



Newsgames: Navegabilidade e o conceito de interatividade no jornalismo online¹

Rodrigo Martins Aragão²
Universidade Federal da Bahia, UFBA

Resumo

O presente artigo utiliza o conceito de *newsgames* como forma de introduzir questões de transformação no jornalismo digital. Partindo de um cenário de mudanças culturais e cognitivas, acredita-se que os jogos são hoje formas midiáticas privilegiadas, por incentivar e permitir a navegação livre do indivíduo dentro de um sistema complexo, porém normalmente fechado a transformações. Utiliza-se dessa característica da navegação no universo dos jogos para problematizar o conceito de interatividade no jornalismo digital, estancando em uma distinção entre reações e participação ativa. Assim também, considerando que o processo de construção de sentido nos jogos se dá pelo processo do jogo e privilegiando a dinâmica em lugar do exemplo isolado, questiona-se a cristalização do jornalismo com base no fato único, em detrimento da discussão das características gerais e universais dos mesmos.

Palavras-chave: Newsgames; Jornalismo Digital; Interatividade; Bases de dados.

A cultura participativa e o desafio do jornalismo

Jenkins (2008) afirma que vivemos hoje em uma cultura participativa, em que consumidores de produtos culturais estão mais ativos e demandam um papel ativo no tocante a seus produtos e formas de consumi-los. Shirky (2009) aponta que passamos por uma mudança importante; deixamos de dedicar nossa atenção a formas de lazer nas quais apenas consumimos – como ao assistir televisão – para buscar atividades em que possamos ao mesmo tempo consumir, produzir e compartilhar.

Ao fim de seu livro, *Cognitive Surplus*, o autor conta uma anedota que caracteriza bem seu pensamento: uma criança que, ao assistir um filme em casa, se levanta do sofá e vai para trás da TV. perguntada pelo pai quanto ao que faz ali ela responde; está procurando pelo mouse. (SHIRKY, 2010, 151).

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Rodrigo Martins Aragão é jornalista formado pela UFPE, cursa o mestrado no Póscom/UFBA e é membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online. email: rodrigomaragao@yahoo.com.br



Esse exemplo é interessante para ilustrar também o pensamento de Alejandro Piscitelli (2009), segundo o qual a novas gerações, nascidas após a expansão e popularização da tecnologia digital e da internet, e que desconhece o mundo sem as mesmas – os chamados nativos digitais – desenvolvem uma forma de cognição distinta daquela das gerações que as precederam. Na mesma linha, de Kercockhove (2010) aponta para uma nova condição cognitiva a que chama *Augmented Mind*, advinda do crescente uso de telas e da junção de interatividade, hipertextualidade e conectividade.

Esse novo perfil cognitivo – marcado pela navegação, imersão e participação, mais que a simples leitura e acompanhamento – que torna os jovens leitores protagonistas de uma aventura pessoal e única (PISCITELLI, 2009, p. 57) tem uma influência do consumo de novos produtos midiáticos, como os programas televisivos cada vez mais enredados em tramas complexas e principalmente dos videogames.

Se, como aponta Huang (2009), uma das possíveis razões para ao baixo consumo de notícias por parte dos jovens (com idade menor que 28 anos) tem sido justamente a impossibilidade de tornar mais pessoal a sua forma de acessar e processar as informações, tornando-a mais interativa e seu leitor mais atuante, é imprescindível ao jornalismo atentar para as novas formas de estruturação e apresentação do conteúdo jornalístico de maneira que atenda essa demanda. Dessa forma, não só o jornalismo digital se adéqua ao perfil de seu leitor, como também avança em seu desenvolvimento.

Principalmente se agora o jornalismo digital se encontra em um momento de transição – após sair de um primeiro momento marcado pela transposição de conteúdos da matriz impressa para um modelo de produção de conteúdos próprios do meio web (MIELNICZUK, 2003) – para incorporar uma nova dinâmica baseada na matriz das bases de dados (MACHADO, 2007) (BARBOSA, 2007), utilizadas na estruturação da redação, da reportagem e na construção de novas formas narrativas.

NEWSGAMES: casos brasileiros

Newsgames: Journalism at Play, livro de Ian Bogost, Simon Ferrari e Bobby Schweizer (2010), apresenta um bom compêndio tanto de formas de apresentação como de funções e características do uso de jogos no jornalismo. Como indicam os autores, as relações entre jornalismo e jogos não são novas, nem mesmo são fruto do desenvolvimento das tecnologias digitais. Como os autores destacam em um dos

capítulos do livro, há décadas os periódicos impressos chegam às casas de seus leitores com os tradicionais jogos de palavras: as palavras-cruzadas.

No entanto, destaca-se que o termo *newsgames* é melhor aplicado àqueles jogos que dialogam com temas recentes da agenda midiática ou temas documentais, ou aqueles incorporados ao conteúdo editorial e informativo de uma publicação. Destacam-se no livro as seguintes formas: jogos de temas correntes; infográficos; jogos de função documental; quebra-cabeças como palavras-cruzadas ou quizzes; e jogos de grupos, como os Alternate Reality Games – ARGs; além de jogos que trabalham com a própria atuação e função do jornalismo e o desenvolvimento de plataformas que imbriquem a produção noticiosa com a sua jogabilidade.

No Brasil, pode-se destacar algumas experiências com a utilização de jogos como parte de seu conteúdo editorial online. Entre os pioneiros – apresentado também como exemplo no livro de Bogost (2010) – são os jogos da sustentabilidade³, do *Estado de S. Paulo*, publicados no início de 2009 como parte de um especial sobre o tema, cuja matéria principal tratava do uso de jogos como forma de educação para a sustentabilidade.



³ <http://www.estadao.com.br/especiais/jogos-da-sustentabilidade,54937.htm>

Figura 1: Jogos da sustentabilidade do *Estadão*

O mesmo veículo lançou em julho deste ano um jogo #dicionárioveredas⁴ em comemoração aos 55 anos do *Grande Sertão: Veredas* de José Guimarães Rosa. Neste, os leitores são convidados a propor (via sites de redes sociais) definições para os neologismos do autor presentes na obra. As definições seriam em uma segunda fase do jogo votadas pelo próprio público para compor um dicionário do livro.

Entre outros a revista *Superinteressante*⁵ tem se destacado com a utilização recorrente dos jogos em seus especiais no site – com grande presença dos jogos de memória, em que o leitor precisa associar autores com suas invenções, ou diretores com seus filmes, *gadgets* tecnológicos com seus anos de invenção – e uma seção exclusiva com newsgames. Destes, merecem atenção dois jogos: a Corrida Eleitoral⁶, em que o jogador pode selecionar um dos candidatos à presidência em 2010 e tentar chegar ao fim do período eleitoral escapando de obstáculos como bocas de urna, e o recente *Filosofighters*⁷, em personagens da história do pensamento humano se enfrentam em batalhas, cada qual utilizando golpes que levam os nomes de frase ou teorias célebres destes mesmos filósofos – como o “penso, logo existo” de Descartes ou o mito da caverna de Platão.

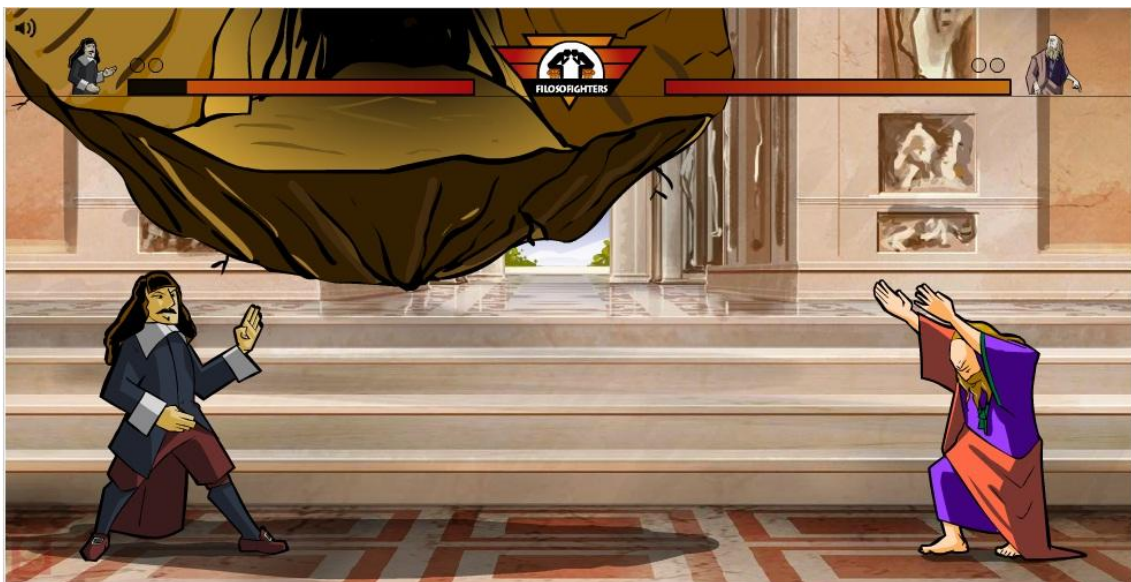


Imagem 2: Platão usa o “mito da caverna” contra Descartes em *Filosofighters*

⁴ <http://www.estadao.com.br/especiais/jogo-dicionarioveredas,142424.htm>

⁵ <http://super.abril.com.br/arquivo/file2011.shtml>

⁶ <http://www.estadao.com.br/especiais/jogos-da-sustentabilidade,54937.htm>

⁷ <http://super.abril.com.br/multimedia/filosofighters-631063.shtml>



Ainda que os *newsgames* estejam se incorporando às práticas jornalísticas é interessante discutir algumas de suas características, e também as formas como essa produção se relaciona com o novo paradigma do jornalismo digital acima citado, se integrando ao mesmo e ajudando a moldá-lo.

Jogabilidade e formação de sentido

Após discutir definições que consideram os jogos atividades livres, externas à vida cotidiana, incertas e não-produtivas, Bogost e seus companheiros (2010) tomam emprestado dos *game designers* Katie Salen e Eric Zimmerman aquela que considera a melhor definição para o ato de jogar: “a livre movimentação dentro de uma estrutura mais rígida”⁸ (SALEN, ZIMMERMAN, 2003 *apud* BOGOST *et al*, 2010, p. 47).

Esse conceito é consonante com a proposta de Gonzalo Frasca (2011) de identificar dimensões que constituem e comunicam as idéias e os valores de um jogo. O autor destaca o *playworld*, a mecânica de jogo e a *playformance* (FRASCA, 2011, p. 82), que representam a construção do universo do jogo em suas particularidades; as dinâmicas presentes neste universo, ou seja, suas permissões e impossibilidades; e, por fim – ainda que o autor destaque a movimentação física, como em jogos sensíveis ao movimento, como o Nintendo Wii (FRASCA, 2011, p. 86) – as movimentações e a trajetória do jogador neste universo, regido por essas normas.

Ou seja, considera como dimensões principais de um jogo a possibilidade de movimento (*playformance*) dentro de uma estrutura mais rígida (as mecânicas internas de um *playworld* determinado).

Considerando essas características, Bogost *et al* (2010) declaram que há jogo – ou jogabilidade (*playability*) – quando um determinado produto cultural consegue “encorajar a manipulação de informações para que se jogue novamente, permitir um engajamento agradável com o sistema ou convidar à sua exploração”⁹ (2010, p. 47).

Esse engajamento prazeroso e a possibilidade de exploração livre (ainda que dentro de sistemas um tanto fechadas) caracterizam o protagonismo e a experiência imersiva e participativa que experimentam os nativos digitais. Uma vez que eles – que primeiro fazem e depois se perguntam –, abraçam com facilidade “a possibilidade de

⁸ Tradução de “*free movement within a more rigid structure.*”

⁹ Tradução de “*to encourage the manipulation of information for replayability, to allow presurable engagement with a system, or to invite exploration.*”



co-produzir e participar, o convite a interagir e ser parte da formação de novos formatos”¹⁰ (PISCITELLI, 2009, p. 55). Como indica Frasca (2011), ao discutir o ato de jogar, de maneira mais ampla (fora das especificidades dos *newsgames*) “o jogador colabora diretamente com o *game designer*, manipulando e ordenando mundos fictícios”¹¹ (FRASCA, 2011, p. 81).

No entanto, ainda que se aceite e compreenda o papel ativo do jogador ao se movimentar (na medida do possível) livremente pelo universo do jogo, agindo primeiro e perguntando depois (PISCITELLI, 2009, p. 46), é importante discutir de que maneira se dá a formação de sentido nesse processo, uma vez que as respostas não são encontradas em uma explicação *a priori*, mas durante a ação do jogo.

Em *Textual Poachers* (1992), Jenkins discute o conceito de reapropriação da narrativa de produtos midiáticos por seus fãs. Apoiado no conceito de textual poaching, de de Certeau (1984), que caracteriza o leitor como um navegador ou desbravador, que toma para si alguma autoridade sobre o texto para lê-lo da forma que achar melhor, Jenkins indica que essa leitura da obra midiática se dá de forma mais livre e ativa, na qual se “apreende apenas aquilo que considera útil ou agradável”¹² (1992, p. 24).

Diferentemente, Bogost (*et al*, 2010) destaca que, nos jogos, a formação de sentido se dá de maneira processual¹³; ou seja, é pelo próprio processo que se dá apreende as informações sobre o jogo. Isso porque os jogos exploram a dinâmica de uma situação, tornando necessário que o jogador se pergunte antes *como isso funciona?* em lugar de um simples *o que é isso?* (BOGOST *et al*, 2010, p. 75).

Bons exemplos dessa forma de cognição estão presentes nos jogos desenvolvidos por Gonzalo Frasca na *Newsgaming.com*¹⁴: *September 12th*, que trata dos bombardeios estadunidenses ao Oriente Médio após os ataques de 11 de setembro, e Madrid, uma homenagem às vítimas dos ataques terroristas a esta e outras cidades.

Sobre *September 12th*, Frasca discorre:

En este caso, las reglas del juego están pensadas para que el jugador rápidamente infiera que el bombardeo solamente produce más terrorismo. Como el bombardeo es la única herramienta de la que dispone el juego, la conclusión probable es que simplemente no se debe jugar. El juego se

¹⁰ Tradução de “*la posibilidad de co-producir y participar, la propuesta de interactuar*”

¹¹ Tradução de “*el jugador colabora directamente con el diseñador, manipulando y ordenando mundos ficticios.*”

¹² Tradução de “*takes away only those things that are useful or helpful to the reader*”

¹³ Os autores chamam a essa forma de conhecimento do mundo de *procedural*. Processual foi forma mais próxima encontrada em dicionários para a ideia que se quer passar.

¹⁴ <http://newsgaming.com>



transforma en un sistema que, a través de sus reglas de comportamiento, invita –o directamente manipula, según cómo se mire– al jugador a llegar a determinada conclusión, idéntica al precepto bíblico de “la violencia genera violencia” pero explicado a través de la participación en el juego y no de la literatura. (FRASCA, 2011, p. 84)

Como complementa Bogost, para frisar a importância dessa forma de cognição processual, ainda que para entender como uma coisa funciona possam ser utilizados exemplos, descrições e argumentos verbais e visuais, o modelo processual, ao simular determinadas ações ou situações revelam ao leitor/jogador os comportamentos dos agentes envolvidos e as dinâmicas do sistema em que se insere (BOGOST *et al*, 2010).

Essa forma de compreender mais amplamente o universo em que se desenrola uma determinada situação ou em que se insere um fato específico modifica a maneira de os jogadores assimilarem informações, uma vez que estes “passam a entender não apenas os fatos e resultados de um acontecimento, mas também as dinâmicas do sistema que o causaram”¹⁵ (BOGOST *et al*, 2010, p. 71).

Assim, além de representar um novo processo de formação de sentido – que se dá pelo processo, e não pela explicação textual – os jogos representam também uma mudança quanto ao objeto central do texto jornalístico, tradicionalmente cristalizado em torno do evento singular em detrimento de suas características universais (GENRO FILHO, 1987).

Como resume Bogost, “Colunas de jornais, postagens em blogs, ou vídeos podem apenas contar uma notícia, uma única instância de um sistema mais amplo”; e completa que, “em contraste, o desenho de jogos põe o sistema dinâmico em primeiro lugar permitindo que exemplos específicos se sobressaiam durante à medida que se joga continuamente”¹⁶ (BOGOST *et al*, 2010, p. 126).

Compreendendo então essas características dos *newsgames* – e dos jogos, de maneira geral – pode-se discutir sua aproximação com o jornalismo (digital), tal qual este se apresenta no cenário atual.

¹⁵ Tradução de “*would come to understand not only the facts and outcomes of a story but also the underlying systems that caused it to come pass*”

¹⁶ Tradução de “*newspaper columns, blog posts, or vídeo segments can only tell a story, a single instance of a larger system [...] By contrast, game design puts system dynamics first, allowing specific examples to emerge from repeated plays*”



Navegação e interatividade no jornalismo digital

A abertura do texto informativo e noticiosos à navegação por parte do leitor é uma marca do jornalismo online. Pode-se elencar ao menos duas de suas seis características¹⁷ (MIELNICZUK, 2003) (PALACIOS, 2003) que a tornam visível e possível: a hipertextualidade e a interatividade.

É próprio do hipertexto e do meio web – ele mesmo formado por ligações entre páginas –, que a leitura de um texto se dê de forma não-linear. Como destaca Salaverría (1999), é ele que permite ao jornalismo extrapolar o esquema tradicional da pirâmide invertida e desenvolver narrativas mais complexas que são costuradas por links e construída pelo percurso próprio do leitor. Considerando, entretanto, que esta construção só é possível devido a um caráter interativo imbuído no hipertexto mesmo, dá-se aqui um destaque à discussão sobre a segunda característica.

No jornalismo, costuma-se descrever a interatividade como a capacidade de o leitor sentir-se integrado ao processo jornalístico principalmente pela possibilidade de diálogo com o jornalista e com o veículo. Exemplos tradicionais são os comentários em notícias, emails, enquetes, chats e outras formas de participação mais ou menos diretas.

No entanto, tem-se destacado que é possível identificar uma multi-interatividade no jornalismo digital, uma vez que – além do diálogo e participação no processo produtivo de uma publicação – é permitida também ao leitor a interação com a máquina e com o veículo online através do hipertexto (PALACIOS, 2003).

Em uma discussão sobre o estado da arte do conceito de interatividade, Diaz Noci (2006) apresenta algumas definições, entre as quais se destacam alguns pontos comuns. Primeiramente, considera-se que “é necessária uma intervenção efetiva do usuário, além da opção sim/não. Sua intervenção deve poder modificar o discurso hipertextual, por exemplo, ou a informação que recebe¹⁸” (DIAZ NOCI, 2006, p. 10)

Também é interessante perceber as distinções realizadas entre duas formas principais de interatividade: uma primeira, que permite apenas a escolher entre alternativas pré-determinadas; e outra, em que o leitor participa da construção de sentido e controla a dinâmica do hipertexto. Essa diferenciação se aproxima daquela

¹⁷ Segundo Mielniczuk (2003) e Palacios (2003) as seis características do jornalismo online são: a hipertextualidade, a interatividade, a personalização, a multimídia, a atualização contínua e a memória.

¹⁸ Tradução de “*se precisa una intervención efectiva del usuario, más allá de la opción sí/no. Su intervención debe poder modificar el discurso hipertextual, por ejemplo, o la información que recibe*”

proposta por Primo (2003) entre interação reativa, que seria mais programada e determinística, e mútua, que inclui bidirecionalidade, diálogo e permuta.

Vê-se portanto, uma distinção – por vezes até valorativa – entre o interação exploratória, limitada pela estrutura do texto (ou hipertexto) e aquela que se mais se aproxima da comunicação face-a-face, em que os interagentes atuam de maneira mais livre, autônoma e dialógica.

No entanto, é interessante trazer a contribuição de Machado (2007), que destaca a navegação em jogos e bases de dados como berço de uma nova forma narrativa, multi-linear – que permite a cada leitor desvendar seus caminhos dentro das informações disponíveis e o torna parte do processo de formação de sentido. Ou seja, ainda que um jogo ou base de dados seja limitado, e portanto, as opções de movimento dentro dos mesmos, é possível identificar alguma liberdade e agência ativa na formação de sentido do texto a partir da navegação dentro desses universos.

Como apresenta Borràs, mencionado por Diaz Noci,

la oferta de exploración, guiada por el principio de placer, de los contenidos diseñados y transmitidos en un formato hipertextual por un emisora [al que] en un segundo nivel es necesario incorporar la capacidad del usuario [...] para controlar el material hipermedia objeto de su reflexión desde sus propias reglas internas, a saber, la fragmentación y la no linealidad, en un medio de comunicación asincrónico (BORRÀS *apud* DIAZ NOCI, 2006, p. 13)

Ressalta-se aqui algumas características dessa definição que dialogam com aquela apresentada anteriormente para o jogo. Principalmente ao indicar que a exploração seja guiada pelo prazer, assim como que e a reflexão e o controle do usuário sobre o universo (material hipermídia) se dá a partir das regras internas do mesmo.

Assim, pode-se pensar que a anterior distinção entre a interatividade exploratória, que relaciona o usuário com o sistema da informação e aquela participativa, que o incorpora como agente da formação de sentido do texto, acaba por perder sua força. Uma vez que nos jogos, é essa navegação – ou seja, as escolhas de movimento dentro de um universo de regras rígidas – que torna o jogador parte do processo (BOGOST *et al*, 2010) (FRASCA, 2011) (PISCITELLI, 2009).

Ainda, como aponta Briggs (2009), falando das bases de dados publicadas por veículos online estadunidenses que permitem a livre navegação dos seus usuários, além de ajudar na compreensão da reportagem do jornal, acrescentando aprofundamento e personalização de leitura. Além disso, é possível que os trajetos desenvolvidos pelos



usuários da página destaquem novas tendências, informações relevantes não incluídas no texto jornalístico inicial, o que contribui para o crescimento do produto jornalístico, acrescentando ele novas visões assim como uma maior densidade informativa.

Essa ampliação de visões e aprofundamento da reportagem condizem, inclusive com uma das propostas de Genro Filho (1987), segundo o qual o jornalismo – cada vez mais global e interligado – necessita ultrapassar a barreira do singular, realizando as ligações dos fatos e notícias com suas redes de pertencimento, chegando assim à análise de questões particulares e mesmo universais que neles subjazem.

Por fim, é importante perceber que, além de desenvolver produtos próprios do meio digital, que se dissociem da lógica tradicional dos veículos impressos (MIELNICZUK, 2003), o jornalismo se encontra hoje em outro momento de transição, fundado na utilização de bases de dados como forma de ampliar seu desenvolvimento e sua experimentação (BARBOSA, 2007).

Nesse novo momento, que incorpora as bases de dados como forma tecnocultural básica da contemporaneidade e forma estruturadora dos novos produtos midiáticos (MANOVICH, 2001), estruturação, produção e apresentação do produto e do conteúdo noticiosos são modificados (BARBOSA, 2007). O mesmo ocorre com sua leitura, que, mais livre, se torna mais personalizada e participativa, devido à interatividade da navegação dentro do universo de referências e informações de que são compostas as bases de dados (MACHADO, 2007). Um processo que em muito dialoga com a navegação do usuário no jogo, com o livre movimento dentro de uma estrutura rígida, que o transforma em co-autor do texto (BOGOST *et al*, 2010) (FRASCA, 2011).

Considerações finais

A lógica de interação e formação de sentido nos jogos é uma das marcas de um novo modelo cognitivo (PISCITELLI, 2009) (DE KERCOCKHOVE, 2010) e de uma nova cultura, participativa e interativa (JENKINS, 2008) (SHIRKY, 2010). O jornalismo, também em processo de transformação se vê na necessidade incorporar novas práticas para continuar em movimento (BARBOSA, 2007). Assim, a incorporação dos jogos ao produto jornalístico – os newsgames – representa uma modificação no próprio jornalismo. Identifica-se dois pontos principais em que essas mudanças podem ser mais perceptíveis: a interatividade e a formação de sentido.



A participação do jogador é imprescindível para que o jogo aconteça. Sua ação – movimento livre dentro de uma estrutura rígida – é responsável pela costura da narrativa, por criar um percurso dentro do universo que compõe o jogo (BOGOST *et al*, 2010). Ainda que nesse movimento, interaja apenas com o sistema – a interface, a máquina – e não seja possível modificar a estrutura do jogo – sua mecânica e seu universo, o *playworld* –, sua atuação é efetiva para a construção da narrativa do jogo, tornando-o colaborador ativo do processo (FRASCA, 2011).

Essa forma de interação aponta a necessidade de se revisar o conceito de interatividade no jornalismo digital, ao imbuir uma importância maior ao livre ato de navegar dentro de um universo – seja ele textual ou multimidiático, impresso ou online, jogo ou jornal. Os *newsgames* são uma forma híbrida, em que a interação, ainda que limitada, reativa, é chave para uma participação ativa de construção de sentido. Crê-se que, melhor que interatividade, a idéia de navegabilidade – Bogost (2010) utiliza jogabilidade, ou *playability* –, descreva melhor esse processo, podendo ser aplicado não apenas aos jogos, mas às bases de dados e infográficos e especiais multimídia, que hoje se proliferam no jornalismo digital, além do próprio hipertexto.

Adjacente a essa questão, está outra mudança, de forma e conteúdo do produto jornalístico, que também está associada ao processo de formação de sentido. A apropriação de formatos próprios da cultura e do ambiente digital são marcas da evolução do jornalismo online (MIELNICZUK, 2003).

Assim, a incorporação da lógica do jogo ao jornalismo se mostra profícua a esse processo. Isso pela adequação e adaptação do jornalismo a um modelo mais aberto e adaptado à uma nova cultura e a um novo perfil cognitivo, que possa atrair um novo público formado por nativos digitais (PISCITELLI, 2009). Também pelo movimento que esse novo processo cognitivo incorpora, de sair do relato singular dos fatos para se concentrar em dinâmicas e sistemas, que empurra o jornalismo a uma lógica menos factual e mais universal (GENRO FILHO, 1987).

Referências

BARBOSA, S. **Sistematizando conceitos e características sobre o jornalismo digital em base de dados**. In BARBOSA, S. *Jornalismo Digital de Terceira Geração* Covilhã: Labcom, 2007

BOGOST, I., FERRARI, S., SCHWEIZER, B. **Newsgames: Journalism at play** Cambridge, MIT Press: 2010



BRIGGS, M. **Journalism Next: A practical guide to digital reports and publishing**. Washington: CQPress, 2009

DE KERCKHOVE, D. **The augmented mind**. Milão: 40kbooks, 2010

DIAZ NOCI, J. **La interactividad y el periodismo online: una aproximación teórica al estado de la cuestión**. Diálogos Possíveis, julho/dezembro, 2006 Disponível em www.fsba.edu.br/dialogospossiveis. Acesso em 16 mai 2011.

FRASCA, G. **Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción** In: MANNA, M., CEBALLOS, D., IRIGARAY F. Cuarto Foro Internacional de Periodismo Digital: convergencias redes y móviles 1a ed., Rosario: Laborde Libros Editor, 2011

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**. Porto Alegre: Tchê, 1987

HUANG, E. **The Causes of Youths' Low News Consumption and Strategies for Making Youths Happy News Consumers**. Convergence, 2009, vol 15 pp. 105-122

JENKINS, H. **Textual Poachers: television fans and participatory culture**. New York: Routledge, 1992

_____. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008

MACHADO, E. **Jornalismo Digital em Base de Dados**. Florianópolis: Calandra, 2007

MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Salvador: UFBA, 2003. 246 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

PALACIOS, M. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar a memória**. In: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (orgs.). Modelos do jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

PRIMO, A. **Quão interativo é o hipertexto? Da interface potencial à escrita coletiva**. Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, vol. 5, n 2, p. 125-142, 2003

PSCITELLI, A. **Nativos Digitales: Dieta Cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación** Buenos Aires: Santillana, 2009

SALAVERRÍA, Ramón. **De la pirámide invertida al hipertexto**. 1999. Disponível em: <http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/piram.htm>. Acesso em 15 jun. 2011.

SHIRKY, C. **Cognitiva Surplus**. London: Penguin, 2010