

**O cenário político em jogo:
uma análise do newsgame *Super Impeachment Rampage***

***The political scenario in game:
An analysis of the newsgame *Super Impeachment Rampage****

Carolina Dantas de FIGUEIREDO¹
Thiago José Moreira LINS²

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar o *newsgame Super Impeachment Rampage*, lançado em 2016. Para isto serão elencados os valores-notícia dos fatos que inspiraram sua criação, considerando-se de que forma eles estão inseridos dentro do contexto do jogo. Baseados em notícias de grande repercussão, os *newsgames* são uma categoria dos *serious games* que aliam a informação e o entretenimento de forma a proporcionar novas experiências para o público-leitor, assim como sedimentar o conhecimento sobre diversos assuntos a partir da proposta do jogo.

Palavras-chave: *Newsgame*. Comunicação. Narrativa. Jornalismo. Política.

Abstract

This article aims to analyze the newsgame *Super Impeachment Rampage*, published in 2016. In order to do that, the news values that inspired its creation will be identified and which way they are inserted in the game's context. Based on news with a major repercussion, the newsgames can establish a link between information and entertainment, which aims to propose new experiences to the reader, and ensure the dissemination of knowledge of many subjects through the game's proposal.

Keywords: *Newsgame*. Communication. Narrative. Journalism. Politics.

Introdução

É sabido que o jornalismo tem passado por profundas reconfigurações nas últimas décadas. Novas formas de se fazer e pensar a informação jornalística emergem

1 Doutora em Comunicação. Professora no Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: caroldanfig@gmail.com

2 Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco.
E-mail: moreirajthiago@gmail.com

em contextos de diferentes possibilidades e interesses, muitas vezes em tensão. Em 2016, em função do impeachment da presidenta Dilma Rousseff, algumas destas tensões emergiram na mídia brasileira.

Diante do surgimento de novas práticas de fazer jornalismo, o impeachment enquanto tema, ou sua possibilidade de uso enquanto tema, como se verá a seguir, transbordou os suportes jornalísticos tradicionais – impresso, rádio e televisão – e serviu para agendar o *newsgame* independente *Super Impeachment Rampage* (2016). Usando de uma linguagem mais leve do que os demais suportes, o *newsgame* se propôs a tratar de eventos e personagens envolvidos na então possibilidade de impeachment como forma de informar o público.

O presente artigo, construído a partir de dados da dissertação *A mensagem em jogo: uma análise narratológica dos newsgames, segundo os valores-notícia* (2017), pretende analisar o *newsgame Super Impeachment Rampage* a partir da noção de retórica procedimental ou processual, proposta por Bogost (2007), selecionando algumas categorias de análise baseadas nos *game studies* como forma de analisar como o jogo permite não só a compreensão/leitura de um determinado contexto, mas a exploração de diferentes possibilidades, como colocar-se em determinada situação, ou reavaliar situações através do humor ou do escatológico que esta mesma situação pode representar.

De fato, se isoladamente, jornalismo e jogo permitem a compreensão da sociedade. Juntos eles podem ampliar ainda mais esta compreensão, utilizando-se de elementos próprios que tornam mais plásticas as fronteiras do jornalismo como tradicionalmente concebido.

A internet provocou mudanças em todo o ecossistema do jornalismo. Os veículos informativos, como um todo, passam por um período de profundas transformações em sua estrutura. A convergência midiática tornou-se uma grande aposta para a divulgação de notícias (JENKINS, 2009) e a relação tradicional, em que ao espectador cabia apenas o papel de receptor, foi desfeita com a adoção deste novo cenário.

De acordo com Anderson *et al.* (2013, p. 33), um dos principais desafios do jornalismo hoje é adaptar seu modo de produzir e pensar a notícia para um novo público, que “(...) já não é somente mero leitor e telespectador, mas sim usuário e editor

(...)”. Segundo Seabra e Santos (2014), não faz muito tempo que o consumidor de informação passou a interagir com a notícia de forma mais “democrática, interativa e horizontalizada”. Nessa perspectiva, o jornalismo produzido pela web abre espaço para a criação de novos modelos. Assim, não basta combinar informação e entretenimento numa mesma bagagem. Torna-se necessário o desenvolvimento de uma outra linguagem, própria do ambiente, além do lançamento de produtos adequados a esta nova linguagem. É exatamente nesse contexto em que os *newsgames* estão inscritos.

A proposta de adoção do *newsgame* fornece possibilidades que readéquam e revigoram modelos de negócio do jornalismo tradicionalmente instituído. Segundo pesquisas do instituto Poynter, a taxa de retenção da informação neste tipo de conteúdo fica entre 70% e 80%, ao passo que em meios que mesclam texto e materiais multimídia, este percentual fica próximo de 50%. Já nos meios impressos, esta taxa não passa de 20%³.

Os jogos possuem duas características muito marcantes: eles são um suporte interessante para contar histórias, além de possuírem grande poder de gerar engajamento. De acordo com Mattar (2010), os jogos são definidos pela interatividade, ao passo que “se removemos a interatividade daquele jogo, ele deixa de ser um jogo. Jogos são ‘escritos’ pelo jogador, e não lidos” (MATTAR, 2010, p. 20). O autor afirma ainda que, nos jogos, os usuários são livres para descobrir e criar diferentes rotinas de aprendizado, sendo assim, o jogo possui a capacidade de proporcionar a quem joga a liberdade que um texto tradicional não tem, uma vez que o jogador assume a posição de autor, tendo um certo controle na construção do texto ao longo da experiência de jogo. É daí que vem a proposta dos jogos representarem um novo paradigma na forma de se relacionar com a notícia. Eles provocam a leitura, mas também a interação com o material comunicacional, bem como aprendizado.

³ Disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/armazem-literario/uma-remidiacao-de-linguagens>>. Acesso em 25 de março de 2017.

Newsgames: histórico e prerrogativas

Os *newsgames* têm uma história ainda recente. O termo começou a ganhar força após a publicação do jogo *September 12th*, por Frasca (2003). O modelo abriu precedentes para que diversos veículos como o The New York Times, o El País e a Superinteressante, no Brasil, passassem a criar e publicar produtos semelhantes em seus *websites*. Para Bogost et al. (2010), os *newsgames* possuem como diferencial a possibilidade de viver a experiência, oferecendo uma maior imersão sobre a ocorrência de determinados fatos, de modo que eles são capazes de proporcionar novas abordagens sobre tais fatos.

A popularização dos jogos eletrônicos como mídia e também como suporte fomentou a criação da corrente chamada *game studies*. Um dos autores desta corrente autores é Juul (2005), que observou a existência de características que são comuns às definições dos jogos. A partir da identificação destas características, o acadêmico criou uma categorização que foi nomeada por ele de “modelo clássico dos jogos”. Ela contempla: (1) conjunto de regras; (2) resultado quantificável variado; (3) valorização do trabalho; (4) esforço do jogador; (5) ligação do jogador ao resultado e (6) consequências negociáveis.

Diferentemente de Juul, McGonigal (2012) propõe um modelo de jogo de forma a enxergá-lo como um “instrumento corretor da realidade” (McGONIGAL, 2012, p. 33). Tal definição é especialmente relevante para pensar os *newsgames*, pois alguns deles propõem ao jogador modificar – em termos lúdicos – a realidade.

Avançando nas definições necessárias para tratarmos de *newsgames* temos os denominados jogos sérios. Eles seriam definidos como simulações de eventos ou processos do mundo real, projetados com o intuito de solucionar problemas reais. Embora os jogos sérios possam ser divertidos, seu principal objetivo é o de treinar ou educar usuários, ainda que possam empregar outros propósitos, voltados para a propaganda ou o marketing, como é o caso dos *advergames*. Para Bergeron (2006), os jogos sérios são “jogos com um propósito”:

Jogos com propósito são desenvolvidos para influenciar opiniões, compartilhar conhecimento, ou simplesmente expor um ponto de vista. Assim como um livro ou

filme bem construído, os objetivos do desenvolvedor por trás do jogo sério podem ou não ser óbvios para o observador destreinado. Jogos com propósito podem ser subdivididos de acordo com o público-alvo e a área de influência. Embora não exista rigor nas subdivisões, os tipos aqui considerados incluem ativismo, *advergames*, jogos empresariais, exergaming, jogos médicos, jogos jornalísticos e jogos políticos (BERGERON, 2006, p. 27)

A denominação jogos sérios (*serious games*) não é vista com unanimidade por todos os pesquisadores. De acordo com Bogost (2007) eles deveriam ser classificados como jogos persuasivos (*persuasive games*). O autor defende que um dos principais atributos destes jogos é o mecanismo da retórica procedimental (ou processual), que se manifesta mediante representações e interações baseadas em regras escritas especificamente para o jogo, ao invés da palavra falada ou escrita, das imagens estáticas ou em movimento. Os jogos persuasivos constroem argumentos sólidos sobre o funcionamento dos sistemas do mundo real, o que pode levar o jogador a construir diferentes opiniões quando deixa de jogá-los.

Quando falamos em jogos jornalísticos, observamos diferentes definições. Eles são percebidos como uma modalidade de narrativa transmidiática (SCOLARI, 2008; TÁRCIA, 2011), um novo suporte, uma nova plataforma, um novo gênero, um novo formato, ou ainda um novo meio. Segundo Caetano, Quadros e Pereira (2012), os *newsgames* constituem uma modalidade de produção e intercâmbio de informações jornalísticas.

Para Seabra e Santos (2012), os *newsgames* não devem ser vistos somente como uma alternativa para o webjornalismo, mas também como uma nova proposta de jornalismo digital, que funciona, também, como suporte de produção, e não apenas de circulação e consumo. O *newsgame* tem como principal trunfo ampliar as possibilidades de compreensão do fato jornalístico ao qual faz referência, além de estimular a sedimentação daquele conteúdo. Eles podem ainda ser um atrativo para o público jovem (mais habituado ao universo dos games) a frequentar os sites jornalísticos (SEABRA; SANTOS, 2012).

Os *newsgames* ganham força, a partir do lançamento de jogos como *KabulKaboom* (2001), *September 12th* (2003) e *Play Madrid* (2004). Os três jogos possuem um eixo temático comum, a problemática do terrorismo em diferentes

instâncias, e discutem suas consequências a curto e longo prazo. Eles se comportam como simulações sem condições de vitória, indo contra o modelo clássico proposto por Juul (2005), porém retomando a premissa da transformação pessoal proposta por Huizinga (2010).

A partir da publicação desses produtos, a indústria das mídias passa a olhar para os jogos digitais com um outro viés além do entretenimento: percebe-se que enquanto jogos sérios, ou persuasivos, eles podem ser usados para transmitir mensagens com o objetivo de conscientizar e provocar debates sobre diferentes temáticas. Sicart (2009) elenca algumas características que devem ser relevantes num *newsgame*: fácil distribuição, seguir ou não uma linha editorial, participação no debate através do mecanismo da retórica procedimental, referência às notícias que o baseiam e efemeridade.

Para Treanor e Mateas (2009), o jogo jornalístico deve ser visto com uma outra abordagem e compara este objeto às charges políticas como instrumentos veiculadores de opiniões, graças aos mecanismos de interação. Assim como Sicart, eles acreditam que os jogos jornalísticos devem funcionar com o mesmo grau de sofisticação e irreverência das charges. Assim como as charges, os jogos devem persuadir de alguma forma quem os joga a tomar um posicionamento. Os princípios defendidos pelos autores para os *newsgames* são: criação em resposta a um evento atual, sendo lançados enquanto a notícia está relevante; trivialidade, devem ser jogados e compreendidos em um curto período de tempo; e ainda devem sintetizar as notícias.

Quando falamos do processo de criação desses jogos, Sicart (2009) relata que eles não gozam dos mesmos privilégios do processo tradicional de criação de jogos eletrônicos. Segundo o autor, jogos eletrônicos são sistemas complexos para interação que requerem um projeto cuidadoso de forma a provocarem o engajamento, bem como serem balanceados e operacionais. Nos jogos tradicionais, a maior parte do processo de design é feita durante a pré-produção, podendo esta levar semanas ou até meses, dependendo da complexidade do jogo. Já os *newsgames* devem ser concebidos e produzidos enquanto a notícia que os inspira ainda está relevante, não somente com o objetivo de participar da discussão, mas também com o intuito de agregar mais valor para o jogo.

Ainda segundo Sicart (2009), os jogos jornalísticos possuem projetos muito específicos que tendem a permitir uma interação mais limitada, porém focada, dialogando com convenções e categorias do game design que permitem implementações muito mais rápidas. O autor defende ainda que, nesta categoria de jogos, a mensagem que se deseja transmitir não pode estar subentendida. Enquanto instrumento retórico, o jogo deve apresentar uma interpretação dos fatos de forma clara e explícita para o jogador. Para nós, este é o principal desafio do jogo jornalístico quanto ao design: ser capaz de conseguir traduzir o conteúdo e a relevância dos fatos jornalísticos em um mecanismo de jogo que seja atraente e possível de ser desfrutado pelos jogadores.

O fato jornalístico possui um papel duplo na construção dos newsgames: ao mesmo tempo em que é responsável por orientar o desenvolvimento das mecânicas do jogo, ele é encarado como um limitante do game design, o que acaba sendo traduzido em jogos mais simples e de fácil compreensão (SICART, 2009; TREATOR; MATEAS, 2009). Criar jogos jornalísticos é traduzir estas limitações em regras, mecânicas e desafios para o jogador. Quando relembramos dos conceitos de Juul (2005) referentes aos jogos, deparamo-nos com um elemento que prevalece sobre todos os outros, que seria exatamente a notícia. Isso encontra-se refletido no conjunto de regras desses jogos e também quando falamos das condições de vitória, assim como da mecânica do jogo, ou de como o jogador estabelece a interação com o ambiente do jogo.

Sobre o objeto analisado

O conturbado cenário político de 2016 serviu como inspiração para a criação de *Super Impeachment Rampage*. Publicado pelos estúdios Black Hole e Nebulosa em abril de 2016. O jogo reconta, ao longo de oito fases, toda a trajetória do processo que culminou na votação na Câmara dos Deputados para a abertura do impeachment da ex-presidente da República, Dilma Rousseff.

Figura 1: Tela de abertura do Super Impeachment Rampage (2016)



Fonte: mobygames.org

A estética do jogo remonta aos produtos lançados nas gerações 8 e 16-bit, tendo uma jogabilidade simples. O jogador usa as teclas B e N para correr pelo cenário e a barra de espaço é usada para saltar os obstáculos. Ao saltá-los, ele pode incrementar sua pontuação ou até realizar “combos”, caso salte sucessivas vezes sobre os obstáculos. O jogo tem como inspiração o *Leo's Red Carpet Rampage* (2016), lançado com o intuito de satirizar o fato do ator norte-americano Leonardo DiCaprio não ter sido vencedor do prêmio da Academia até 2016, quando finalmente foi premiado.

Um dos destaques está no uso dos nomes do cenário político como elementos integrantes do jogo, como o então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, o juiz Sérgio Moro e o agente da Polícia Federal Newton Ishii, conhecido como o “japonês da Federal”. No controle da ex-presidente Dilma, o jogador deve evitar obstáculos como manifestantes representados como coxinhas (literais), fotógrafos e repórteres, ao mesmo tempo em que é perseguida pelos por personagens anteriormente citados.

Para conseguir mais pontos, o jogador deve “coletar” o maior número possível de escutas telefônicas, bolsas-família, papéis do programa Minha Casa, Minha Vida,

além de setas que simbolizam o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), que ainda aumentam a velocidade do personagem.

Em relação à jogabilidade, quanto mais rápido o jogador pressiona as teclas, mais rápido Dilma se move no cenário. Como o jogo possui progressão lateral (*side-scrolling*), o jogador é penalizado caso a presidente fique para trás. Isso pode acontecer se ela não salta os obstáculos, ou se ela se distrai com os outros personagens que aparecem durante a fase. Caso as três vidas sejam perdidas, o jogo é finalizado e Dilma sofre o impeachment.

As fases do jogo se passam em locais e evocam eventos alusivos à história política recente do país: protestos na Esplanada dos Ministérios e na avenida Paulista são intercalados com fases bônus que tratam de momentos como a “subida” no triplex do ex-presidente Lula, escrever o *teleprompter* do noticiário ou “dar” pedaladas. Publicado originalmente para ser jogado via *browser*, atualmente o jogo encontra-se disponível apenas para download em versão executável para Windows.

Segundo a classificação proposta por Bogost *et al.* (2010), *Super Impeachment Rampage* seria um jogo baseado em eventos atuais (*currentevents*). Ele satiriza e sintetiza uma série de acontecimentos políticos para o ambiente do jogo. É de fácil acesso, graças à sua distribuição via web, além de ser desenvolvido para o software Flash, usado por praticamente todos os *newsgames* lançados nos últimos 5 anos. Por ter uma proposta cômica, o jogo se aproxima bastante de uma charge política (FRASCA, 2003; TREANOR; MATEAS, 2009). Aqui, no entanto, existe um pouco de simulação, visto que existe uma trama que coordena todas as ações feitas pelo jogador. Sem o prévio conhecimento dos fatos (o cenário político brasileiro), *Super Impeachment Rampage* seria falho em seu propósito, que é o de reconfigurar os diversos fatos de forma dinâmica e facilmente compreensível.

Análise

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

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

Crítérios de noticiabilidade estão diretamente ligados aos valores-notícia. De acordo com Silva (2005), eles são atributos que orientam a seleção primária dos fatos, mas que também interferem durante a seleção hierárquica, no momento em que o material recebe o tratamento dentro das redações. Uma das abordagens usadas para verificar se o jogo analisado conta com valores-notícia, foi a de usar a tabela operacional proposta por Silva (2005).

A temática central de *Super Impeachment Rampage* é o processo instaurado que viria a culminar no afastamento definitivo da então presidente Dilma Rousseff. Analisando a proposta do *newsgame*, os seguintes valores-notícia foram encontrados e elencados no quadro a seguir:

Quadro 1: Valores-notícia elencados em *Super Impeachment Rampage*.

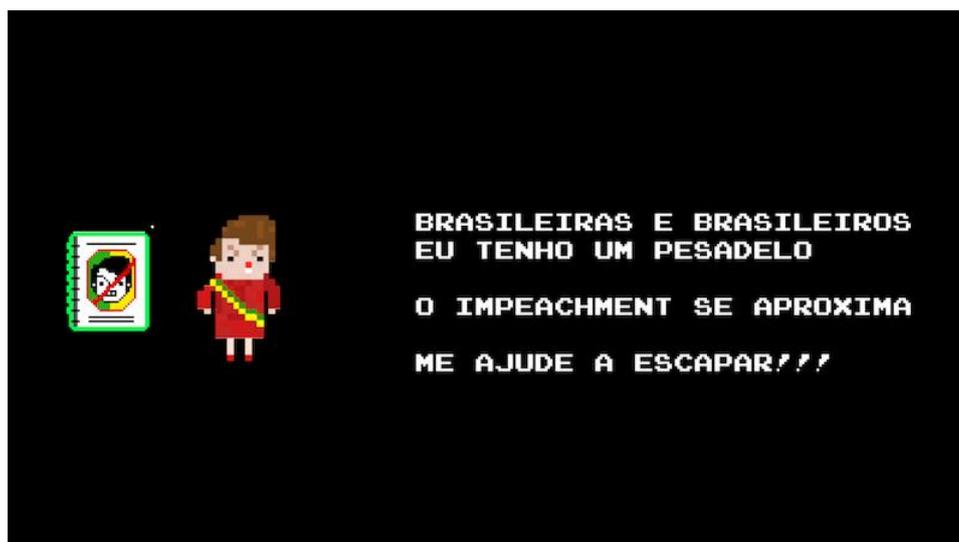
Valor-notícia	Como se manifesta no jogo
Justiça	Identificado nas primeiras fases do jogo, com a aparição de personagens como o juiz Sérgio Moro, e o agente da Polícia Federal Newton Ishii (o Japonês da Federal), responsáveis por levar adiante a série de denúncias feitas sobre irregularidades no então governo de Dilma.
Governo	Está ligado diretamente ao fato, a conturbada situação política, que é de interesse nacional e internacional. Além disso, somam-se as decisões impostas por parlamentares, que acabaram por impulsionar o andamento do processo de impeachment.
Proximidade	Relacionado à proximidade geográfica do fato, que ocorreu em diversas capitais do país, incluindo a capital federal, Brasília.
Polêmica	Aparece na natureza controversa do fato, com opiniões divergentes quanto ao

	afastamento de Dilma.
Impacto	Abarca tanto o número de pessoas envolvidas (do âmbito político), como o número de pessoas afetadas (maioritariamente a população brasileira).
Proeminência	O fato envolve pessoas que, em sua maioria, estão inseridas nas classes mais altas da sociedade brasileira.

Fonte: Dados coletados pelos autores.

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

Figura 2: Introdução da trama de *Super Impeachment Rampage* (2016).



Fonte: mobygames.org

Um elemento do jogo que carrega mais fatos sobre as notícias relativas ao impeachment são as fases bônus. Nelas, o jogador tem um curtíssimo período de tempo para realizar determinadas tarefas. A primeira delas tem como objetivo “entregar o termo de posse” no intervalo de tempo estipulado. Aqui, a fase faz menção à indicação do ex-presidente Lula para o cargo de Ministro da Casa Civil, que foi rejeitada pelo Tribunal Superior Eleitoral. O quadro a seguir resume as situações que inspiraram cada fase bônus.

Quadro 2: Valores-notícia elencados em *Super Impeachment Rampage*.

Fase bônus	Objetivo e contexto noticioso
Fase 1	Entrega do “termo de posse”(nomeação do ex-presidente Lula para a pasta da Casa Civil)
Fase 2	“Escrever” o teleprompter (menção à cobertura midiática dos protestos e manifestações em todo o país pedindo a saída da presidente)
Fase 3	“Subir” o triplex (menção ao triplex na cidade de Santos, que seria de posse do ex-presidente Lula)
Fase 4	Levar a carga ao helicóptero (menção aos fatos envolvendo o senador Aécio Neves e o empresário Zezé Perrella)
Fase 5	Pedalar (menção às pedaladas fiscais, alegadas como motivo para saída de Dilma da Presidência)
Fase 6	Manobrar na Câmara (menção às manobras realizadas pelo então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, para abertura do processo de impeachment)

Fonte: Dados coletados pelos autores.

Ao longo do jogo, a dificuldade aumenta consideravelmente. Além dos obstáculos que estão dispostos a cada fase, outros personagens envolvidos começam a aparecer para atrapalhar a missão de Dilma de escapar do impeachment.

A última fase possui uma mecânica diferenciada: Dilma enfrenta Eduardo Cunha como “chefão”. Ao derrotar as três formas do personagem, a tela de pontuação é mostrada com os itens coletados pelo jogador e se ele conseguiu ou não “escapar” do impeachment.

Figura 3: Tela de pontuação de *Super Impeachment Rampage* (2016).



	74	ESCUTAS TELEFONICAS
	86	DOCUMENTOS SIGILOSOS
	90	BOLSA FAMILIA
	83	MINHA CASA MINHA VIDA
	0	IMPEACHMENT

Fonte: mobygames.org

Super Impeachment Rampage é um jogo de narrativa simples, que pouco usa dos fatos como elemento narrativo nas fases principais. As fases de bônus, por outro lado, concentram muito mais destes fatos e os transformam em situações cômicas dentro do ambiente do jogo. O uso dos valores-notícia (justiça, governo, proximidade, polêmica, impacto e proeminência) é pulverizado no decorrer do jogo. Deles, o valor governo é um dos mais presentes, visto que toda a trama (o possível impeachment de Dilma) dá-se a partir deste valor-notícia. A polêmica é bastante usada para construir as mecânicas das fases de bônus. As “manobras na Câmara” de Cunha e a carga levada para o helicóptero são alguns dos exemplos.

A proeminência é outro valor de destaque dentro do jogo, visto que todos os personagens envolvidos pertencem à elite. Sejam os políticos e juristas, ou mesmo a representação dos manifestantes que foram às ruas pedir o afastamento de Dilma (FOLHA DE SÃO PAULO, 2006).

Super Impeachment Rampage mescla diversão e fatos noticiosos de maneira equilibrada. Não se presta ao papel de noticiar em si, mas informa e se propõe a divertir o jogador, graças à adoção de uma mecânica simples e de fácil entendimento. Cabe lembrar que este jogo em particular não está associado a nenhum veículo jornalístico, foi feito por estúdios independentes.

Considerações finais

Construir jogos requer o emprego de múltiplas competências. Projeto, desenvolvimento de algoritmos, criação de sons e personagens, testes. Estas são algumas das etapas normalmente encontradas num ciclo de desenvolvimento de jogos digitais. Quando falamos em *newsgames*, observamos o tempo como um dos principais fatores que pressionam as equipes. O tempo, aqui, seria o de relevância da notícia. Enquanto a notícia ainda possui relevância, o jogo ganha notoriedade. Esta pode ser uma das causas para a narrativa não ser empregada com tanta sofisticação nos *newsgames*.

Quando não existe a necessidade de acompanhar a relevância dos fatos, como é o caso dos *newsgames* documentais (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010), o tempo para desenvolvimento acaba sendo maior, permitindo a elaboração de produtos ainda mais sofisticados e atraentes para o público. Isso explica a mecânica simples de *Super Impeachment Rampage*, mas também a relevância do jogo ter sido lançado concomitantemente ao decorrer dos fatos narrados.

Os *newsgames* representam uma nova força para o jornalismo, especialmente quando se trata de jornalismo digital. Transformar fatos em notícias, e consequentemente em produtos interativos, é uma das potencialidades de renovação do jornalismo. Não se pode negar que o atual cenário mostra a necessidade de reinventar padrões para contar boas histórias, por parte dos veículos de informação. Com os *newsgames*, observamos a emergência de novos tipos de produtos que tiram o público do posto de mero espectador, passando a interagir com os fatos, tornando-se parte integrante da narrativa apresentada. Novamente essa é a proposta do jogo analisado ao inserir locais, personagens e situações referentes ao impeachment, ainda que usando para isso elementos de humor.

Efetivamente, *Super Impeachment Rampage* é um jogo que não poderia ser compreendido por si. Isto é, sem se conhecer o contexto referente ao jogo, muitas das informações nele contidas ficariam sem sentido. Contudo, ele proporciona ao jogador uma abordagem dos acontecimentos diferente daquela permitida pelos meios noticiosos

tradicionais, gera envolvimento através do humor e garante que o jogador apreenda as informações de forma lúdica.

Apesar de representarem um potencial de inovação para o jornalismo, podemos dizer que o jogo jornalístico em si não se consolidou entre os veículos de forma geral. É necessário um pensamento multidisciplinar, algo que muitos jornalistas ainda não possuem: a capacidade de transpor a linguagem jornalística para o jogo digital. Em outras palavras, pensar como um game designer.

O *newsgame* deve prezar pelos mesmos princípios éticos que os meios tradicionais supostamente devem prezar. Sua criação deve ser regida por todos os princípios éticos que regem o jornalismo, desde a apuração até a transcrição de informações para este meio. Outro fator a ser mencionado para o sucesso deste produto é contextualizar dentro do ambiente do jogo os fatos jornalísticos que inspiram sua criação. Outro fator a ser mencionado é o engajamento, que pode ser decisivo para o sucesso de um *newsgame*, isto pode ser feito através da adoção de boas práticas de interação, com o intuito de torná-lo um produto atraente para o grande público.

Como produto informativo, o *newsgame* modifica completamente as técnicas jornalísticas, inserindo-se no mercado como um novo produto comunicacional para contar histórias. Apesar de tantas potencialidades, o *newsgame* “[...] não é uma tábua de salvação para o jornalismo. Ele soma-se ao ecossistema do que conhecemos como notícias, aportando novas técnicas, para entender melhor os eventos que sucedem em nosso mundo [...]” (FRASCA, 2013, p. 262).

Em suma, o jogo deve ser visto como um complemento, potencializador de notícias, sem manipular a experiência de quem o joga. *Super Impeachment Rampage* representa exatamente esta potencialização, acrescentando-se ao ecossistema de material jornalístico produzido sobre o impeachment (ou, no caso, antes dele), sem tirar nada deste ecossistema, isto é, sem substituir as formas de jornalismo tradicionais.

Referências

ANDERSON, Chris; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. O jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. In: **Revista de Jornalismo ESPM**, p. 30-89, 2013.

BERGERON, Bryan. **Developing serious games**. Massachusetts: Charles River Media, 2006.

BOGOST, Ian. **Persuasive games: the expressive power of videogames**. Cambridge: The MIT Press, 2007. 437p.

BOGOST, Ian; FERRARI, Simon; SCHWEIZER, Bobby. **Newsgames: journalism at play**. Cambridge: The MIT Press, 2010. 235p.

FRASCA, Gonzalo. **Newsgames: el crecimiento de los videojuegos periodísticos**. In:

SCOLARI, Carlos (Org.). **Homo videoludens 2.0: de Pacman a la gamificación**. Barcelona: Universitat de Barcelona, 2013. p. 253-263.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2010. 246p. (Estudos).

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428p.

JUUL, Jesper. **Half-Real: Video Games Between Real Rules and Fictional Worlds**. Cambridge: The MIT Press, 2005.

KABUL Kaboom, Newsgaming.com, 2001. Jogo eletrônico.

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

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

McGONIGAL, Jane. **A realidade em jogo: por que os games nos tornam melhores e como eles podem mudar o mundo**. São Paulo: Best Seller, 2012.

PLAY Madrid. Newsgaming.com, 2004. Jogo eletrônico.

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

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

_____. **Newsgames – teoria geral aplicada dos games baseados em notícias: criando as bases narrativas de um novo modelo de jornalismo online**. [s.l.]: Newsgames, 2014.

SEPTEMBER 12th. Newsgaming.com, 2003. Jogo eletrônico.

SICART, Miguel. **Newsgames: Theory and Design**. In: Entertainment Computing – ICEC 2008: 7th International Conference. **Proceedings**. Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 2009. p. 27-33

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. *In: Estudos em Jornalismo e mídia*, [s.l], v. 2, n. 1, p. 95-107, jan. 2005. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091>>. Acesso em 06 jan. 2017

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

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

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

TREANOR, Mike; MATEAS, Michael. Newsgames: procedural rhetoric meets political cartoons. *In: Breaking New Ground: innovation in games, play, practice and theory*, 4., 2009, São Francisco. **Proceedings of DiGRA 2009**. São Francisco: DiGRA, 2009, p.1-8.