



GAMIFICAÇÃO ENTRE QUATRO PAREDES: O USO DO LÚDICO PARA CONTAR A HISTÓRIA DA GIBITECA DE CURITIBA

Marcela Oliveira Detoni

Resumo

Este artigo apresenta uma abordagem sobre o uso de jogos eletrônicos que favorecem a comunicação entre empresa de comunicação e consumidor. O processo para melhor compreensão será a partir da análise de jogos produzidos por jornais e revistas no começo de 2007, ano em que newsgame se iniciou no Brasil e que começou a ser explorado por revistas e jornais. Porém, terá um foco especificamente nas revistas Superinteressante e Piauí, e nos jogos “Sovietes: o quebra-cabeça vermelho”, produzido em 2007 pela revista Superinteressante, e “September 12th”, produzida em 2014 pela revista Piauí, pois são os principais exemplos de produtos que foram mais explorados no início do movimento da gamificação e dos jogos jornalísticos. Como parte final do artigo, apresenta também uma breve história da Gibiteca de Curitiba e do fundador Key Imaguire a partir de visitas ao local e em contato pessoalmente com fundador. Tem como objetivo verificar se é possível informar a partir de outro meio de comunicação não convencional, nesse caso, um jogo de tabuleiro, colaborando de forma positiva para o projeto de conclusão de curso. Os resultados serão analisados para melhor compreensão se existe a possibilidade de unir informação com um produto lúdico.

Palavras-chave: Newsgame; Jornalismo Imersivo; Jornalismo e jogos; Lúdico; Key Imaguire.