiz*, há uma contextualização inicial no alto de cada página, uma referência à situação vivida pelo personagem escolhido e, por fim, as alternativas são apresentadas, na forma de duas ou três opções. Novamente o protagonista é o texto, tirando do jogador a oportunidade de compreender a situação narrada por meio de interações mais efetivas que não apenas o clique na alternativa desejada.

Quanto à Emergência, as ações operacionais consistem em ler o texto, clicar para avançar de página, selecionar as alternativas apresentadas (figura 92). As ações resultantes das decisões do jogador variam de acordo com a situação que

surge a cada vez em que é feita uma escolha. O objetivo do jogo é permanecer vivo em meio ao processo de tomada de decisões que boa parte dos envolvidos no conflito sírio vive em sua realidade. Na sequência de páginas, elas se tornam mais difíceis. Em nenhum desfecho o jogador sai totalmente vitorioso, porque vai perdendo amigos ou família. A tentativa de aproximar a realidade síria do jogador é estimulada pelo texto e pelas ações resultantes do que se escolhe no percurso.

Figura 92 - Alternativas simulam decisões reais



Fonte: Print do autor

Não há como negar que a narrativa de *1000 Days of Syria* é baseada essencialmente no texto apresentado ao longo das páginas. A parte superior do jogo é uma reportagem, com o acompanhamento do conflito sírio entre os dias 15 de março de 2011 e 9 de dezembro de 2013. Ao mesmo tempo, as alternativas selecionadas para o jogador interagir na pele de cada um dos três personagens são baseadas em relatos reais. Neste sentido, a história comanda os demais elementos da tétrede. Incorporando recursos de um quiz, ao sugerir alternativas, a narrativa consolida sua importância e se torna monótona para o jogador sem o hábito de leitura.

Quanto à Liberdade, ela existe em duas situações: na escolha de qual personagem será usado para jogar e na seleção de alternativas pelo usuário quando o jogo começa. A liberdade é limitada pelo número de personagens - só é possível escolher entre a mãe, o rebelde ou o repórter freelancer - e pelas alternativas às questões apresentadas, que variam entre duas e três. Além da reportagem em si, existem textos em diferentes páginas que contextualizam o jogador antes da pergunta sobre como ele deseja continuar. Nestes casos, a única escolha é clicar em “next” até chegar à página onde a pergunta é feita e a alternativa é selecionada. O número de escolhas de *1000 Days of Syria* dá uma sensação de

liberdade limitada (Shell, 2011), que deixa o jogador confortável e viabiliza o próprio jogo. Mais alternativas implicaria na emergência de outras histórias. No entanto, é possível burlar os resultados, quando se clica no comando “voltar” do navegador utilizado. Assim, o jogador pode refazer o caminho e permanecer vivo ao longo da história.

A lente da Tecnologia identifica no jogo analisado a do tipo essencial: torna possível o tipo de experiência a qual se propõe o *newsgame*, ou seja, navegar por textos e selecionar alternativas em páginas similares a um site.

Pode-se perceber que a ênfase do jogo é dada à reportagem. No caso, o elemento da Narrativa é priorizado em relação a todos os outros, estabelecendo a partir dele a forma como o *newsgame* é jogado, limitado pela leitura do texto e da seleção de alternativas também apoiadas na contextualização da informação. A seguir, partimos para analisar o quanto essa valorização contribui para que o artefato tenha suas características vinculadas às de uma narrativa interativa, um brinquedo ou um jogo. Finda a primeira etapa de análise, temos a seguinte síntese de acordo com a primeira etapa do modelo proposto (quadro 40):

Quadro 40 - Análise percurso da notícia em *1000 Days of Syria*

1000 Days of Syria			
Guerra na Síria			
Estética	Mecânica	Narrativa	Tecnologia
Vincula-se fortemente ao visual de um site e não favorece a imersão, tampouco estimula a imaginação do jogador	Conjunto de três personagens, decisões tomadas a partir de textos e alternativas, emergência pode ser modificada se o jogador voltar à página anterior. Ações possíveis são escolher os personagens, ler os textos, selecionar alternativas, seguir pelas páginas	Predomina a narrativa textual, similar a uma reportagem de um portal de notícias	Tecnologia é essencial, sem espaço para inovação
Síntese do percurso: Há uma descrição do conflito, do seu acirramento e das possíveis ações dos personagens. Tentativa de imersão por meio da narrativa textual, não há envolvimento direto com o conflito no <i>newsgame</i> . As escolhas e toda a imersão é obtida por meio da leitura dos textos.			

Fonte: Criação do autor

5.16.2 Narrativa interativa, brinquedo ou jogo?

A segunda etapa do esquema de análise permitiu identificar na amostra dos *newsgames* se eles podem ou não serem considerados jogos. A necessidade de

estabelecer o que é, realmente, o artefato, visa distinguir projetos limitados em aspectos como a definição de regras, desafios, balanceamento e resultados.

Jogar *1000 Days of Syria* é ser levado a navegar por entre as abas de um site. A estrutura é de uma reportagem especial sobre a guerra, nas quais são criadas situações pelas quais é possível interagir reativamente face às opções apresentadas. Os três códigos - visual, linguístico e sonoro - não favorecem a imersão, pois a ênfase é favorecer a imaginação por meio do texto aprofundado, que traz, ainda, links direcionando o usuário para fora do ambiente do jogo. É possível interagir no início do jogo, ao escolher entre um dos três personagens; ao ler o texto em cada página e clicar nos links ou nas alternativas apresentadas para a solução de problemas; clicando nos mapas para deixá-los em destaque.

É uma interação extremamente limitada. Na observação como um possível jogo, há um único objetivo: chegar vivo ao final dos 1000 dias de conflito. No entanto, essa “recompensa” é vinculada à realidade síria: muito vai se deixando pelo caminho para conseguir esse resultado. As regras são apresentadas ao longo da narrativa: escolher, no início do jogo, um dos três personagens para começar; ler os textos e escolher entre as opções apresentadas ou, em alguns casos, apenas seguir para a outra página. Elas podem ser burladas facilmente com o comando de voltar do navegador. O usuário pode mudar sua resposta quando quiser.

Durante as partidas, observou-se a falta de balanceamento nos desafios: praticamente todas as alternativas estimulam a criação de um dilema sobre qual caminho seguir. Há perdas para o personagem em todas elas. Pode-se afirmar que ela incorpora elementos de jogos, ao incluir alternativas para a continuidade da leitura da reportagem, tornando-se, portanto, uma narrativa interativa com elementos de jogos. Neste caso, as duas etapas de análise entrelaçam os resultados. Na perspectiva de Schell (2011), a narrativa é o elemento chave. Sendo observado pela lente das características dos jogos, a narrativa continua o elemento principal, incorporando uma reduzida interação. Abaixo, quadro síntese da análise:

Quadro 41 - Narrativa com elementos de jogos

<i>1000 Days of Syria</i>		
Elementos característicos		
Narrativa interativa com elementos de jogos	Brinquedo	Jogo
<p>O <i>newsgame</i> é, essencialmente, baseado no código textual.</p> <p>Tem interação ao longo da narrativa, sendo ela reativa</p> <p>A imersão é constantemente quebrada pelos links que redirecionam o jogador a espaços fora da página do jogo</p>	<p>É uma ação voluntária porque depende da disposição do jogador em ler o texto</p>	<p>Tem uma única regra: ler e seguir adiante, com o desafio de manter-se vivo até o final podendo ser burlado voltando a página do site. Não tem tempo definido, não oferece atividade lúdica</p>
Narrativa interativa com elementos de jogos		

Fonte: Criação do autor

No próximo capítulo, sintetizamos os resultados obtidos, discutindo o que observamos ao longo da pesquisa e da aplicação do modelo de análise.

6 DISCUSSÕES

Partindo do que foi analisado ao longo deste capítulo, é possível compreender o quanto o game design deve ser compreendido como um instrumento para a construção de jogos mais engajadores e que propiciem o entendimento dos temas abordados, a partir das notícias que lhe deram origem. É importante destacar que o apelo dos newsgames é o de justamente permitir usar o fato para criar um ambiente mais imersivo, com engajamento e diversão.

O desafio é transformar a notícia em jogo, sem que ela se transforme em uma mera reprodução de uma imagem com elementos de interação e nenhuma informação relevante que sustente sua narrativa. Também, explorar caminhos para que o enredo seja trabalhado na forma da mecânica do *newsgame*, apoiado em uma estética que favoreça a imersão na experiência. Foi neste sentido que percebemos os newsgames mais ágeis e interessantes. O desafio é, portanto, fazer com que game designers busquem balancear os elementos da notícia com as características de jogos, de maneira a oferecer produtos melhores dentro da mecânica de jogo escolhida. Abaixo, um quadro síntese com o resultado das análises.

Quadro 42 - Resultado das análises dos *newsgames*

País	Nome do Jogo	Ano	Temática	Tipo de newsgame
EUA	1. Whack-Osama	2001	Osama Bin Laden - guerra ao terror	Jogo
Uruguai	2. Kabul Kaboom!	2001	Ajuda humanitária na guerra do Afeganistão	Brinquedo
EUA	3. The Suicide Bomber Game	2002	Terrorismo	Brinquedo
EUA	4. Can You Spot the Threats?	2002	Terrorismo	Jogo
Uruguai	5. September 12th	2003	Guerra ao terror pós 11 de setembro	Brinquedo
Uruguai	6. Madri	2004	Atentado em Madri	Brinquedo
Dinamarca	7. 3rd World Farmer	2005	Dificuldades da agricultura em um país pobre	Narrativa interativa com elementos de jogos
Inglaterra	8. Climate Challenge	2006	Baseado em dados reais de mudança climática e políticas de redução da emissão de CO2	Jogo
Itália	9. Operation: Pedopriest	2007	Baseado nos casos de abuso sexual na Igreja Católica	Jogo
Uruguai	10. Debate Night	2008	Debate entre McCain e Obama em 2008	Jogo
EUA	11. Rihanna's Revenge	2009	Agressão de Chris Brown à cantora Rihanna	Jogo
Brasil	12. Fuga da Vila Cruzeiro	2010	Fuga de traficantes da Vila Cruzeiro, na Penha, Zona Norte do Rio de Janeiro	Brinquedo
EUA	13. Spent	2011	Falta de moradia, emprego, pobreza	Jogo
Inglaterra	14. Could You be a medallist?	2012	Olimpíadas de 2012	Jogo
Dinamarca	15. Data Dealer	2013	Ecossistema de dados pessoais na internet	Jogo
EUA	16. 1000 Days of Syria	2014	Conflito civil na Síria	Narrativa interativa com elementos de jogos

Fonte: Criação do autor

Outro ponto a ser observado. Alguns dos *newsgames* analisados, mesmo possuindo todas as características de jogos, deixaram de lado as informações, sem oferecer um balanceamento entre a notícia e a jogabilidade. Foi o caso de *Whack-Osama*, *Debate Night*, *Rihanna's Revenge*, nos quais é preciso ter um repertório maior para a compreensão da notícia em forma de jogo. Vem daí o que Sicart e Frasca acreditam ser intrínseco dos *newsgames*: a necessidade de serem lançados próximos aos eventos que o inspiraram.

É o caso do *newsgame Boy do Bote*, não analisado nesta pesquisa por ser um aplicativo para mobile, mas incluído no estado da arte. Trata-se de uma produção pernambucana independente, que levou apenas três dias entre a concepção e publicação na Play Store, destinado a *smartphones* com sistema Android. A mecânica é simples, a estética contextualiza o fato na Região Metropolitana do Recife, sendo uma narrativa transmídia que surgiu espontaneamente, em resposta a um evento. No caso, as enchentes de 29 de maio de 2016 e um vídeo viral, produzido por um passageiro de ônibus. Junto com o *newsgame*, páginas no facebook, perfis no instagram e ainda memes e bregas funk. O interesse no jogo foi proporcional à proximidade do fato.

Quanto aos *newsgames* com caráter de brinquedo, eles pecam por não envolver emocionalmente o usuário na interação com o artefato. Por vezes, como em *Fuga da Vila Cruzeiro*, o jogo apresenta os pontos obtidos mas não determina um tempo específico para a partida, repetindo *ad infinitum* uma mesma estrutura ou fase. No caso de *The Suicide Bomber Game*, é uma experiência repetitiva, que após as primeiras tentativas vai se tornando monótona.

Também são brinquedos os *newsgames Madri*, *September 12th* e *Kabul Kaboom!*, pela utilização de uma retórica processual que impede os jogadores de ganhar ou por não ter prevista nenhuma condição de vitória. Não há placar, progressão nas fases, balanceamento. O fato/notícia, assim como a mecânica escolhida, é usado para reforçar um ponto de vista. Nos três exemplos citados, a solidariedade face ao terrorismo, a inutilidade dos combates, a ironia das supostas guerras humanitárias.

Nas narrativas com elementos de jogos, como em *3rd World Farmer* e *1000 Days of Syria*, a monotonia se instala principalmente no primeiro. Não há desenvolvimento da tecnologia para criar animações convincentes e favoráveis à

imersão. Também não se explora a emergência na mecânica no primeiro deles. Qualquer situação pode surgir a partir das escolhas e, às vezes, independente do que se escolheu, provocando situações nas quais o jogador não deveria ter sido penalizado. Em *1000 Days of Syria*, há um excesso de links que fazem o jogador sair do ambiente e enveredar por outros sites, como a Wikipedia. Não há animações e as alternativas propostas em forma de quis tem sempre a mesma base visual.

Destaques são os jogos produzidos pela italiana La Molle Industria, como forma de ativismo digital. O *newsgame Operation: Pedopriest* traz uma retórica processual que a partir do desafio proposto - estabelecer o código de silêncio sobre os abusos sexuais de sacerdotes, afastando a atenção da mídia e usando deus para salvar o clero - instiga no jogador a reflexão sobre o absurdo vivido ao longo da história. Se o jogador opta por seguir as regras, sai vitorioso a cada uma das três fases. Se, no caso, perturba-se (como eu na primeira partida) com as cenas e os choros das crianças, termina por buscar prender os padres, mesmo que para isso perca a fase.

O exemplo dinamarquês *Data Dealer* ampara-se no cotidiano de cada um de nós e nas notícias sobre o uso de dados e a consequente violação dos direitos humanos quando estes são vendidos como informação para conglomerados de saúde ou outros. Favorece a imersão trabalhando as formas como a captação e cruzamento de dados acontece, sem que haja um texto sendo usado para transmitir informações. Como Gee (2005) comenta, é preciso inserir situações no contexto de um jogo sério, ao invés de uma imensa quantidade de textos que precisam ser lidos. Ao apresentar personagens caricaturados, mas bem próximos à realidade, destaca o quanto estamos expostos a ter nossos dados coletados.

Spent, apesar da estrutura de quiz, coloca o jogador na pele de um personagem que luta para viver com o filho durante 30 dias, enfrentando situações que remetem à crise e suas consequências, como o subemprego, moradias insalubres, tabagismo, obesidade pela baixa qualidade da comida. Neste sentido, colabora para a imersão na experiência e o envolvimento emocional do jogador, que ainda tem a opção de solicitar apoio aos amigos para conseguir manter-se durante o mês. A emergência da mecânica é explorada habilmente, pois em alguns casos, ao tentar economizar, termina por gastar o dobro do previsto inicialmente.

No newsgame *Can You Spot the Threats?*, do tipo jogo, a estética é usada para reforçar a imersão na experiência, estando vinculado ao próprio conteúdo do site de notícias onde foi publicado. Surge como um complemento à notícia, similar a uma imagem ou infografia que traduzisse visualmente o que acontece nos aeroportos.

Com proposta similar, *Could You be a medallist?* é um newsgame de estilo retrô, com uma estética que se apropria tanto dos gráficos 8bits quanto dos sons de jogos para console da década de 1980 para criar uma experiência imersiva. Apoiar os conteúdos do *The Guardian* relacionados às Olimpíadas de 2012, em Londres. Funciona como um jogo no qual é possível conhecer as marcas dos atletas de vários países ao longo da história, elemento que substitui de forma muito mais agradável e emocionante um infográfico, por exemplo.

Climate Challenge também se ampara na notícia sobre a emissão de carbono e as negociações enfrentadas para reduzir o impacto climático. O visual é estático, com imagens em forma de croquis em preto e branco, sobre um fundo colorido. Há animação apenas nas cartas e nas telas de transição, o que provoca monotonia após algum tempo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os *newsgames* são um tipo de narrativa transmídia que surgiu em 2001, após os atentados terroristas de 11 de setembro, nos Estados Unidos. Ao longo desses 16 anos nos quais a produção vem se desenvolvendo, percebemos seu caráter de jogo sério impede, muitas vezes, o consumo da notícia por um meio lúdico, que estimule o debate e a reflexão ou apenas divirta quem o joga.

Como artefatos de design, os *newsgames* deveriam balancear o conteúdo da notícia geradora do artefato com as características que um jogo possui. Os pressupostos de Bogost, Ferrari e Schweizer (2010), de que um *newsgame* pode ser qualquer interseção entre o jornalismo e o jogo abre espaço para inúmeros projetos como os artefatos aqui analisados. Entretanto, percebemos ao longo da pesquisa que a diversão ou o caráter desafiador dos jogos, bem como regras e objetivos claros não são premissas de criação. O que provocou a necessidade de analisarmos os motivos pelos quais, em grande parte, são monótonos ou desinteressantes.

O levantamento realizado no estado da arte permitiu que observássemos as características dos modelos de análise utilizados por pesquisadores nacionais e internacionais e publicados em portais e periódicos. Essa etapa foi essencial para compreensão da forma como os *newsgames* estão sendo trabalhados. Neste sentido, pudemos avaliar que os modelos não consideram, em sua maioria, o *newsgame* como um jogo, na percepção do que deve ser considerado em seu desenvolvimento para um design propício à jogabilidade. Zagallo é um dos poucos autores que vão de encontro a isso, quando compara as características do artefato a jogos casuais.

Nas pesquisas, os autores buscaram direcionar a análise para aspectos de transmídiação, comunicação, análise do discurso e elementos de interação. Um deles observou a sua relação com a economia criativa e monetização, enquanto outros dois detalharam elementos da usabilidade do artefato, trazendo ainda também pressupostos teóricos relacionados à jogabilidade. Estes dois modelos são similares e produzidos pelo mesmo grupo de autores, tendo sido apresentados em dois congressos internacionais que tratam de usabilidade: a International

Conference on Applied Human Factors and Ergonomics (AHFE) e o Human-Computer Interaction International (HCI), ambos em 2015.

A análise apresentada foi complementada por testes com usuários, nos quais os pesquisadores usaram heurísticas de usabilidade como *feedback* do sistema e mensagens de erro, além de critérios de jogabilidade para avaliar o caráter da interação com os jogadores, bem como a imersão destes na experiência, considerando se foi divertida ou não. O número de *newsgames* analisados em cada uma das pesquisas também se mostrou reduzido, chegando ao máximo a seis na dissertação de mestrado de Lins (2017), do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE.

Os *newsgames* analisados nesta pesquisa foram publicados no período entre 2001 e 2014. Para fins da pesquisa, utilizamos como referência o site *Newsgamesvault*, diretório mantido por jornalistas brasileiros até 2016, quando foi desativado. Ele continha um total de 84 jogos, publicados em 11 países, estabelecendo um ranking pelo número de produções. Estados Unidos surgia em primeiro, com 24, e o Brasil em segundo, com 18 jogos. Alguns deles não estão mais disponíveis online para jogar. Para esta pesquisa, a seleção envolveu aqueles produzidos por desenvolvedores independentes ou os publicados em sites e portais de notícias. Foram descartados os produzidos para campanhas políticas por partidos adversários, como estratégia de campanha. Estes podem envolver pesquisas futuras, nas quais se verificam o engajamento na temática e a opção de votos declarada.

Pautados pelo estado da arte, estabelecemos um total de 28 jogos para a análise, com o recorte de duas produções a cada ano de publicação. Dez deles são dos Estados Unidos, pela acessibilidade ao material e por ser o país com o maior número de *newsgames* produzidos, de acordo com o diretório *Newsgamesvault*. Os outros 18 se distribuem pelo Brasil, Uruguai, França, Escócia, Japão, Inglaterra, Itália, Canadá, Áustria e Dinamarca. Quando da impossibilidade de encontrar duas produções em um mesmo ano, optamos por incluir um maior número nos anos subsequentes.

O objetivo foi observar os *newsgames* em duas fases. Na primeira etapa de análise procuramos estabelecer como a notícia se transformou em jogo por meio da utilização da téttrade elementar de Schell, trabalhando especificamente o *game*

design dos *newsgames*. Portanto, a téttrade surge em um primeiro momento, quando analisamos a mecânica, a estética, a tecnologia e a narrativa dos *newsgames*, por meio de lentes específicas também apresentadas por Shell. Essa fase do trabalho nos permitiu observar como quais aspectos da notícia se associam aos elementos da téttrade. Antes detalhar a segunda etapa de análise, é preciso destacar que todos os jogos analisados usaram uma mesma tecnologia, o Adobe Flash Player. Em um período de 14 anos, do primeiro ao último jogo selecionado, a mesma engine vem sendo utilizada.

Na segunda etapa de análise consideramos os resultados apresentados na primeira fase de avaliação do artefato digital. Assim, buscamos associar os elementos da téttrade às categorias que definimos como aplicáveis aos *newsgames*, sendo elas: narrativa interativa com elementos de jogos, brinquedo e jogo. Um número reduzido apresentou as características de jogos detalhadas na fundamentação teórica. Nestes, a notícia foi transposta de forma a valorizar a estética e a mecânica no artefato, deixando claro para o jogador o objetivo proposto e as regras, em um sistema fechado no qual havia resultados quantificáveis e balanceamento nos desafios.

Observar os *newsgames* em relação ao seu game design e às características de narrativa, brinquedo ou jogo permitiu compor um painel para a criação de artefatos mais engajadores, com mensagens claras, que ofereçam experiências imersivas e lúdicas. Neste sentido, discordamos quando Bogost, Ferrari e Schweizer indicam que os *newsgames* são toda e qualquer interseção entre jornalismo e jogos. Pelo material analisado, cerca de 50% deles não chega a ser exatamente um jogo.

Observamos nos artefatos selecionados que, quando a narrativa era priorizada, ou seja, a história dentro da notícia, os resultados apontaram para narrativas interativas com elementos de jogos. Quando apenas a estética (elementos visuais) e uma ação dentro da mecânica (atirar, clicar, mover) era explorada, o *newsgame* vinculou-se às características de brinquedos, por permitir a interação ou o movimento de objetos na interface. Naqueles nos quais a estética e a mecânica tiveram consistência em relação à temática, com investimento em recursos visuais, objetivos e regras, contribuindo para a imersão e o envolvimento do jogador, o *newsgame* alcançou o perfil de jogo.

Todavia, apontar as características negativas dos *newsgames* serviu, aqui, para contribuir com o trabalho conjunto de comunicadores, jornalistas e designers no desenvolvimento desse gênero de jogo. Ao criar um guia relacional entre a notícia e os elementos da téttrade de Shell, torna-se possível planejar e definir com maior segurança aquilo que se pretende como resultado final na produção de um *newsgame*.

Nesse sentido, o guia nortearia a escolha dos elementos a serem explorados, de acordo com o tipo de notícia, considerando ainda se valeria ou não produzir um *newsgame* sobre ela. Se o fato permite explorar os elementos da narrativa e se pretende incorporar escolhas ou alternativas para os jogadores, o resultado seria uma narrativa interativa. No caso de explorar exclusivamente uma mecânica com estética simplificada, o *newsgame* seria do tipo brinquedo. E no caso de aprofundar a notícia por meio da estética, da narrativa e da mecânica, considerando ainda as lentes selecionadas nesta pesquisa, os resultados apontam para um *newsgame* do tipo jogo, fornecendo uma experiência engajadora envolvente e que realmente provoque no leitor o desejo de jogar.

Na perspectiva de Bogost, Ferrari e Schweizer (2010), assim como na de Frasca, a retórica processual faz parte dos *newsgames* e incentiva o debate público sobre temas como o terrorismo, a violência, abusos e outros temas sérios. No entanto, ao impedir o jogador de ganhar, cria-se um impasse, porque os *newsgames* perdem o desafio e burlam as regras do jogo. A grande maioria dos artefatos analisados que incorporaram a retórica processual, impedindo o jogador de vencer, pode ser considerada como da categoria brinquedo. Mostraram-se possuidores de ações extremamente repetitivas, com apenas uma fase, sem balanceamento ou desafios, não deixando claro também qual a pontuação do jogador nem os resultados que estão sendo alcançados.

Outro aspecto - extremamente importante - diz respeito ao *newsgame* ser um artefato digital cujo game design pode contribuir para o debate de informações ou maior aprofundamento da notícia. Neste sentido, nos preocupamos em apresentar dados que demonstram a atuação das produtoras independentes no debate de temas sérios.

7.1 Desdobramentos

Uma das perspectivas apresentadas durante o estudo é a quase inexistência de pesquisas relacionadas aos *newsgames* como aplicativos mobile. Dada a evolução das *engines* para criação de jogos e o aumento da publicação de títulos para os sistemas IOS e Android, é possível que se ampliem, também, a quantidade de *newsgames* independentes específicos para smartphones. Entre os que encontramos durante a pesquisa, o V de Vinagre, sobre os protestos de junho de 2013, e o *Boy do Bote*, produzido após as inundações na Região Metropolitana do Recife, em maio de 2016, após viralização de um vídeo no qual um rapaz tentava pegar (ou dar o bote em) o smartphone de um passageiro de ônibus.

Outro ponto a ser considerado é o engajamento provocado pelos *newsgames*, bem como sua durabilidade ou curva de interesse entre os jogadores. Assim como a notícia, existe a possibilidade dele ter um período de validade, melhor dizendo, um tempo específico para permanecer atual e interessante. Quando analisamos o *newsgame* Rihanna's Revenge foi possível observar que o jogo funcionou como uma espécie de suite da matéria sobre a agressão sofrida pela cantora, em uma espécie de desejo compartilhado por seus fãs mas que, efetivamente, nunca aconteceu.

Futuramente seria interessante a produzir testes com jogadores de maneira a identificar quais provocam maior engajamento. Ou de que forma se pode estabelecer um mecanismo que incorpore a retórica processual, transmita uma mensagem de interesse público, incentive o debate e tenha elementos de jogos fortes o suficiente para que o aplicativo continue sendo interessante e motivando as pessoas a jogar.

REFERÊNCIAS

- 3RD WORLD FARMER. **About**. Disponível em <<https://3rdworldfarmer.org/>> Acesso: 8 Jun 2014.
- ABT, Clark C. **Serious Games**. Lanham: University Press of America, 1987.
- ACOSTA, Daniele Rufino de Medeiros. **Transição e inovação: as potencialidades dos newsgames para o jornalismo on-line**. Dissertação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. UFSC, 2016. Disponível em <<http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2016/06/Danielle-Rufino-de-Medeiros-Acosta.pdf>> Acesso: 18 maio 2016.
- AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? E outros ensaios**. Chapecó: Arghos Editora da Unachapecó, 2010.
- ALZAMORA, Geane; TARCIA, Lorena. Convergence and transmedia: semantic galaxies and emergent narratives in journalism. *Brazilian Journalism Research*, 2012, Vol.8(1), p.22. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/407>> Acesso em: 8 Set 2013.
- AMARAL, Diego Granja; FRANCO, José Messias. **A imagem através do espelho: O sujeito Ocidente e a razão do poder em jogos documentais**. Lumina. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF ISSN 1981- 4070 Vol.11, nº1, abril 2017. Disponível em <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/698>> Acesso: 2 jun 2017.
- ANDRADE. **Games em pauta: a relação entre jogos eletrônicos, weblogs e jornalismo online**. CONECO RIO - 3º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, Rio de Janeiro, UERJ, 2008. Disponível em: <https://www.academia.edu/7310832/Games_em_Pauta_A_relacao_entre_jogos_e_letronicos_blogs_e_jornalismo_online> Acesso em: 3 Mai. 2013.
- ARAGÃO, Rodrigo Martins. **newsgames: navegabilidade e o conceito de interatividade no jornalismo online**. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=39592>> Acesso em: 15 Mar. 2013.
- ARAÚJO, Daniela; MONTEIRO, Marko. **Limites da interatividade em formatos jornalísticos: um estudo da construção e interação de um newsgame brasileiro**. *Revista Tecnologias e Sociedade*. Editora Ângulo 140, Jan./Mar de 2015. Disponível em <<http://publicacoes.fatea.br/index.php/angulo/article/viewArticle/1744>> Acesso: 8 maio 2016.
- ARAÚJO, Maicon Hackenhaar; STEIN, Mônica Stein; ROMÃO, João Jair da Silva. **Jogo e serious games: conceito e bons princípios para análise do jogo SpaceCross, da Volkswagen**. Disponível em:

<http://sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/artedesign/AD_Short1.pdf
> Acesso em 10 maio 2014.

AWEBIC. Brasil. Teste. Qual candidato a presidente mais combina com suas ideias. Disponível em <<https://awebic.com/brasil/teste-qual-candidato-presidente-mais-combina-com-suas-ideias/>> Acesso: 20 nov 2014.

BARBOSA, S. A.; TORRES, V. O paradigma ‘Jornalismo Digital em Base de Dados’: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. Galaxia (São Paulo, Online), n. 25, p. 152-164, jun. 2013. Disponível em:
<<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/10398/11381>>
Acesso em: 12 Dez. 2013.

BBC. The world at seven bilion. Disponível em <www.bbc.co.uk/news/world-15391515> Acesso em: 10 Fev. 2013

BBC. Climate Challenge. Disponível em
<http://www.bbc.co.uk/sn/hottopics/climatechange/climate_challenge/>
Acesso: 20 Out 2014

BLOG DOS NEWSGAMES. Newsgames entre as NCT’s que emulam informação que interessa aos usuários. Disponível em
<<http://blogdonewsgames.blogspot.com.br/search?updated-max=2012-03-04T06:56:00-03:00&max-results=16&reverse-paginate=true&start=16&by-date=false>>
Acesso: 20 abr 2012.

BOGOST, Ian. Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames.
Cambridge: MIT Press, 2007.

BOGOST, Ian; FERRARI, S.; SCHWEIZER, B. Newsgames: journalism at play.
Cambridge: MIT Press, 2010.

BRASIL EL PAÍS. Por que Osama Bin Laden conseguiu escapar de Tora Bora?
Disponível em:
https://brasil.elpais.com/brasil/2014/01/30/internacional/1391100448_098204.html
> Acesso: 30 mar 2014.

CALLOIS, Roger de. Los Juegos y los Hombres: la Máscara y el Vértigo. Tradução de Jorge Ferreiro. 1. reimp. México, Fondo de Cultura Económica, 1994.

CARPIO, Paola Elizabeth Sánchez. Newsgames como futura herramienta del periodismo en Ecuador: Análisis a partir de propuestas de juegos serios y nuevos formatos digitales periodísticos en el país. Tese de graduação em Periodismo Multimedios. Universidad San Francisco de Quito, 2014. Disponível em
<<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/4203>> Acesso: 30 abr 2015.

CARTOONIST. Disponível em <<https://cartoonist.soe.ucsc.edu/>> Acesso: 14 Jul 2016.

CARVALHO, Breno José Andrade de. **Doodle games: análise da marca mutante jogável da Google**. Dissertação em Design de Artefatos. UFPE. Disponível em <<http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/13196>> Acesso: 12 Jun 2015.

COSTA, Luciana Miranda; ASSIS, Bruno Monte. **Newsgames e divulgação científica as potencialidades de Filsofighters para aliar informação e entretenimento**. Lumina. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF ISSN 1981- 4070. Vol.10, nº3, dezembro 2016. Disponível em <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/489>> Acesso: 12 maio 2016.

DA SILVA, W. **Newsgames: webjornalismo e conexões com jogos eletrônicos**. RENEFARA, 2 abr. 2012. Disponível em <<http://www.fara.edu.br/sipe/index.php/renefara/article/view/65>>. Acesso em: 20 Jan. 2013.

DÉDA, Talita; Zagalo, Nelson. **Newsgames e Social Games como ferramentas atuantes em novos modelos comunicativos de engajamento**. Disponível em <https://www.academia.edu/709340/newsgames_e_Social_Games_como_ferramentas_atuantes_em_novos_modelos_comunicativos_de_engajamento>. Acesso: 25 Mar. 2012.

DERRYBERRY, Anne. **“Serious games: online games for learning”**. I’m Serious.net. Disponível em <http://www.adobe.com/products/director/pdfs/serious_games_wp_1107.pdf> Acesso: 30 de mar de 2014.

DJAOUTI, Damien. **Serious Game Design: Considérations théoriques et techniques sur la création de jeux vidéo à vocation utilitaire**. Thèse. Toulouse: Université Toulouse III Paul Sabatier (Informatique), 2011. Disponível em: <http://www.ludoscience.com/files/these_djaouti.pdf> Acesso em: 5 Nov. 2013.

DOMÍNGUEZ, E. **Periodismo inmersivo. Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y en la acción**. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Ramon Llull (Comunicación), 2013. Disponível em: <<http://www.tdx.cat/handle/10803/108956>> Acesso em: 18 Dez. 2013.

DREYFUSS, Henry. **Designing for people**. New York: Allworth, 2003.

FECHINE, Yvana. **Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras**. In: Revista Contracampo, v. 31, n. 1, ed. dezembro-março ano 2014. Niterói: Contracampo, 2014. Págs.: 5-22. Disponível em <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/viewFile/694/430>> Acesso: 5 Maio 2016.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Bin Laden vira alvo em jogos no computador**. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1010200121.htm>> Acesso: 15 Ago 2016.

FRANÇA, Lilian Cristina Monteiro. **Interatividade, expressividade e engajamento no newsgame “De volta a 1964: sua vida em tempos de ditadura”**. Revista Comunicação e Sociedade, vol. 27, 2015. Disponível em <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/2105>> Acesso: 7 maio 2016.

FRED DI GIACOMO. **Dez jogos para entender os newsgames no mundo**. Disponível em <<https://freddigiacomowordpress.com/2011/11/22/10-jogos-para-entender-os-newsgames-no-mundo/>> Acesso: 6 fev 2014.

FREITAS, Marcus Vinícius de Oliveira. **Jogando a notícia: análise qualitativa e comparativa dos newsgames como ferramenta jornalística**. 2013. 54 f. Monografia (Bacharel em Jornalismo). Curso de Jornalismo. Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS, 2013. Disponível em <<http://repositorio.upf.br/xmlui/handle/123456789/307>> Acesso: 10 out 2015.

G1. **Ação da polícia provoca fuga em massa de criminosos na Vila Cruzeiro**. Disponível em <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2010/11/imagens-mostram-criminosos-fugindo-da-vila-cruzeiro.html>> Acesso: 29 set 2014.

GAMES FOR CHANGE. **September 12th a toy world**. Disponível em <<http://www.gamesforchange.org/play/september-12th-a-toy-world/>> Acesso: 8 set 2014.

GEE, James Paul. **Good video games and good learning**. Academic ADL Co-Lab. Disponível em <<http://www.academiccolab.org/initiatives/papers.html>> Acesso: 16 Jun 2015.

GENVO, Sébastien. **Looking at the history of video games through the prism of ludicisation processes**. Kinephanos, ISSN 1916-985X. History of Games International Conference Proceedings, January 2014. Disponível em: <<http://www.kinephanos.ca/2014/ludicisation/>> Acesso: 12 Maio 2014.

GIANNETTI, CLAUDIA. **Estética digital: sintopia da arte, a ciência e a tecnologia**. Belo Horizonte: Editora C/Arte, 2006.

GÓMEZ GARCÍA, S. y Navarro Sierra, N. (2013). **Videojuegos e Información. Una aproximación a los newsgames españoles como nueva óptica informativa**, Icono 14, volumen 11 (2), pp. 31-51. doi: 10.7195/ri14.v11i2.604. Disponível em <<http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/604>> Acesso: 14 Jan. 2014.

GUTIÉRREZ, Pedro Juan. **Trilogia Suja de Havana**. Rio de Janeiro: Alfaguara, 2017

HENN, Ronaldo. **Os fluxos da notícia: uma semiose sistêmica**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. Coleção Estudos Dirigidos. 4a edição. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.

KISHIMOTO, Tizuko Morchida. **O jogo e a educação infantil**. PERSPECTIVA. Florianópolis, UFSC/CED, NUP, n. 22, p. 105-128, 1994.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução: Susana Alexandria. 2. ed. Amp. e atual. São Paulo: Aleph, 2009.

JULL, Jesper. **Half-Real Video Games between Real Rules and Fictional Worlds**. Cambridge, MA: MIT Press. 2005.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. Série Princípios. São Paulo, Editora Ática, 1985.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Editora Loyola, 1998.

LOPES, Gilliard. **Jogos Eletrônicos Conceitos Gerais**. Acedido a, v. 30, 2010.

LUDOLOGY. **My games**. Disponível em <http://www.ludology.org/my_games.html> Acesso: 23 Jun 2014.

_____. **Obama's Videogame Debate Night**. Disponível em <<http://www.ludology.org/2008/09/obamas-videogame-debate-night.html>> Acesso: 3 Jul 2015

MANOVICH, Lee. **The Language of New Media**. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2001.

_____. **Novas mídias como tecnologia e ideia: Dez definições**. IN O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Editora Senac,

MARROCCO, María Celeste. **De Espectador Cinematográfico a Interactor: Art Games y newsgames, Expresiones artísticas en el Siglo XXI**. Revista TOMA UNO (N° 2): PAGINAS 153-165, 2013 / ISSN 2313-9692 (impreso) / ISSN 2250-4524 (electrónico). Depto. de Cine y TV - Facultad de Artes - Universidad Nacional de Córdoba - Argentina. Disponível em: <<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/toma1/article/view/9334>> Acesso em: 19 Jun. 2014.

MOREIRA LINS, Thiago José. **A mensagem em jogo: uma análise narratológica dos newsgames, segundo os valores-notícia**. Dissertação em Comunicação. UFPE. (2017).

MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck: o futuro das narrativas no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultural, Unesp, 2003.

NEWS BBC. **Panorama**. Disponível em <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/panorama/5389684.stm>> Acesso: 09 Fev 2016

NEWSGAMING. Disponível em: <<http://www.newsgaming.com/faq.htm>>. Acesso em: 02 MAI 2012.

NORMAN, Donald. **Design Emocional: Porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2004.

_____, **Design do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2006.

OLIVEIRA, Rodrigo de Oliveira; ACADROLLI, Aline Bernardi. **Newsgames: um estudo na internet sobre notícias e jogos**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. 13, nº 1, janeiro a julho de 2016. ISSN 1984-6924. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n1p115>> Acesso: 15 maio 2016.

PLANO BRAZIL. **Visão noturna Parte I- A origem & tecnologias**. Disponível em <<http://www.planobrazil.com/visao-noturna-parte-i-a-origem-tecnologias-2/>> Acesso: 4 Jun 2015.

PLAYABLEMEDIA. Disponível em <<http://playablemedia.org/>> Acesso em: 30 mar 2016.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Design de interação: além da interação homem-computador**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **Interação Mútua e Interação reativa: uma proposta de estudo**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 12, junho 2000, semestral. p.81-96. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3068/2346>> Acesso: 17 Jul 2016.

PURPOSESUL GAMES. **Kabum Kaboom!** Disponível em <<<http://purposefulgames.info/post/18541478721/kabul-kaboom>>> Acesso: 10 Mar 2015.

ROGERS, Scott. **Level Up: um guia para o design de grandes jogos**. São Paulo: Blucher, 2012.

RUGGIERO, Dana N. **The Compass Rose of Social Impact Games**. International Journal of Computer and Electrical Engineering, Vol. 5, No. 6, December 2013. Disponível em: <<http://connection.ebscohost.com/c/articles/93997398/compass-rose-social-impact-games>> Acesso em: 4 Mar. 2014.

RIBEIRO, Janaina de Oliveira Nunes; ARAÚJO, Daniela Camila. **Jogar para informar: Uma análise do newsgame como dispositivo de imersão e interatividade**. Anais do 1o Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://confibercom.org/anais2011/pdf/285.pdf>> Acesso em: 13 Out. 2013.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Tradução de Jacob A. Pierce. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ROUSE III, R. **Game Design: Theory & Practice**. 2ed. Texas: Wordware Publishing, Inc., 2005.

ROZENFELD, H. **Gestão de Desenvolvimento de Produtos - uma referência para a melhoria do processo**. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **A heterologia da interação no ciberespaço**. In LEÃO, Lúcia. **Cibercultura 2.0**. São Paulo: U. N. Nojosa, 2003.

SALEN, Katie e ZIMMERMAN, Eric. **Regras do Jogo. Fundamentos do Design de Jogo**. Volume I. São Paulo: Blucher, 2012.

SANTOS, Santa Marli Pires dos (org). **Brinquedoteca: A criança, o adulto e o Lúdico**. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.

SEABRA, Geraldo. **Newsgames: demarcando um novo modelo de jornalismo online**. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/Blognewsgames/newsgames-demarcando-um-novo-modelo-de-jornalismo-onlinepdf>>. Acesso em: 10 Jul. 2013.

_____. **Newsgames - Games como emuladores de notícia. Uma proposta de modelo de Jornalismo Online**. Disponível em: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/80/Artigo_Games_Not%C3%ADcia.PDF> Acesso em: 10 Jan. 2013.

SHELL, J. **A arte de game design: o livro original**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

SICART, Miguel. **Newsgames: Theory and Design**. Entertainment Computing ICEC 2008. Vol. 5309. Pag. 27-33. Disponível em: <<http://miguel sicart.net/writings/>> Acesso em 25 Abr. 2013.

SCOLARI, Carlos A. **Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan**. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/119756745/1r-Capitulo-Narrativas-Transmedia>> Acesso em: 18 Fev. 2013.

SHUYTEMA, Paul. **Design de games: uma abordagem prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SIMS, Roderick. **Interactivity: A Forgotten Art?** January 27, 1997.[Online] Disponível em <<http://intro.base.org/docs/interact/>> Acesso: 21 Mai 2015.

SLACK, Nigel, CHAMBERS, Stuart, HARLAND, Christine. **Administração da produção**. 1ª. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SUPER ABRIL **Filosofighters**. Disponível em <<http://super.abril.com.br/multimedia/filosofighters-631063.shtml>> Acesso: 02 Jul 2014.

_____. **Site da revista Superinteressante**. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/>> Acesso em 01 Mar 2013.

SWAIN, Chris. **Designing Games to Effect Social Change**. In *Situated Play*, Proceedings of DiGRA 2007 Conference, 805-809. Disponível em: <<http://www.digra.org/dl/db/07311.09363.pdf>> Acesso em: 6 Mar. 2013.

TEIXEIRA, Carla; CARVALHO, Breno; AGRA, Jarbas; MARTINS, Valeska; LINS, Anthony; SOARES, Marcelo; NEVES, André. **Newsgames: Gameplay and Usability in Simulation Games**. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/281317113_Newsgames_Gameplay_and_Usability_in_Simulation_Games> Acesso: 24 Jul 2016.

TEIXEIRA, Carla; CARVALHO, Breno; SOARES, Marcelo; NEVES, André; LINS, Anthony; AGRA, Jarbas; MARTINS, Valeska; SOARES, Gabriel. **Usability and Gameplay in Newsgames: A Comparative Analysis of the Genre of Documentary Published in Brazilian News Portals**. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/283224876_Usability_and_Gameplay_in_Newsgames_A_Comparative_Analysis_of_the_Genre_of_Documentary_Published_in_Brazilian_News_Portals> Acesso: 23 Jul 2016.

TEIXEIRA, Carla; ROCHA JR, Dario; AGRA JR, Jarbas. **Boy do bote: o percurso transmídia de uma notícia**. Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas - DT Multimídia do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação de 2016. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3235-1.pdf>> Acesso: 17 Dez 2016.

THE SIDNEY MORNING HERALD. **Game teaches risks of personal data exposure**. Disponível em <http://www.smh.com.au/digital-life/digital-life-news/game-teaches-risks-of-personal-data-exposure-20131205-2yv0k.html>> Acesso: 15 Nov 2016.

THE WORLD AT SEVEN BILLION. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/news/world-15391515>> Acesso em: 10 Fev. 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística / uma comunidade interpretativa internacional**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.

TREANOR, Mike; MATEAS, Michael. **Newsgames: Procedural rhetoric meets political cartoons**. Digital Games Research Association, 2009. Disponível em: <<http://coolvideogames.org/goto/http://www.wingchunsantacruz.com/gamesandart/research/newsgames-DiGRA2009.pdf>> Acesso em: 30 jun. 2013.

UOL. **O que mudou na aviação após o 11 de setembro**. Disponível em: <<http://airway.uol.com.br/o-que-mudou-na-aviacao-apos-o-11-de-setembro/>> Acesso: 10 Fev. 2016.

VIDEO JUEGOS INFORMATIVOS. Disponível em <https://videojuegosinformativos.files.wordpress.com/2015/07/1401001401_global-conflicts-palestine.jpg> Acesso: 15 Maio 2015

URBAN MINISTRIES OF DURHAM. Disponível em <umdurham.org>
Acesso: 23 Jul 2015

VYGOTSKI, L. S.. **A formação social da mente**. Livraria Martins Fontes Editora Ltda. São Paulo - SP 1991. 4ª edição brasileira.

ZAGALO, Nelson. **A singularidade da linguagem dos videojogos**. Disponível em: <http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=por&id=83> Acesso em: 6 de dezembro 2013.

Newsgames:

3RD WORLD FARMER. Disponível em <<https://3rdworldfarmer.org/>> Acesso: 19 Set 2014

1000 DAYS OF SYRIA. Disponível em <<http://www.1000daysofsyria.com/>> Acesso: 21 Nov 2015

CAN YOU SPOT THE THREATS?. Disponível em <http://www.nbcnews.com/id/34623505/ns/us_news-security/t/can-you-spot-threats/> Acesso: 12 Out 2014

CLIMATE CHALLENGE. Disponível em <http://www.bbc.co.uk/sn/hottopics/climatechange/climate_challenge/> Acesso: 25 Jul 2015

COULD YOU BE A MEDALLIST? Disponível em <<https://www.theguardian.com/sport/interactive/2012/jul/23/could-you-be-a-medallist>> Acesso: 18 Jun 2017

DATA DEALER. Disponível em <https://beta.datadealer.com/#sign_up> Acesso: 13 Maio 2015

DEBATE NIGHT. Disponível em <http://jogosonline.uol.com.br/debate-night-obama-s-unofficialgame_22591.html#rmcl> Acesso: 6 Jun 2014

FUGA DA VILA CRUZEIRO. Disponível em <<http://www.clickjogos.com.br/Jogosonline/Tiro/Fuga-da-Vila-Cruzeiro/>> Acesso: 10 Jun 2014

KABUL KABOOM!. Disponível em <<http://ludology.typepad.com/games/kabulkaboom.html>> Acesso: 24 Jul 2013

MADRI. Disponível em <<http://www.newsgaming.com/games/madrid/>> Acesso: 15 Jan 2014

OPERATION: PEDOPRIEST. Disponível em <<http://www.molleindustria.org/en/operationpedopriest/>> Acesso: 13 Maio 2015

RIHANNA'S REVENGE. Disponível em <<http://www.newgrounds.com/portal/view/485965>>

Acesso: 30 Mar 2015

SEPTEMBER 12TH. Disponível em

<<http://www.newsgaming.com/games/index12.htm>> Acesso: 24 Jul 2014

SPENT. Disponível em <<http://playspent.org/>> Acesso: 29 Ago 2015

THE SUICIDE BOMBING GAME. Disponível em

<http://666games.net/Violent/Flash/Play/219/Suicide_Bombing.html> Acesso: 18 Mar 2016

WHACK-OSAMA! Disponível em <<http://www.newgrounds.com/portal/view/32070>> Acesso: 18 Mar. 2016