



**UnB**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**

**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

**DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE**

VICTOR BRAZ DE QUEIROZ

**SPOILER!:**

o jogo de tabuleiro inspirado nas séries originais Netflix mais assistidas de 2021

Brasília, DF

2022

Victor Braz de Queiroz

**SPOILER!:**

o jogo de tabuleiro inspirado nas séries originais Netflix mais assistidas de 2021

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Comunicação (UnB), como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Luciano Mendes de Souza

Brasília, DF

2022

VICTOR BRAZ DE QUEIROZ

**SPOILER!:**

o jogo de tabuleiro inspirado nas séries originais Netflix mais assistidas de 2021

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Comunicação (UnB), como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Luciano Mendes de Souza - Orientador  
Universidade de Brasília (UnB)

---

Prof. Dr. Rafael Dietzsch - Membro 1  
Universidade de Brasília (UnB)

---

Profa. Dra. Suelen Brandes Marques Valente - Membro 2  
Universidade de Brasília (UnB)

---

Profa. Dra. Carina Luisa Ochi Flexor – Suplente  
Universidade de Brasília (UnB)

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais. Desde o início da minha vida acadêmica, a palavra que define nossa relação é suporte. Sou muito privilegiado e grato por ter pais que proporcionaram o possível e o impossível para que eu seguisse meus objetivos e investisse na minha carreira. Que me apoiam e me amam tanto, mesmo com nossas diferenças. Quem diria que a distância nos aproximaria tanto, e que o diálogo seria tão importante na construção de uma relação mais próxima e verdadeira. Espero que continue assim. Amo vocês.

Agradeço também aos meus amigos que conheci durante a graduação: Analu, Bia, Babi, Gabriel, Geovana, Juiz, Pinheiro, Manu, Moretti, Mod, Isa, Ana Lídia, Ana Clara, Carina, Carlos, Thiago, Juan. Sou grato pelo acolhimento, pelas risadas, pelas memórias criadas e por tudo que vivemos. Obrigado por fazerem-me sentir menos sozinho quando eu precisava. Aos que moraram comigo: Peter, que compartilhou comigo a jornada de estar em um lugar novo longe da família pela primeira vez; Larissa, a primeira pessoa que me deixou a vontade pra ser eu mesmo, e que me aguenta há quase 20 anos; e Ana Clara e Marcos, que me acolheram durante a pandemia e fizeram do nosso apartamento o primeiro lugar em Brasília onde sinto que estou em casa. Amo todos. Por favor, não saiam da minha vida (pelo menos até casarem, quero ser chamado para vários casamentos).

À Universidade de Brasília, agradeço pela rica experiência proporcionada no âmbito pessoal, profissional e acadêmico e às pessoas que conheci por lá. É um privilégio imenso estar nesse ambiente. Aos professores e profissionais da educação, que dão o seu melhor para proporcionar uma educação pública de qualidade, em especial meu orientador Luciano Mendes, que me instruiu por dois semestres na realização deste trabalho com sabedoria, paciência e palavras de incentivo.

Por fim, mas não menos importante, gostaria de agradecer ao meu psicólogo por ajudar a organizar meus pensamentos e crescer como pessoa. E à minha avó Maria, que faleceu durante a minha graduação e sinto tanta falta. Obrigado por me ensinar o que é amor incondicional.

## RESUMO

Este memorial apresenta o processo de criação de um jogo de tabuleiro pensado como estratégia de marketing de relacionamento para fazer a manutenção da relação entre os assinantes que consomem as séries originais da plataforma de *streaming* Netflix. Com o objetivo de transformar e complementar a experiência de acompanhar os dez títulos mais assistidos da plataforma em 2021, o processo foi composto por diversas etapas. Inicialmente, foi feita uma contextualização sobre a história da marca analisada e suas estratégias de marketing. Posteriormente foram apresentados referenciais teóricos sobre o conceito de jogo, as mecânicas envolvidas no processo de criação e metodologias que facilitam seu desenvolvimento. Durante sua criação, foi utilizado como principal metodologia a téttrade elementar de Jesse Schell composta por Narrativa, Jogabilidade, Estética e Tecnologia. O memorial apresenta o processo de criação do jogo *Spoiler!* inspirado no jogo de tabuleiro *Detetive* (1977). Após uma análise dos conteúdos das séries escolhidas para o produto, desenvolveu-se sobre as decisões tomadas durante a criação das tecnologias que fazem o jogo funcionar: tabuleiro, peões, cartas, ficha de anotações, envelope confidencial e dado, através de uma sequência de testes.

**Palavras-chave:** Comunicação. Netflix. *Streaming*. Jogos de tabuleiro. Séries. Marketing de relacionamento. Transmídia.

## **ABSTRACT**

This memorial presents the creation process of a board game designed as a relationship marketing strategy to maintain the relationship between subscribers who consume the original series of the streaming platform Netflix. With the objective of transforming and complementing the experience of following the 10 most watched titles on the platform in 2021, the process consisted of several stages. Initially, a contextualization was made about the history of the analyzed brand and its marketing strategies. Subsequently, theoretical references were presented about the concept of games, the mechanics involved in the creation process and methodologies that facilitate its development. During its creation, Jesse Schell's elementary tetrad was used as the main methodology, composed of Narrative, Gameplay, Aesthetics and Technology. The memorial presents the process of creating the game Spoiler! inspired by the board game Detective (1977). After analyzing the contents of the series chosen for the product, it presents the decisions made during the creation of the technologies that make the game work: board, pawns, cards, note cards, confidential envelope and die through a sequence of tests.

**Keywords:** **Communication.** Netflix. *Streaming.* Board games. Series. Relationship marketing. Transmedia.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	12
2. OBJETIVOS .....	17
3. ASPECTOS CONTEXTUAIS E TEÓRICOS .....	18
3.1 Conceito de jogo .....	18
3.2 Breve histórico sobre jogos de tabuleiro .....	19
3.3 Detetive, um jogo de dedução .....	23
3.4 O marketing de relacionamento da Netflix .....	25
4. DESENVOLVIMENTO .....	29
4.1 Narrativa .....	29
4.1. 1 A Máfia dos Tigres (2020-2021) .....	30
4.1. 2 Bridgerton (2020-) .....	31
4.1. 3 La Casa de Papel (2017-2021) .....	32
4.1. 4 Lupin (2021-) .....	33
4.1. 5 O Gambito da Rainha (2020) .....	34
4.1. 6 Round 6 (2021-) .....	35
4.1. 7 Sex/Life (2021-) .....	36
4.1. 8 Stranger Things (2016-) .....	37
4.1. 9 Sweet Tooth (2021-) .....	38
4.1. 10 The Witcher (2019-) .....	39
4.1. 11 Spoiler! .....	40
4.2 Jogabilidade .....	41
4.2.1 Primeira rodada de testes .....	41
4.2.2 Segunda rodada de testes .....	42
4.2.3 Terceira rodada de testes .....	45
4.3 Estética .....	45
4.3.1 Referências visuais .....	45
4.3.2 Marca e tipografia .....	47
4.3.3 Cores .....	50
4.3.4 Imagens e ilustrações .....	51
4.4 Tecnologia .....	53
4.4.1 Tabuleiro e dado .....	53
4.4.2 Cartas .....	56
4.4.3 Caixa .....	61
4.4.4 Ficha de anotações, envelope confidencial e peões .....	64
5. CONCLUSÃO .....	67
6. REFERÊNCIAS .....	69

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1</b> - Senet, o jogo dos 30 quadrados .....	19
<b>FIGURA 2</b> - Tabuleiro de Ashtāpada do Museu Britânico, em Londres .....	19
<b>FIGURA 3</b> - Tabuleiro de Chaturanga .....	20
<b>FIGURA 4</b> - Monopoly: edição clássica de 1935 .....	20
<b>FIGURA 5</b> - Cluedo Original Edição Vintage 20 .....	21
<b>FIGURA 6</b> - Detetive original .....	22
<b>FIGURA 7</b> - Almanques Netflix 2020 e 2021 respectivamente .....	27
<b>FIGURA 8</b> - Cartas de A Máfia dos Tigres .....	29
<b>FIGURA 9</b> - Cartas de Bridgerton .....	30
<b>FIGURA 10</b> - Cartas de La Casa de Papel .....	31
<b>FIGURA 11</b> - Cartas de Lupin .....	32
<b>FIGURA 12</b> - Cartas de O Gambito da Rainha .....	33
<b>FIGURA 13</b> - Cartas de Round 6 .....	34
<b>FIGURA 14</b> - Cartas de Sex/Life .....	35
<b>FIGURA 15</b> - Cartas de Stranger Things .....	36
<b>FIGURA 16</b> - Cartas de Sweet Tooth .....	38
<b>FIGURA 17</b> - Cartas de The Witcher .....	39
<b>FIGURA 18</b> - Imagens do Teste 1 .....	41
<b>FIGURA 19</b> - Imagens do Teste 2 .....	42
<b>FIGURA 20</b> - Detetive Jr. da Turma da Mônica .....	43
<b>FIGURA 21</b> - Imagens do Teste 3 .....	44
<b>FIGURA 22</b> - Coleção de imagens Almanaque Tudum 2020 .....	46
<b>FIGURA 23</b> - Coleção de imagens Almanaque Tudum 2020 .....	46
<b>FIGURA 24</b> - Experimentações de Marca .....	48
<b>FIGURA 25</b> - Marca oficial .....	48
<b>FIGURA 26</b> - Fonte Md Nchrome .....	49

<b>FIGURA 27</b> - Fonte Prenton .....	49
<b>FIGURA 28</b> - Paleta de cores .....	50
<b>FIGURA 29</b> - Moodboard das séries .....	51
<b>FIGURA 30</b> - Pacote de ilustrações .....	52
<b>FIGURA 31</b> - Tabuleiro inicial .....	53
<b>FIGURA 32</b> - Desenvolvimento do tabuleiro .....	54
<b>FIGURA 33</b> - Tabuleiro .....	55
<b>FIGURA 34</b> - Dado .....	55
<b>FIGURA 35</b> - Cartas do jogo Detetive .....	56
<b>FIGURA 36</b> - Primeira versão das cartas .....	57
<b>FIGURA 37</b> - Cartas de suspeitos .....	57
<b>FIGURA 38</b> - Cartas de armas .....	58
<b>FIGURA 39</b> - Cartas de séries .....	59
<b>FIGURA 40</b> - Opções de design para o verso da carta .....	59
<b>FIGURA 41</b> - Rascunhos das cartas .....	60
<b>FIGURA 42</b> - Primeira versão das Caixas .....	61
<b>FIGURA 43</b> - Caixa superior .....	62
<b>FIGURA 44</b> - Caixa inferior .....	62
<b>FIGURA 45</b> - Lateral menor da caixa .....	63
<b>FIGURA 46</b> - Lateral maior da caixa .....	63
<b>FIGURA 47</b> - Evolução das fichas de anotações .....	64
<b>FIGURA 48</b> - Fichas de anotações impressas .....	65
<b>FIGURA 49</b> - Caixa com cartas e envelope confidencial .....	65
<b>FIGURA 50</b> - Peões coloridos .....	66

## LISTA DE TABELAS

<b>TABELA 1</b> - As 10 séries mais assistidas de 2021 da Netflix .....	13
<b>TABELA 2</b> - Análise de similares - Caixas .....	61

## 1. INTRODUÇÃO

Independente do dispositivo em que assistem, milhões de usuários consomem produtos audiovisuais em canais de *streaming*. A Netflix, líder brasileira entre as plataformas<sup>1</sup> do segmento e pioneira no formato de *streaming* de vídeo, começou a trabalhar com a distribuição de conteúdo audiovisual online em 2007<sup>2</sup>. Em 2013, a plataforma lançou sua primeira série com produção e distribuição original, *House of Cards*, que se tornou a primeira série distribuída de forma online a concorrer em categorias do *Emmy*, a maior premiação internacional para programas e profissionais de televisão (CASTELLANO, PINHO e NORONHA, 2018).

Após o lançamento da primeira série original, a plataforma começou a investir em mais conteúdos autorais e séries como *Orange is the new black* (2013), *Stranger Things* (2016), *O gambito da rainha* (2020) e *Bridgerton* (2020), as quais alcançaram grande sucesso, conquistando uma legião de fãs e prêmios nas principais premiações de televisão e cinema. Depois de anos de investimento no desenvolvimento de algoritmos de recomendação, marketing e conteúdo original, o serviço de *streaming* fechou 2021 com mais de 222 milhões de assinantes<sup>3</sup>.

Em 2018, a Netflix, em parceria com a empresa de jogos Hasbro, desenvolveu 3 jogos de tabuleiro<sup>4</sup> relacionados a série *Stranger Things*, um dos grandes sucessos da plataforma, (*Ouija Stranger things*, *Eggo Waffle Card Game* e *Monopoly Stranger Things*), porém os jogos não tiveram versões em português. No Brasil, o primeiro jogo desenvolvido relacionado a série chamado *Stranger Things O Jogo*, foi lançado pela Estrela, empresa famosa por jogos como *Banco imobiliário* (lançado no Brasil em 1944) e *Jogo da Vida* (lançado no Brasil em 1986).

---

<sup>1</sup> Plataforma pode ser definida como “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados” (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2020, p. 4).

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://esportes.yahoo.com/noticias/netflix-ainda-lidera-no-brasil-134000509.html>>. Acesso em: 14 set. 2021.

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/netflix-tem-menor-numero-de-novos-assinantes-desde-2015>>. Acesso em: 09 mar. 2022.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://www.joaoalberto.com/2017/11/20/stranger-things-vira-inspiracao-para-jogos-de-tabuleiro/>>. Acesso em: 14 set. 2021.

Segundo o jornal Folha de São Paulo<sup>5</sup>, o consumo de jogos de tabuleiro nos últimos 7 anos aumentou, principalmente entre os jogos de franquias, que contam com personagens conhecidos pelo público e enredo de obras como *Breaking Bad*, *O Poderoso Chefão* e *Star Wars*. O mundo digital possibilitou que novos meios de comunicação surgissem e se entrelaçassem, fazendo com que séries e filmes pudessem lançar produtos complementares que expandem o universo criado através da narrativa audiovisual. Dentre as novidades, interessa-nos os *games* e as narrativas transmidiáticas<sup>6</sup>. Guimarães (2008, p. 30-31) explica que os *games* permitem:

uma experiência sensorial e sinestésica que afeta diretamente os sentidos, os sentimentos e o raciocínio através de uma programação eletrônica e/ou digital interativa. Ou seja, um *game* precisa ser entretenimento. Dentro dessa proposta, um *game* tem diversos elementos que o formam. E são esses elementos que o fazem efetivamente, algo diferenciado de um filme ou um livro, uma peça de teatro, um programa de televisão ou uma história em quadrinhos. Mesmo que o *game* compartilhe muitos desses elementos com as mídias supracitadas, ele tem algo que diferencia fundamentalmente: a interação do jogador como ação direta e casual no fluxo do *game*.

Pensando sobre o contexto de *games* e experiências transmídia relacionadas à Netflix, surge o problema de pesquisa: Como transformar parte da experiência de assistir aos dez títulos mais assistidos de 2021 da plataforma de *streaming* Netflix em um jogo de tabuleiro físico? Segundo o sociólogo Roger Caillois (1990), jogos, diferentemente de outras atividades, são únicos pela disposição dos participantes em se esforçarem gratuitamente. Não há produção de valor ou legado (como no trabalho ou na arte); essa condição do jogo como uma atividade trivial é o que torna a atividade agradável e permite ao jogador arriscar, fracassar, e jogar novamente.

Com o objetivo de unir o conhecimento do autor em séries da Netflix e o entretenimento gerado por jogos, surgiu a ideia de criar um jogo de tabuleiro físico inspirado nas dez séries originais mais assistidas da Netflix de 2021, como uma forma de transformar parte da experiência audiovisual das séries em um jogo, que relaciona a história dos dez conteúdos e cria uma nova narrativa que se conecta às originais de forma lúdica.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2018/12/empresas-criam-jogos-de-tabuleiro-e-crescem-dez-vezes-em-cinco-anos.shtml>. Acesso em: 14 set. 2021.

<sup>6</sup> Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. (JENKINS, 2018, p. 135)

É relevante a execução desse produto, uma vez que as plataformas de *streaming* crescem e se consolidam a cada ano no mercado audiovisual e publicitário e precisam de maior cristalização em seu campo de estudo. Ademais, há poucos estudos que investigam jogos como mídia e como estratégia para marketing de relacionamento.

Na Faculdade de Comunicação da UnB existem poucos produtos voltados para o design de jogos de tabuleiros, e este seria o primeiro focado em criar uma narrativa transmídia que inclui diversos produtos audiovisuais, com o objetivo de gerar, para a marca Netflix, *buzz marketing*, “o hábito do compartilhamento voluntário da admiração dos consumidores pelas marcas” (CASTELLANO, PINHO e NORONHA, 2018, p.406). Além do interesse em preencher uma lacuna observada entre os jogos relacionados a produtos audiovisuais, o atual trabalho também é fruto de motivações pessoais do autor, que além de ser fã de séries de televisão, acompanha constantemente as novidades relacionadas ao universo dos *streamings*.

Quando se pensa em jogos de tabuleiro, muitos clássicos vêm à mente do consumidor brasileiro: *Banco Imobiliário*, *Jogo da Vida*, *War*. Mas quando se trata de narrativa, personagens e investigação *Detetive* é o mais lembrado. Originalmente criado pela Waddingtons, na Inglaterra, em 1949, o jogo se desenvolve sobre um tabuleiro que simula uma mansão, com vários cômodos e vários objetos, e tem por objetivo descobrir qual dentre seis suspeitos cometeu um crime. Além disso, o jogador precisa descobrir qual dentre seis armas e qual dentre nove aposentos estão envolvidos no crime de assassinato.

Para o produto, foi escolhido criar uma versão física inspirada no jogo de tabuleiro *Detetive*, por conta da semelhança entre a narrativa do jogo – que possui personagens, armas, locações – com as narrativas de seriados. Neste produto a mansão é substituída pela plataforma da Netflix, os cômodos pelas 10 séries originais mais consumidas da plataforma em 2021, e personagens e armas fazem referência às séries escolhidas.

Além de ser um dos jogos de tabuleiros clássicos mais vendidos e conhecidos entre os brasileiros, *Detetive* também foi escolhido pela sua característica única de mistério e tensão, elementos de extrema importância dentro de um jogo. Huizinga (2014), historiador e linguista holandês, pontua que:

O elemento de tensão [...] desempenha no jogo um papel especialmente importante. Tensão significa incerteza, acaso. Há um esforço para levar o

jogo até ao desenlace, o jogador quer que alguma coisa "vá" ou "saia", pretende "ganhar" à custa de seu próprio esforço. (HUIZINGA, 2014, p.12)

No início de outubro de 2021, a Netflix divulgou dados de suas séries mais assistidas<sup>7</sup> em um evento online global com o intuito de ter mais transparência com as pessoas da indústria e do mercado; após o evento também foi divulgado que sua nova série *Round 6 (Squid game)* teria ultrapassado todos os outros títulos da plataforma e se tornado a mais assistida da história da Netflix<sup>8</sup> até então. A lista com as dez séries mais assistidas, baseada no número de contas que assistiram os conteúdos, as quais serão objetos de estudo para este produto, são:

**TABELA 1** - As 10 séries mais assistidas de 2021 da Netflix

Série	Número de contas que assistiram
Round 6: 1ª temporada	111 milhões
Bridgerton: 1ª temporada	82 milhões
Lupin: parte 1	76 milhões
The Witcher: 1ª temporada	76 milhões
Sex/Life: 1ª temporada	67 milhões
Stranger Things 3	67 milhões
La casa de papel: parte 4	65 milhões
A Máfia dos Tigres: 1ª temporada	64 milhões
O gambito da rainha	62 milhões
Sweet Tooth: 1ª temporada	60 milhões

**Fonte:** Elaboração própria.

Levando em consideração os títulos supracitados, o público-alvo do produto a ser desenvolvido serão os assinantes da plataforma Netflix; ademais, como a maioria das séries escolhidas possuem uma classificação indicativa que varia entre

<sup>7</sup> Disponível em: <https://deadline.com/2021/09/bridgerton-stranger-things-scarlett-johansson-netflix-ted-sarandos-cod-e-conference-interview-1234845341/>. Acesso em: 06 out. 2021.

<sup>8</sup> Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/round-6-se-torna-a-serie-de-maior-audiencia-da-historia-da-netflix/>. Acesso em: 27 out. 2021.

16 e 18 anos, o produto terá seu foco em adolescentes jovens (de 15 a 19 anos) e adultos jovens (de 20 a 24 anos)<sup>9</sup>.

Para o desenvolvimento deste trabalho de natureza teórico-prática foram utilizadas técnicas de pesquisa exploratória para reunir dados sobre as séries analisadas e jogos de tabuleiro para ampliar-se os conhecimentos sobre o tema. O primeiro passo foi o levantamento bibliográfico de autores que abordam design de jogos e narrativas transmídia, para que o estudante/pesquisador tivesse conhecimento do que já foi estudado sobre o assunto (FONSECA, 2002) e definir quais mecânicas se encaixam melhor no produto.

Foi realizada uma análise e esquematização das narrativas referentes às dez séries escolhidas, e uma pesquisa de semelhantes de jogos de tabuleiro de dedução, tendo como foco o jogo *Detetive*, escolhido como referência principal, para analisar mecânicas, dinâmicas e estética dos jogos e definir quais elementos seriam mantidos e quais poderiam ser adaptadas para o melhor funcionamento do produto. Também foi necessário fazer um estudo da marca Netflix para a criação do projeto gráfico que seria utilizado para criação das peças, cartas, tabuleiro e caixa; com pesquisa de cores, estilo de ilustração, fotografia, tipografia e demais elementos visuais da marca.

Para o desenvolvimento do jogo, foram utilizadas duas abordagens principais: a e a divisão das dimensões do jogo encontrada no livro *A Arte de Game Design: o livro original* (SCHELL, 2011). A técnica MDA sugere ao designer partir da visão do jogador ao desenvolver um jogo, focando na experiência que pretende proporcionar ao usuário, para depois idealizar as dinâmicas e mecânicas que atinjam aquele objetivo. Já a proposta de Schell (2011) é a tétrede elemental, que consiste em estética, mecânica, narrativa e tecnologia.

Dentro de estética estão inclusas todas as partes do jogo que são percebidas pelo jogador, como elementos visuais, táteis e sonoros. A mecânica são as ações que o jogador fará para que a narrativa do jogo seja desenvolvida, no caso de jogos de tabuleiro como *Detetive* temos como exemplo a ação de jogar os dados para andar através do tabuleiro ou o ato de fazer palpites ao entrar em um cômodo. A narrativa é a história que será abordada no jogo, nesse caso, baseada nas séries

---

<sup>9</sup> Definições de adolescentes jovens e adultos jovens de acordo com o documento Marco legal: saúde, um direito de adolescentes do Ministério da Saúde. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.mdh.gov.br/jspui/handle/192/1123>>. Acesso em 27 out. de 2021.

originais Netflix selecionadas. Por fim, a tecnologia é o que dá suporte às mecânicas do jogo; como por exemplo tabuleiro, dados, livreto de dicas e peões que representam os jogadores (SCHELL, 2011).

Durante a idealização do produto, foi necessário a realização de testes práticos com grupos focais para investigar como o jogo era recebido pelo público, e se mudanças precisavam ser realizadas. Nesses testes foram avaliadas questões como jogabilidade, interatividade e conexão do público com o projeto. Vale ressaltar que muitas vezes essas etapas não são lineares e as ações na criação de um trabalho teórico-prático funcionam de forma paralela.

## 2. OBJETIVOS

O principal objetivo do jogo criado é transformar e complementar a experiência audiovisual das dez séries originais mais assistidas da plataforma de *streaming* Netflix em um jogo de tabuleiro físico, pensando em como relacionar a história dos dez conteúdos e criar uma nova que se conecte às originais de forma lúdica.

Para atingir o objetivo geral foi necessário: analisar as séries selecionadas, e, a partir dos enredos principais, definir personagens e objetos que funcionam na estética do jogo *Detetive*, levando em consideração quesitos de representatividade social. Ademais, foi necessário refletir sobre produtos transmídia existentes da Netflix para utilizá-los como referência visual; compreender o histórico de jogos de tabuleiro, jogabilidade e escolhas de design desde a sua concepção; e a criação de protótipos do jogo para testá-lo até chegar ao produto final.

### 3. ASPECTOS CONTEXTUAIS E TEÓRICOS

#### 3.1 Conceito de jogo

Estima-se que os jogos estiveram presentes na cultura da humanidade desde que ela surgiu. Alguns autores (HUIZINGA, 1971 e WITTGENSTEIN, 1965) com perspectivas diferentes sobre a definição de jogo, acreditam que seu surgimento é anterior ao próprio relacionamento humano ou à cultura. Entendê-los como elemento cultural é fundamental para analisar sua relevância como mídia, como ferramenta de educação e entretenimento para com a sociedade.

Um dos primeiros teóricos a tentar conceituar a atividade foi Wittgenstein, que questionou: “Alguém pode dizer que o conceito de jogo é um conceito com bordas desfocadas – mas um conceito desfocado é um conceito?” (WITTGENSTEIN, 1965). O historiador Johan Huizinga (2014) buscou palavras utilizadas em diferentes idiomas que poderiam ajudar na definição da palavra jogo, no entanto sua busca resultou em definições não relacionadas que remetiam à competições, atividades infantis, contemplações desinteressadas, relacionamentos extraconjugais e guerras. O entendimento de "jogo" como uma atividade autônoma ainda é recente em várias culturas. Assim, Huizinga (2014, p. 16) chegou em seu próprio conceito:

[...] uma atividade livre, conscientemente tomada como 'não séria' e exterior à vida habitual, mas ao mesmo tempo capaz de absorver o jogador de maneira intensa e total. É uma atividade desligada de todo e qualquer interesse material, com a qual não se pode obter qualquer lucro, praticada dentro de limites espaciais e temporais próprios, segundo uma certa ordem e certas regras. Promove a formação de grupos sociais com tendência a rodearem-se de segredo e a sublinharem sua diferença em relação ao resto do mundo por meio de disfarces ou outros meios semelhantes.

O autor afirma que o "espírito do jogo" está presente em várias atividades culturais, como a religião, guerras, contando com regras e definições criadas para orientar suas práticas. Ainda sobre sua definição, podemos levar em consideração as palavras antônimas a “jogo”, como por exemplo as palavras "seriedade" e "trabalho" que, em vários idiomas, são vistas como antônimas à atividade (HUIZINGA, 2014, p. 50).

Outro autor que tenta definir “jogo” é o pesquisador Roger Caillois, que evidencia um dos principais atributos dos jogos: sua função de ser inútil (CAILLOIS,

1990). Apesar da sua necessidade de regras e organização para o funcionamento, Caillois (1990, p.24) afirma que “o jogo deve ser definido como uma atividade livre e voluntária, fonte de alegria e divertimento”. Dessa forma, o jogador desempenha seu papel no jogo, e se diverte à medida que seus objetivos são conquistados, de maneira livre e voluntária, traçando estratégias únicas de forma individual ou em grupo; as regras, portanto, começam a valer no momento em que o jogador se permite jogar voluntariamente, e assim, ser submetido às suas diretrizes.

Um jogo em que fôssemos forçados a participar deixaria imediatamente de ser jogo. Tornar-se-ia uma coerção, uma obrigação de que gostaríamos de nos libertar rapidamente. Obrigatório ou simplesmente recomendado, o jogo perderia uma das suas características fundamentais, o facto de o jogador a ele se entregar espontaneamente, de livre vontade e exclusivo prazer, tendo a cada instante a possibilidade de optar pelo retiro, pelo silêncio, pelo recolhimento, pela solidão ociosa. (CAILLOIS, 1990, p.26)

As diversas definições existentes da palavra mostram que várias abordagens são possíveis, principalmente se levarmos em consideração áreas de conhecimento como a Filosofia, Sociologia, Comunicação, Computação, Ludologia. Através das definições de Wittgenstein, Huizinga e Caillois, é possível observar as principais propriedades de um jogo: como ele se caracteriza em uma atividade social, cultural e voluntária de desprendimento da realidade, realizado em um determinado período de tempo e lugar sob a lente de um mundo abstrato, podendo utilizar-se de vários conceitos pré-estabelecidos pela sociedade, desde que possua início e fim.

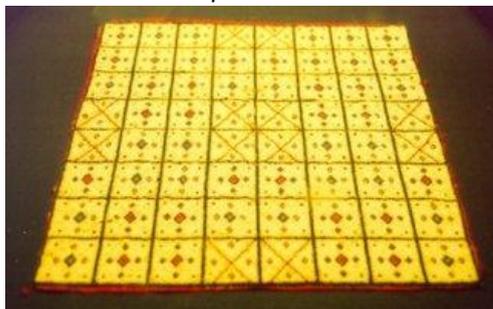
### **3.2 Breve histórico sobre jogos de tabuleiro**

Segundo o livro *It's all a game: a short history of board games (É tudo um jogo: uma pequena história de jogos de tabuleiro)* de Tristan Donovan (2018), o primeiro jogo de tabuleiro data de 3000 aC, na mesma época em que o antigo Egito foi fundado. Fragmentos do que parece ser o tabuleiro do jogo, chamado de *Senet* ou *O jogo dos 30 quadrados*, também foram encontrados por arqueólogos em cemitérios que antecedem a criação do reino por séculos – descobertas que sugerem que o jogo poderia ser tão antigo quanto a própria escrita.

**FIGURA 1** - Senet, o jogo dos 30 quadrados

Fonte: Lost Token, 2019<sup>10</sup>.

Criado no século XVI, e ainda um dos jogos de tabuleiro mais conhecidos atualmente, o *Xadrez* evoluiu de um antigo jogo de tabuleiro indiano chamado *Ashtāpada*, onde os participantes jogavam dados e tinham como objetivo serem os primeiros a colocar suas peças no tabuleiro e completar um circuito pré-definido, que consistia em sessenta e quatro quadrados dispostos em oito linhas e oito colunas. Em meados do século XV, algumas pessoas passaram a usar o tabuleiro de *Ashtāpada* para um novo jogo de 4 jogadores chamado *Chaturanga*, que significa “4 membros” em Sânscrito (DONOVAN, 2018).

**FIGURA 2** - Tabuleiro de *Ashtāpada* do Museu Britânico, em Londres

Fonte: History of Chess, 2005<sup>11</sup>.

*Chaturanga* era um jogo de guerra e as peças representavam as quatro divisões militares do Império Gupta: infantaria, cavaleiros, elefantes de guerra e navios. Ao contrário do xadrez moderno, *Chaturanga* não era um jogo só de lógica. Em vez disso, os jogadores jogavam bastões no ar para descobrir qual peça eles poderiam mover. *Chaturanga* também era geralmente jogado por apostas – haviam

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://losttoken.com.br/blog/conheca-senet-o-jogo-mais-antigo-do-mundo/>>. Acesso em: 10 mar. 2022.

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://history.chess.free.fr/ashtapada.htm>>. Acesso em: 10 mar. 2022.

histórias de jogadores apostando seus dedos no jogo e parando de jogar somente quando não tinham mais nenhum para oferecer. Depois de viajar da Índia à Arábia, o *Xadrez* finalmente chegou à Europa em 711 dC, mas a versão que conhecemos atualmente só foi introduzida em 1536, após diversas alterações no jogo para torná-lo mais dinâmico dando mais poder às peças. (DONOVAN, 2018)

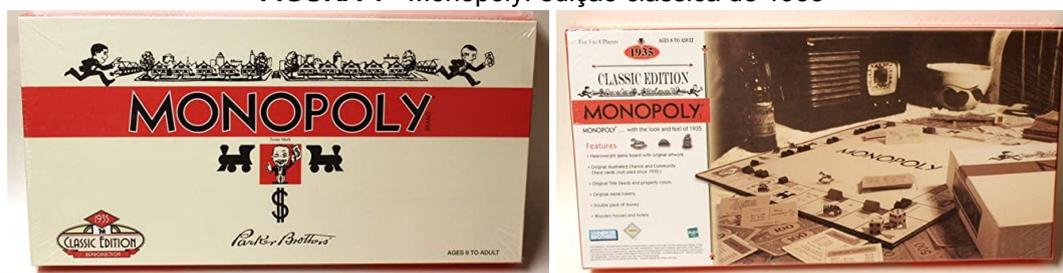
FIGURA 3 - Tabuleiro de *Chaturanga*



Fonte: Chess.com<sup>12</sup>.

Outro jogo importante entre os jogos de tabuleiros clássicos é o *Monopoly*, lançado em 1935<sup>13</sup> durante a Grande Depressão nos Estados Unidos e em 1944 pela editora Estrela como *Banco Imobiliário* no Brasil. O jogo criado por Charles Darrow, que perdeu seu emprego durante o período de crise, se baseou no jogo *The Landlord's Game* (*O Jogo do Senhorio*), porém invertendo a lógica do jogo original – que fazia críticas ao capitalismo, monopólios e desigualdade social – ao trazer para os jogadores a possibilidade de se tornar um grande magnata (DONOVAN, 2018).

FIGURA 4 - Monopoly: edição clássica de 1935



Fonte: Amazon<sup>14</sup>.

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://www.chess.com/terms/chaturanga-game>>. Acesso em 10 mar. 2022.

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/lancado-em-1935-banco-imobiliario-tornou-se-um-cao-peao-de-popularidade-10681945>>. Acesso em: 08 mar. 2022.

<sup>14</sup> Disponível em: <<https://www.amazon.com/Parker-Brothers-Monopoly-Classic-Edition/dp/B007KB81CQ>>. Acesso em 10 mar. 2022.

Criado em 1943, no período entre as guerras mundiais, pelo casal Anthony e Elva Pratt<sup>15</sup>, *Cluedo*, um dos principais objetos de estudo deste projeto, foi criado tendo como base jogos de festa de mistério e assassinato, e centrado na mecânica de dedução – onde o jogador possui informações limitadas e precisa chegar a uma conclusão. Para vencer, os jogadores precisavam resolver um mistério de assassinato eliminando possíveis locais, armas e suspeitos para chegar à conclusão correta.

Com o tema no lugar, Pratt e sua esposa Elva mergulharam na criação de um jogo onde os jogadores competiam para ser o detetive que solucionou o assassinato. Pratt encontrou inspiração em sua estante, repleta de grandes mistérios de assassinatos britânicos da chamada Era de Ouro da Ficção de Detetive que tomou o país e o mundo de assalto nos anos que antecederam a Segunda Guerra Mundial. (DONOVAN, 2018, p.129, tradução nossa)

Os criadores do jogo – originalmente chamado de *Murder! (Assassinato!)*, mas renomeado pela Waddington para *Cluedo* – receberam a patente em 1947, mas o contexto do pós-guerra interrompeu a fabricação de seu jogo por vários anos. A empresa inglesa Waddington finalmente o publicou em 1949, e sua parceira americana, *Parker Brothers*, lançou uma versão modificada chamada *Clue* no mesmo ano (DONOVAN, 2018).

**FIGURA 5** - Cluedo Original Edição Vintage



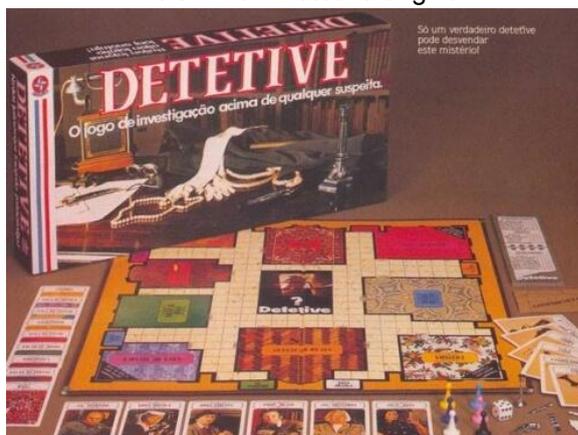
Fonte: Amazon<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://www.museumofplay.org/toys/clue/>>. Acesso em 09 mar. 2022.

<sup>16</sup> Disponível em: <<https://www.amazon.co.uk/CLUEDO-ORIGINAL-VINTAGE-EDITION/dp/B005SR7DTQ>>. Acesso em 10 mar. 2022.

O jogo foi lançado no Brasil em 1977 pela editora Estrela com o nome *Detetive* e funciona da seguinte forma: no início do jogo, três cartas são escolhidas aleatoriamente e inseridas dentro de um envelope, para que nenhum jogador as veja. As cartas escolhidas – um suspeito, uma arma e um cômodo da mansão – revelam, respectivamente, a identidade do assassino, o objeto usado no crime e o local onde o assassinato foi cometido. As demais cartas são distribuídas aos participantes.

**FIGURA 6** - Detetive original



Fonte: Guia dos curiosos<sup>17</sup>.

### 3.3 Detetive, um jogo de dedução

Segundo Allué (1999), jogos podem ser classificados em: jogos de ação, aventura, luta, lógica e raciocínio, jogos de vida artificial, jogos de simulação, jogos de esporte e jogos de dedução. Interessa-nos aqui os jogos de dedução, categoria onde *Detetive* está incluído. Nesse estilo de jogo, o jogador deve pensar logicamente, combinando e eliminando as possibilidades para achar uma resposta (ALLUÉ, J. M., 1999).

O objetivo de *Detetive* consiste em encontrar a solução do crime. São 6 suspeitos, 6 armas e 9 locais, conferindo diversas possibilidades de resultados. No decorrer do jogo, os jogadores precisam jogar o dado para andar pelo tabuleiro e entrar nos cômodos para fazer palpites de quais cartas estão dentro do envelope confidencial. Os demais participantes devem contradizer o palpite, exibindo alguma

---

<sup>17</sup> Disponível em: <<https://www.guiadoscuriosos.com.br/web-stories/quem-inventou-o-jogo-detetive/>>. Acesso em 10 mar. 2022.

carta de suas mãos que seja parte do palpite, comprovando que ela não se encontra no envelope. A carta deve ser mostrada apenas àquele que palpitou.

Após suspeitar ter a solução do crime, o jogador deve fazer uma acusação final, em que cita em definitivo quem é o assassino, com qual objeto matou, e em qual cômodo da mansão. O acusador verifica as cartas do envelope, em segredo e caso tenha acertado, é declarado vencedor do jogo. Em caso de erro, o jogador é eliminado, podendo apenas desmentir o palpite dos demais participantes com as cartas que possui. O que garante o desenvolvimento do jogo de forma organizada são as mecânicas escolhidas por ser idealizador.

Segundo Schell (2011), a mecânica dos jogos é a essência do que um jogo verdadeiramente é. São as interações e os relacionamentos que permanecem quando a estética, tecnologia e história são removidas. Pode-se dizer que a mecânica de um jogo é o conjunto objetivo e claramente definido das regras. Para o desenvolvimento desse produto foi definido a princípio que seriam utilizadas as mesmas mecânicas do jogo o qual faz referência. As mecânicas utilizadas no jogo *Detetive* são: Gestão de Mão, Papel e Caneta, Rolar e Mover, e Movimento Ponto a Ponto; porém, devido ao aumento no número de personagens, locais e armas algumas dinâmicas precisaram ser ajustadas para manter a jogabilidade do jogo em um nível satisfatório e divertido.

Gestão de Mão consiste em utilizar cartas para jogar em sequência, fazer combos para levar vantagem no jogo, juntar cartas na mão para realizar um objetivo ou ganhar pontos. Em *Detetive*, três cartas (personagem, local e arma) são escondidas em um envelope e as outras são divididas entre os jogadores. A mecânica de Gestão de Mão está diretamente relacionada ao estilo de dedução do jogo. As cartas nas mãos são o primeiro passo para a descoberta das cartas que estão no envelope (objetivo final do jogo), já que se as cartas estão com o jogador, logicamente elas não estão no envelope, resta descobrir quais cartas estão nas mãos dos outros jogadores.

A mecânica Papel e Caneta consiste em, durante o jogo, realizar anotações para auxiliar o jogador a vencer o jogo ou determinar o vencedor; nesse caso, a cartela para anotações possui o nome de todos os elementos contidos nas cartas e auxilia na eliminação de opções para definir quais cartas estão dentro do envelope.

Rolar e Mover está relacionada ao dado e estilo do tabuleiro; para se mover durante uma partida, o jogador deve mover o pino de acordo com o valor obtido ao

rolar o dado. O sistema é associado à sorte, mas não exclusivamente, já que pode haver certa tática envolvida. Em *Detetive*, os participantes precisam utilizar o dado para se mover pelo tabuleiro e entrar nos cômodos; ao entrar em um cômodo o jogador ganha o direito de fazer um palpite, ele diz quem matou, qual arma utilizou e em qual ambiente o assassinato foi cometido (que precisa ser necessariamente o cômodo onde ele está).

O movimento de se mover e entrar em cômodos está associado à mecânica Movimento Ponto a Ponto, que é utilizada em jogos em que alguns pontos no tabuleiro podem ser ocupados por personagens ou marcadores (ex: Cômodos em uma mansão). Esses pontos são conectados por linhas ou grades, e movimentos entre pontos geralmente só podem ser executados por essas linhas. Ao entrar em um cômodo e fazer um palpite em *Detetive*, o jogador à esquerda do que fez a afirmação, caso tenha alguma carta citada no palpite, deve mostrar uma delas apenas ao jogador que fez o palpite. Se o jogador à esquerda não tiver nenhuma das cartas, o segundo jogador à esquerda deve mostrar e assim sucessivamente, caso nenhum dos outros jogadores tenha alguma das cartas citadas no palpite, pode-se concluir que o palpite estava correto e as cartas estão dentro do envelope.

Além das mecânicas citadas anteriormente, temos as regras, que compõem a mecânica mais fundamental. Elas definem o espaço, os objetos, as ações, as consequências das ações, as restrições sobre as ações e os objetivos. Em outras palavras, tornam possível todo o desenvolvimento do jogo e adicionam a coisa fundamental que define um jogo – objetivos (SCHELL, 2011).

### 3.4 O marketing de relacionamento da Netflix

Com sua chegada ao Brasil em setembro de 2011, a Netflix trouxe um novo modo de consumir conteúdo audiovisual, o *streaming*; em um texto publicado na revista *Fronteiras-estudos midiáticos*, os autores Mayka Castellano, João Pedro Pinho e Iara Noronha (2018) conceituam a nova forma de distribuição:

*Streaming* é uma forma de distribuição de dados, geralmente de multimídia, através de pacotes, pela Internet. Em *streaming*, as informações não são armazenadas pelo usuário em seu próprio HD, pois a transmissão dos dados se dá durante a reprodução para o usuário, que precisa estar online. Uma das características interessantes do *streaming* é que ele pode ser acessado por diversos dispositivos: celulares, tablets, computadores e também por televisores acoplados a algum aparelho com acesso à Internet

(como videogames e reprodutores de DVD e Blu-Ray) ou que já possuam acesso interno à rede (as chamadas *Smart TVs*). (CASTELLANO, PINHO e NORONHA, 2018, p. 405)

A facilidade de acesso e a diversidade de conteúdos foram alguns dos fatores que resultaram no sucesso da plataforma que em janeiro de 2021 possuía 19 milhões de assinantes, somente no Brasil.<sup>18</sup> Grande parte do encanto dos brasileiros se deve ao fato da Netflix investir em marketing de relacionamento, o qual se baseia na criação e manutenção de um canal de comunicação com os clientes. Essa estratégia traz o foco da empresa para clientes ativos, que apresentam um poder de influência sobre consumidores em potencial por conta de seu status de divulgadores espontâneos da marca. (CASTELLANO, PINHO e NORONHA, 2018)

A Netflix Brasil faz uso frequente de marketing de relacionamento e conteúdo, com o objetivo de cativar o consumidor ao estabelecer uma relação que vai além do ato da compra, mas sim voltada para a conquista e o entretenimento. Esse movimento pode ser visto nas redes sociais da marca, que possui perfis verificados no Youtube, Instagram, Facebook, Twitter e Spotify com seguidores que geram um engajamento significativo em suas postagens.

É mantendo um relacionamento próximo e envolvendo o cliente com a marca, que a plataforma deixa de apenas fornecer o produto e passa a ser um símbolo de afeto, assim ela mobiliza *fandoms* – “ambientes de afinidade caracterizados pelas muitas formas de interação que se estabelecem entre fãs de determinado objeto cultural a partir de seu interesse compartilhado por este mesmo objeto” (REZENDE e NICOLAU, 2014, p.02). – apaixonados não só pelas séries e filmes produzidos, como também pela marca em si.

Gordon (1998) define o marketing de relacionamento como um processo de identificação e criação de novos valores com o cliente, além do compartilhamento de seus benefícios. Esse processo funciona de forma contínua, e nele, fica evidenciado que para gerar essa criação de laços deve-se ter uma relação de benefícios e valores. Esse tipo de marketing possui como características principais o foco na cultura e valores; liderança; estrutura; pessoal; tecnologia; conhecimento e percepção; e processos.

---

<sup>18</sup>

Disponível

em:

<<https://canaltech.com.br/entretenimento/sem-querer-cade-revela-numero-de-assinantes-da-netflix-no-brasil-198483/>>. Acesso em: 20 out. 2021.

Cultura e valores são relevantes para formar relacionamentos duradouros. Liderança para entender o significado do marketing de relacionamento e como agir a partir disso. Pessoal que deve ser treinado para criar e melhorar a relação com os consumidores. Tecnologia para coleta e análise de dados para tomada de decisões. Conhecimento e percepção para gerenciar os diversos clientes. E por fim, processos, para entregar da melhor forma o valor que o consumidor busca na organização.

Um exemplo de marketing de relacionamento são os almanaques *Tudum*, – que serviram como principal referência visual para este produto – lançados pela plataforma em 2020 e 2021, com conteúdos exclusivos, bastidores das produções e jogos relacionados a seus conteúdos originais. Os almanaques – distribuídos de forma gratuita – estavam disponíveis para os fãs que entrassem no site oficial<sup>19</sup> e fizessem o pedido para seu endereço antes que os produtos se esgotassem. Os almanaques, assim como o produto deste projeto, trazem a experiência das séries e filmes para fora da plataforma, constituindo-se como uma narrativa transmidiática, conceito abordado no Livro de Henry Jenkins (2008), *Cultura da Convergência*:

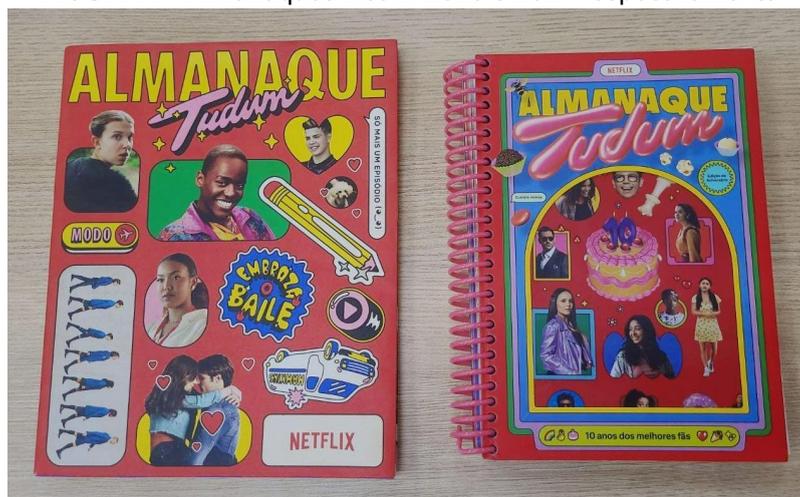
Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser 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 (JENKINS, 2008, p. 135).

Tais produtos, que complementam a experiência dos assinantes e consumidores da marca, aumentam o engajamento dos fãs, que se tornam usuários ativos e comprometidos emocionalmente.

---

<sup>19</sup> Disponível em: <<https://www.tudumnetflix.com.br/>>. Acesso em: 20 out. 2021.

**FIGURA 7** - Almanques Netflix 2020 e 2021 respectivamente



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Estratégias transmidiáticas podem ser encontradas em áreas como o entretenimento, jornalismo, educação; elas articulam e complementam narrativas que unidas se tornam uma única narrativa. Para que isso seja feito da melhor forma possível, deve-se ter atenção com algumas etapas, como a definição de personagens, desenvolvimento de tramas e a distribuição do conteúdo (GOSCIOLA, 2011).

Outra técnica transmídia utilizada pela Netflix Brasil é a forma como ela interliga a imagem de personalidades conhecidas pelo público brasileiro com os conteúdos da plataforma. O espectador, que não conhece o produto, reconhece a celebridade e aumenta sua recepção em relação ao conteúdo. É possível assistir exemplos dessa estratégia no canal do Youtube da marca, que produz vídeos com uma narrativa protagonizada ou construída de forma relacionada a um artista conhecido.

Dentre as séries escolhidas como objeto de estudo para esse produto, pode-se destacar exemplos como: o vídeo *Xuxa e o baixinho que sumiu*<sup>20</sup> com a apresentadora Xuxa Meneghel para divulgar a primeira temporada de *Stranger Things*; o cover<sup>21</sup> da canção *Melhor eu ir* do cantor Péricles feito pela banda coreana de pagode *Tell a tale* para divulgar a série *Round 6 (Squid Game)*; vídeos<sup>22</sup> produzidos com o humorista Whindersson Nunes para a divulgação da última

<sup>20</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2t-AlbErqts>>. Acesso em: 10 mar. 2022.

<sup>21</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EEIil8vqQ6g>>. Acesso em: 10 mar. 2022.

<sup>22</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MKs2-qTOc70>>. Acesso em: 10 mar. 2022.

temporada de *La Casa de Papel*; e o vídeo<sup>23</sup> com a cantora, atriz e ex-BBB Manu Gavassi para a divulgação da série *O Gambito da Rainha (The Queen's Gambit)*.

Por fazer parte de uma cultura de convergência<sup>24</sup> e um país multicultural como o Brasil, um único meio pode não ser suficiente para falar com os diversos consumidores da plataforma que estão cada vez mais conectados. A narrativa transmidiática criada pela Netflix funciona e atende a função de gerar tráfego para a mídia principal (a plataforma de *streaming*). A ideia deste produto é utilizar-se dessa tendência para atrair o público que gosta de jogos e fazer a manutenção da relação entre os assinantes que são fãs das séries escolhidas como tema para o jogo.

## 4. DESENVOLVIMENTO

### 4.1 Narrativa

Historicamente, narrativas são experiências com um único segmento que podem ser desfrutadas por uma pessoa, e os jogos são experiências com vários resultados possíveis que são vivenciadas por um grupo. (SCHELL, 2011) Pensando nisso, foi necessário avaliar cada uma das 10 produções escolhidas, para que quando unidas as narrativas fizessem sentido e criassem uma nova, que gerasse uma combinação de possíveis resultados divertidos e atraentes para o jogador.

Para criação do jogo foi necessário definir uma personagem e uma “arma” de cada série para manter a dinâmica do jogo *Detetive*. Aqui, arma está entre aspas porque, para manter o tom de marca da Netflix, foram definidas armas não convencionais que fazem referência a algum enredo das produções. Por exemplo: a carta *Susto no vestiário* que faz alusão à cena mais famosa da série *Sex/Life*, a qual viralizou na internet por mostrar um nu frontal de um dos personagens masculinos.

Nas cartas de suspeitos, além do nome, foi acrescentado um adjetivo ou substantivo, que mostrasse a essência da personagem para que aqueles que não tivessem assistido à série pudessem entender um pouco sobre o conteúdo e talvez se interessar a ponto de assisti-lo. Essa decisão, de acrescentar algo junto do nome da personagem, também se deu após a primeira rodada de testes, quando – ao

---

<sup>23</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jpHYRL4yNb8>>. Acesso em: 10 mar. 2022.

<sup>24</sup> Henry Jenkins (2008, n.p) fala sobre cultura da convergência se referindo à convergência midiática, onde acontece o processo constante e contínuo de fusão das mídias.

seguir a técnica MDA, que foca na visão do jogador sobre o jogo – foi percebido que alguns nomes de personagens não eram de fácil pronúncia e poderiam dificultar o andamento do jogo, assim, ao adicionar outra palavra, fica mais claro a que personagem o jogador estava se referindo durante a partida.

Para a escolha das personagens também foi levado em consideração questões de representatividade, baseadas em gênero, raça, etnia e sexualidade. Segue abaixo a sinopse apresentada pela plataforma de cada série em ordem alfabética e a linha de pensamento seguida na escolha de personagens e armas utilizadas no produto.

#### 4.1. 1 A Máfia dos Tigres (2020-2021)

Sinopse: “O dono de um zoológico perde o controle e acaba acusado de encomendar um assassinato no submundo da criação de grandes felinos. Baseada em fatos reais.” (Netflix, 2022)<sup>25</sup> Nesta série documental, somos apresentados a Joe Exotic, ex-proprietário do G. W. Zoo – um zoológico privado com mais de 200 tigres e outros felinos – que concorreu à presidência dos Estados Unidos, foi youtuber, cantor country e acusado de contratar alguém para matar Carole Baskin, uma ativista dos felinos de grande porte que estava dedicada a fechar seu zoológico.

FIGURA 8 - Cartas de A Máfia dos Tigres



Fonte: Acervo do autor, 2022.

O personagem escolhido para a carta de suspeito *Joe, o Exótico* foi o protagonista Joe, que chama a atenção pelo seu jeito excêntrico e possui uma

<sup>25</sup> Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/81115994>>. Acesso em 10 ago. 2022.

história que combina com a narrativa do jogo, já que foi suspeito de cometer um crime. A palavra escolhida para acompanhar o nome foi: Exótico, que diz muito sobre a sua personalidade e faz referência ao seu nome artístico em inglês *Joe Exotic*. A princípio, a carta se chamaria *Sarge, o Tigre* e faria alusão a um dos tigres apresentados no documentário, porém no primeiro teste do jogo alguns participantes confundiram a carta de suspeito com a carta de arma que inicialmente se chamava *Tigre*.

Apesar da confusão inicial, foi mantido o tema de tigres para a carta de arma, por serem elementos fundamentais na narrativa do documentário e presentes no título da obra. Porém, para integrar o tom mais leve e divertido do jogo, foi dada ênfase ao fato que tigres parecem apenas gatos de grande porte e, por fim, o título da carta ficou *Ataque de fofura*.

#### 4.1. 2 Bridgerton (2020-)

Sinopse: “Oito irmãos inseparáveis buscam amor e felicidade na alta sociedade de Londres. Inspirada nos best-sellers de Julia Quinn.” (Netflix, 2022)<sup>26</sup> Criada por Chris Van Dusen, a série ficcional, baseada na sequência de 9 livros *Os Bridgertons*, que conta a história da família do título e sua jornada pela sociedade aristocrática inglesa. Com figurinos, cenários e fotografia exuberantes, a produção muda de protagonista a cada temporada, focando em um dos irmãos *Bridgerton*.

FIGURA 9 - Cartas de Bridgerton



Fonte: Acervo do autor, 2022.

<sup>26</sup> Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/81115994>>. Acesso em 10 ago. 2022.

O personagem escolhido para a carta de suspeito *Simon, o Duque* foi o interesse amoroso da protagonista da primeira temporada Daphne Bridgerton, o qual chamou a atenção dos fãs por conta da interpretação cativante do ator Regé-Jean Page que interpreta o Duque de Hastings. A palavra escolhida para acompanhar seu nome foi seu título de nobreza, citado diversas vezes durante os episódios.

Para a carta de arma foi utilizado o um dos principais enredos da série que é o mistério da identidade de Lady Whistledown, uma escritora de folhetins que utiliza-se de um pseudônimo para manter o anonimato enquanto espalha boatos poderosos sobre as famílias do seriado; por fim, o título da carta ficou *Fofocas da Lady Whistledown*.

#### 4.1. 3 La Casa de Papel (2017-2021)

Sinopse: “Oito ladrões se trancam com reféns na Casa da Moeda da Espanha. Seu líder manipula a polícia para realizar um plano. Será o maior roubo da história, ou uma missão em vão?” (Netflix, 2022)<sup>27</sup> Criada por Álex Pina, *La Casa de Papel* segue entre as maiores séries de língua não inglesa da plataforma desde que entrou no catálogo em 2017, quando o serviço de *streaming* comprou seus direitos da rede espanhola *TV Antena 3*. A trama gira em torno de um grupo de ladrões reunidos por um homem misterioso para assaltar a Casa da Moeda da Espanha.

FIGURA 10 - Cartas de La Casa de Papel



Fonte: Acervo do autor, 2022.

<sup>27</sup> Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/80192098>>. Acesso em 11 ago. 2022.

A personagem escolhida para a carta de suspeito *Nairobi, a Matriarca* foi a ladra Nairobi, especialista em falsificação de notas e integrante do grupo original de oito ladrões da primeira temporada. A palavra escolhida para acompanhar seu nome foi: Matriarca, substantivo que faz referência a uma das frases mais famosas da série, presente na segunda temporada, quando a personagem dá um golpe em um de seus companheiros e diz “empieza el matriarcado<sup>28</sup>”, anunciando que o matriarcado iria começar.

A carta de arma, *Plano infalível do Professor*, remete aos planos do idealizador dos assaltos, autodenominado de O Professor, que mesmo passando por diversas reviravoltas durante os episódios parecem não ter brechas para erros.

#### 4.1. 4 Lupin (2021-)

Sinopse: “Inspirado pelas aventuras de Arsène Lupin, o ladrão gentil Assane Diop quer se vingar de uma família rica por uma injustiça cometida contra o pai dele.” (Netflix, 2022)<sup>29</sup> Criada por George Kay, *Lupin* é inspirada no protagonista do clássico francês *Arsène Lupin, o Ladrão de Casaca*, criado por Maurice Leblanc no início do século XX. A produção conta a história de Assane, um imigrante senegalês que quando adolescente viu o pai ser incriminado pelo roubo de um colar valioso e depois de adulto busca vingança contra os patrões milionários responsáveis pela prisão do pai.

FIGURA 11 - Cartas de Lupin



Fonte: Acervo do autor, 2022.

<sup>28</sup> “Que comece o matriarcado”, tradução nossa.

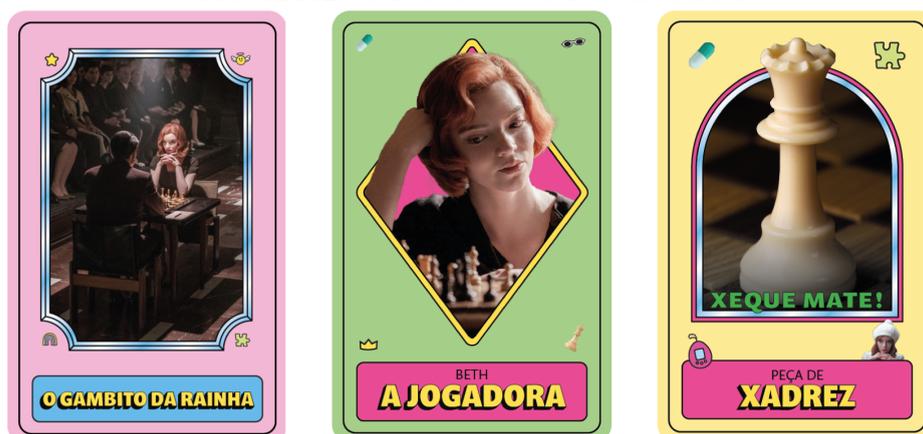
<sup>29</sup> Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/80994082>>. Acesso em 11 ago. 2022.

Para a carta de suspeito *Assane, o Ladrão*, o escolhido foi o protagonista da série Assane Diop e a palavra que acompanha seu nome resume um pouco a história do herói sem dar *spoilers* sobre sua motivação na narrativa apresentada. A carta de arma *Colar de diamantes* se refere ao objeto responsável por colocar Babakar, pai do protagonista, na cadeia. A joia, além de peça relevante na narrativa da primeira temporada, foi escolhida por levantar o questionamento de como um colar poderia ser usado para matar alguém, algo que acontece na série de forma indireta.

#### 4.1. 5 O Gambito da Rainha (2020)

Sinopse: “Em um orfanato nos anos 1950, uma garota-prodígio do xadrez luta contra o vício em uma jornada improvável para se tornar a número 1 do mundo.” (Netflix, 2020)<sup>30</sup> Baseado no livro homônimo de Walter Trevis e criada por Scott Frank e Allan Scott, *O Gambito da Rainha* conta a história de Elizabeth Harmon, uma jovem que fica órfã após sobreviver ao acidente que mata sua mãe e encontra, em um orfanato o zelador Shaibel, responsável por ensiná-la xadrez durante sua estadia. A série limitada mostra o amadurecimento da personagem que deseja se tornar uma jogadora de xadrez profissional enquanto lida com adversidades.

FIGURA 12 - Cartas de O Gambito da Rainha



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Em *Beth, a Jogadora*, carta de suspeito relacionada à série supracitada, foi escolhido colocar o apelido da protagonista junto ao seu principal objetivo. A

<sup>30</sup> Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/80234304>>. Acesso em 11 ago. 2022.

personagem aparece nos principais cartazes da produção na plataforma e foi definida por ser um rosto familiar aos assinantes – mesmo aqueles que não assistiram a série – por ter ocupado o top 10, lugar de destaque no site e no aplicativo, da Netflix por meses após seu lançamento.

A carta de arma *Peça de Xadrez* está ligada ao enredo principal da série. Na carta foi incluído o texto “xeque-mate”, expressão utilizada para nomear a jogada onde é feito um ataque decisivo ao rei, e implica a derrota do jogador atacado e conseqüentemente o fim da partida. No contexto aplicado, a frase faz alusão ao crime cometido que conduz a experiência do jogo.

#### 4.1. 6 Round 6 (2021-)

Sinopse: “Centenas de jogadores falidos aceitam um estranho convite para um jogo de sobrevivência. Um prêmio milionário aguarda, mas as apostas são altas e mortais.” (Netflix, 2022)<sup>31</sup> A produção sul-coreana criada por Hwang Dong-hyuk se tornou a série mais assistida da plataforma em 2021. A partir de roteiros bem elaborados e uma direção de arte grandiosa, somos apresentados a participantes de jogos mortais que se inspiram em brincadeiras infantis sul-coreanas.

FIGURA 13 - Cartas de Round 6



Fonte: Acervo do autor, 2022.

A princípio, a carta de suspeito se chamaria *Gi-hun, o Caloteiro*, trazendo o nome do protagonista conhecido por fracassar em seus negócios e não ter uma boa relação com jogos de azar. No entanto, durante a primeira rodada de testes, alguns

<sup>31</sup> Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/81040344>>. Acesso em 13 ago 2022.

jogadores confundiram a pronúncia de “Gi-hun” com a de “Geralt”, nome presente na carta de suspeito da série *The Witcher*. Por isso, a carta foi substituída pela definitiva *Han Mi-Nyeo, a Trambiqueira*, que apresenta a jogadora número 212, conhecida entre os fãs por sua presença cômica e por se aliar com quem considera ser forte o bastante para ajudá-la a chegar ao final do jogo.

Para a carta de arma foi escolhido o brinquedo mortal apresentado no piloto da série: a *Boneca Assassina*. No Brasil, a arma que capta movimentos e ativa disparos, conhecida pelo seu bordão “batatinha frita, um, dois, três”, viralizou nas redes sociais, fez parte de memes e foi incluída como atração em algumas celebrações de aniversários infantis do país.

#### 4.1. 7 Sex/Life (2021-)

Sinopse: “Uma mulher casada e mãe de dois filhos não consegue parar de pensar no passado tórrido com o ex.” (Netflix, 2022)<sup>32</sup> Criada pela roteirista Stacy Rukeyser, a produção acompanha Billie, uma mulher próxima da meia-idade, que começa a ter devaneios sobre seu passado sexual com o ex-namorado Brad, quando seu casamento com Cooper entra em uma fase monótona. Isso se torna um problema quando o marido descobre seu diário e lê os registros da esposa.

FIGURA 14 - Cartas de Sex/Life



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Em um primeiro momento a carta de suspeito para esta série se chamaria *Billie, a Insatisfeita*, evidenciando a protagonista da série e seu conflito durante os

<sup>32</sup> Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/80991848>>. Acesso em 14 ago. de 2022.

episódios, porém a personagem foi substituída pelo marido e o nome da carta alterado para *Connor, o Corno*. A nova carta contém um tom mais cômico e chamou a atenção dos jogadores durante a segunda rodada de testes, além de sintetizar com mais facilidade o enredo da série.

A produção não possui tramas de assassinato ou crime, por isso, para a carta de arma foi preciso escolher algo mais subjetivo. Após analisar as possibilidades, chegou-se em dois títulos: *Notebook com segredos* (que coloca o diário digital descoberto por Cooper como um tipo de arma) ou *Susto no vestiário*; o primeiro utilizado nos primeiros testes não gerou nenhuma reação dos jogadores, mas o segundo, que faz referência à cena mais famosa da série, divertiu os jogadores e, por fim, foi mantido.

#### 4.1. 8 Stranger Things (2016-)

Sinopse: “Quando um garoto desaparece, a cidade toda participa nas buscas. Mas o que encontram são segredos, forças sobrenaturais e uma menina.” (Netflix, 2022)<sup>33</sup> Criada pelos irmãos Duffer, a série que estreou em 2016 e trouxe de volta a nostalgia dos anos 80 no contexto estadunidense, se tornou sucesso absoluto da plataforma e continua entre as mais assistidas. Nela, é possível acompanhar um grupo de amigos que precisam lidar com criaturas sobrenaturais, as quais parecem ter saído de um uma partida de *Dungeons and Dragons*.

FIGURA 15 - Cartas de Stranger Things



Fonte: Acervo do autor, 2022.

<sup>33</sup> Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/80057281>>. Acesso em 14 ago. de 2022.

Com muitos personagens relevantes na trama, *Stranger Things* foi uma das séries mais difíceis de se escolher a personagem para o jogo. Inicialmente a carta se chamaria *Onze, a Amiga*, porém no primeiro teste foi possível perceber a confusão de alguns jogadores que conhecem a personagem pelo nome em inglês *Eleven*. Para o segundo teste, a carta foi substituída pela que ficaria no final: *Erica, a Desaforada*; a personagem possui mais tempo de tela a cada temporada, e é uma das favoritas pelos fãs por suas frases atrevidas que funcionam como alívio cômico. Outro quesito que influenciou na decisão de colocá-la na carta de suspeito foi a representatividade racial e de gênero, por ela ser uma garota negra.

Para a carta de arma foi escolhido o vilão apresentado na primeira temporada, o monstro sobrenatural Demogorgon. Com o objetivo de criar um tom de humor para a carta foi acrescentada a palavra “beijo” que tira sarro do formato peculiar do rosto do monstro; por fim, o título da carta ficou *Beijo do Demogorgon*.

#### **4.1. 9 Sweet Tooth (2021-)**

Sinopse: “Em uma perigosa aventura em um mundo pós-apocalíptico, um adorável menino-cervo sai em busca de um novo começo na companhia de um protetor rabugento.” (Netflix, 2022)<sup>34</sup> *Sweet Tooth* é uma releitura da HQ de Jeff Lemire lançada em 2009; a adaptação retrata um futuro assolado por uma pandemia conhecida como Flagelo, doença que surge na mesma época em que crianças começam a nascer com características de animais. O híbrido protagonista da série é Gus, um garoto com traços de cervo que cresce em uma reserva natural com o pai, isolados da civilização e, após alguns acontecimentos, parte em busca de sua mãe.

---

<sup>34</sup> Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/81221380>>. Acesso em 14 ago. 2022.

FIGURA 16 - Cartas de Sweet Tooth



Fonte: Acervo do autor, 2022.

O personagem escolhido para a carta de suspeito *Gus*, o *Menino-cervo* foi o protagonista que estampa a maioria das peças publicitárias e cartazes do seriado na plataforma. Por conta do contexto da pandemia do coronavírus, para a carta de arma foi descartado o vírus abordado na série e decidiu-se por nomeá-la de *Exército da Ursa*, assim os jogadores que não conhecem a série são apresentados a outra personagem e os que conhecem o enredo se conectam com um rosto familiar.

#### 4.1. 10 The Witcher (2019-)

Sinopse: “O mutante Geralt de Rívia é um caçador de monstros que luta para encontrar seu lugar num mundo onde as pessoas muitas vezes são mais perversas que as criaturas selvagens.” (Netflix,2022)<sup>35</sup> Criada por Lauren Schmidt Hissrich, a série adapta a obra de Andrzej Sapkowski. O foco é o bruxo Geralt, um mutante habilidoso em combate, que trabalha como matador de aluguel, assassinando criaturas mágicas e monstros para quem o paga.

<sup>35</sup> Disponível em:<<https://www.netflix.com/br/title/80189685>>. Acesso em 14. ago. 2022.

FIGURA 17 - Cartas de The Witcher



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Para a carta de suspeito *Geralt, o Bruxão* foi utilizado o nome do protagonista acompanhado do apelido dado pelos fãs do seriado, e utilizado pela plataforma em suas redes sociais, ao personagem interpretado por Henry Cavill, também conhecido pelo seu papel como *Super-Homem*. Para a carta de arma *Espada do Bruxão*, foi escolhido o equipamento que o personagem utiliza em seus combates.

#### 4.1. 11 Spoiler!

A ideia para o nome do jogo surgiu após um brainstorming de palavras relacionadas a *streaming* e séries. A palavra *spoiler* tem origem no verbo em inglês *spoil*, que pode-se traduzir para estragar. O termo significa a revelação antecipada de informações sobre um conteúdo que não tenha sido visto, lido ou ouvido por alguém e é muitas vezes utilizado como uma forma de intervenção para reprimir o indivíduo que está revelando tais informações. Em uma tradução livre, *spoiler* se aproxima da expressão em português “estraga-prazeres”. O nome escolhido acompanhado do ponto de exclamação também faz referência ao nome original do jogo *Detetive*, que na época de sua criação em 1943, antes de ser comercializado pela *Waddington*, se chamava *Murder! (Assassinato!)*.

Com o nome definido e a ideia de fazer um produto semelhante ao jogo *Detetive*, foi necessário desenvolver uma narrativa que desse partida ao jogo. O autor Jesse Schell (2011) define narrativa como:

Essa é a sequência de eventos que se desdobram no seu jogo. Ela pode ser linear e previamente determinada (aberta), ou ramificada e emergente (aberta). Quando você tem uma história que quer contar por meio do seu

jogo, precisa escolher a mecânica que reforçará essa história e deixá-la emergir. (SCHELL, 2011, p. 41)

Para o produto, escolheu-se criar uma narrativa simples e linear, que unisse a ideia de dar *spoilers*, presente no imaginário de assinantes da plataforma, com crimes e investigação. Também foi feita uma referência ao filme *Enola Holmes (2020)*, original Netflix que aborda o mundo de Sherlock Holmes, investigação e crimes.

A história definida, incluída na caixa inferior do produto é a seguinte: “Receber um spoiler pode gerar reações extremas, até mesmo... ASSASSINATO! Um usuário invadiu a plataforma da Netflix para dar spoiler a sua personagem favorita. O que ele não esperava era que a reação da personagem poderia ser tão... EXTREMA. Agora, cabe a você descobrir QUEM recebeu os spoilers e cometeu o crime, QUAL arma foi utilizada e ONDE aconteceu o assassinato. Será que temos aqui alguém com o potencial de Enola Holmes?”.

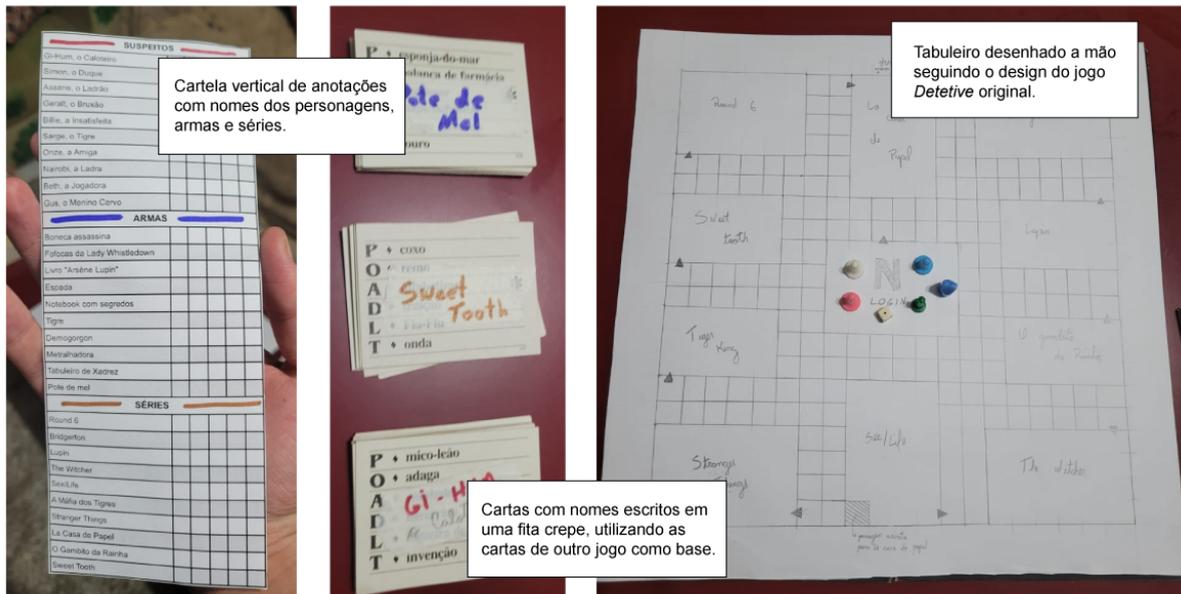
## 4.2 Jogabilidade

Foram realizadas três rodadas de testes para avaliar a jogabilidade do produto. A primeira feita com um protótipo de baixa fidelidade, focando mais na parte de escrita e narrativa, a segunda com o material mais desenvolvido, impresso em papel sulfite em média qualidade e a terceira com o produto finalizado. Nos testes foram avaliados a duração da partida, se o jogo estava confuso para os jogadores, e diversão em geral.

Para garantir a melhor experiência do usuário, algumas mecânicas e regras do jogo *Detetive* precisaram ser adaptadas para o produto desenvolvido. Todas as mecânicas utilizadas no jogo original (Gestão de Mão, Papel e Caneta, Rolar e Mover, e Movimento Ponto a Ponto) foram mantidas, porém o aumento do número de cartas (de 21 para 30) evidenciou, desde a primeira rodada de testes, que alterações fossem necessárias.

#### 4.2.1 Primeira rodada de testes

FIGURA 18 - Imagens do Teste 1



Fonte: acervo do autor, 2022.

Foi desenhado a mão um tabuleiro semelhante ao do jogo utilizado como referência. A ideia era fazer um protótipo simples para analisar quais seriam as consequências do aumento no número de suspeitos, armas e locações. O resultado encontrado foi que, se as mecânicas não fossem alteradas, a duração do jogo poderia ser bem maior do que esperado.

No jogo original, ao fazer um palpite, o jogador à esquerda, se possuísse uma das cartas citadas, deveria mostrar apenas para aquele que palpitou. Essa regra, aplicada ao jogo em desenvolvimento, fez com que as partidas demorassem no mínimo 55 minutos; algumas foram interrompidas antes de serem finalizadas por conta da longa duração que tornava o jogo entediante. O objetivo era tentar chegar em partidas de no máximo 40 minutos. Portanto, nas partidas seguintes, o jogador a esquerda passou a mostrar a carta a todos os jogadores. Facilitando, aos jogadores, a eliminação de possibilidades, e diminuindo as partidas para uma média de 40 minutos.

Também foram encontrados problemas em relação aos nomes das cartas, que deixaram alguns jogadores confusos; esses problemas foram anotados e os nomes das cartas substituídos, como citado no capítulo sobre narrativas.

## 4.2.2 Segunda rodada de testes

FIGURA 19 - Imagens do Teste 2



Fonte: acervo do autor, 2022.

O objetivo dessa rodada foi verificar com um novo grupo de jogadores se os nomes substituídos iriam gerar algum tipo de confusão, a quantidade mínima e máxima de participantes para um jogo satisfatório e o novo estilo do tabuleiro. Foram feitas partidas com dois, três, cinco, oito e nove participantes. A partida com dois participantes não foi dinâmica, e com o passar do tempo se tornou um pouco cansativa. A partida com nove participantes fez com que cada jogador recebesse apenas 3 cartas, dificultando o sistema de eliminação para descobrir quais estavam no envelope confidencial. Já as partidas com três, cinco e oito participantes geraram resultados satisfatórios, com partidas de em média 35 minutos – cinco minutos a menos que no teste 1; a diminuição no tempo está diretamente relacionada à mudança no estilo de tabuleiro.

As mecânicas de *Rolar e Mover* e *Movimento Ponto a Ponto* tiveram uma alteração em sua tecnologia. Foi identificado que o tabuleiro em formato de grade fazia com que, em sua vez, o jogador pudesse se mover e não entrar em um dos cômodos, basicamente perdendo a vez. Isso deixava o jogador frustrado e

influenciava no tempo de duração da partida. Portanto, para o segundo teste, o sistema de grade foi substituído por um arranjo em formato de teia:

Um arranjo na forma de teia é alcançado marcando vários pontos em um mapa e conectando-os com caminhos. Isso é útil quando há vários locais que os jogadores querem visitar e você deseja fornecer várias maneiras diferentes de chegar até eles. Às vezes, há um percurso significativo ao longo dos caminhos, mas outras vezes, o percurso é instantâneo. (SCHELL, 2011, p. 332)

Assim, o novo sistema de ilhas permitiu que o jogador se movesse diretamente de uma série para outra, garantindo um palpite por rodada. O formato de teia utilizado foi inspirado no jogo *Detetive Junior* da *Turma da Mônica*, lançado pela *Estrela*. Essa versão de *Detetive* para crianças possui mecânicas muito diferentes do original para deixar o fluxo do jogo mais acessível ao público infantil.

FIGURA 20 - Detetive Jr. da Turma da Mônica



Fonte: Shopee<sup>36</sup>.

Por conta da alteração no tabuleiro, criou-se a necessidade de uma mudança no dado, que passou a ser um dado de cores – substituindo o dado mais comum de números. No entanto, para tornar o jogo mais interessante, foi definido que o jogador também precisaria contar com a sorte para se mover entre as casas. Por exemplo: a ilha da série *O Gambito da Rainha* é conectada apenas por caminhos

<sup>36</sup>

Disponível

em:

<<https://shopee.com.br/Detetive-Junior-Turma-da-Monica-Jogo-da-Estrela-i.274055443.6867719260>>  
. Acesso em 15 ago. 2022.

com as cores azul e verde. Caso o jogador tire a cor vermelha ou amarela no dado, ele perde a vez e aguarda até a próxima rodada. Porém, duas faces do dado são pretas; caso o dado do jogador caia na face preta, foi definido que ele pode seguir por qualquer caminho conectado a onde está, independente de cor. Essa decisão foi tomada para equilibrar o jogo.

As novas mecânicas foram aplicadas e funcionaram da forma esperada. As partidas se tornaram mais dinâmicas e, após uma explicação inicial sobre o arranjo em formato de teia, os jogadores não tiveram dificuldades para se mover no tabuleiro. Para essa rodada, como o dado de cores não havia sido desenvolvido, foi utilizado o dado de número acompanhado de uma legenda; o número um equivalia a cor amarelo, dois a cor azul, três a cor verde, quatro a cor vermelha e os números cinco e seis a cor preta, que garantia ao jogador a possibilidade de seguir o caminho que desejava.

#### 4.2.3 Terceira rodada de testes

**FIGURA 21** - Imagens do Teste 3



**Fonte:** Acervo do autor, 2022.

O objetivo do teste final foi confirmar, com jogadores que não haviam participado dos outros experimentos, a jogabilidade do produto com as alterações feitas durante os outros testes. Dessa vez foi utilizado o protótipo finalizado do produto. A explicação das regras, contidas na parte inferior da caixa e nesse memorial como APÊNDICE I - Regras do jogo e conteúdo da caixa, durou cerca de

cinco minutos. A preparação do jogo (selecionar as cartas para o envelope e embaralhar e distribuir as demais) durou aproximadamente quatro minutos. A duração da partida com quatro jogadores foi de 32 minutos, tempo esperado.

O novo formato de ficha facilitou as anotações dos usuários. As cartas com imagens em alta resolução despertaram a atenção dos jogadores e não apresentaram problemas de legibilidade. O envelope e a caixa para armazenar as cartas, que não estavam presentes nos outros testes, facilitaram o armazenamento das cartas durante e após a partida.

### **4.3 Estética**

#### **4.3.1 Referências visuais**

Outro elemento presente na téttrade elementar de Schell (2011) é a Estética. Jesse conta que a parte visual de um jogo é tão importante quanto a mecânica, tecnologia e narrativa. Para um jogo ser bem sucedido, os quatro elementos precisam funcionar bem em conjunto. O autor define estética como:

Estética é o terceiro quadrante da téttrade elementar. (...) devemos sempre nos lembrar de que não estamos apenas criando a mecânica do jogo, mas toda uma experiência. E considerações estéticas são parte da tentativa de tornar qualquer experiência mais agradável. Um bom trabalho artístico pode fazer coisas maravilhosas para um jogo: pode atrair a pessoa para um jogo que, de outro modo, ela ignoraria; (...) prazer estético não é pouca coisa. Se o jogo tiver um belo trabalho artístico, então todas as novas coisas que o jogador virá será uma recompensa por si só. Assim como o mundo costuma ignorar falhas de caráter em uma mulher bela ou homem bonito, os jogadores estão mais propensos a tolerar falhas em seu design se o jogo tiver um belo verniz. (SCHELL, 2011, p. 347)

Para definir a estética do produto, decidiu-se que as principais referências visuais seriam as publicações impressas da Netflix para manter uma unidade com a marca e trazer algo que os fãs já estão acostumados visualmente. Por isso, foram analisados os almanaques *Tudum*, publicações lançadas anualmente pela plataforma desde 2020. A partir do estudo, foi desenhada uma marca para o produto e definidas paleta de cores, tipografia e estilo que seriam trabalhadas imagens e ilustrações.

FIGURA 22 - Coleção de imagens Almanaque Tudum 2020



Fonte: Acervo do autor, 2022.

FIGURA 23 - Coleção de imagens Almanaque Tudum 2021



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Almanaques, geralmente, são publicações que trazem indicações úteis para o leitor, anedotas e curiosidades relacionadas ao tema da publicação. No caso da Netflix, são trazidas informações relacionadas aos produtos da plataforma. A estética visual escolhida pela marca combina elementos que criam uma atmosfera nostálgica e jovial, com elementos que lembram as revistas *Capricho*<sup>37</sup> e *Recreio*<sup>38</sup>,

<sup>37</sup> Disponível em <<https://capricho.abril.com.br/>>. Acesso em: 06 set. 2022.

<sup>38</sup> Disponível em <<https://recreio.uol.com.br/>>. Acesso em: 06 set. 2022.

periódicos famosos nos anos 2010, descontinuados em 2015 e 2018 respectivamente, agora apenas com versões digitais, que abordavam assuntos da cultura pop e tinham crianças e adolescentes como público alvo.

É possível identificar nos almanaques um uso intenso de cores; além do vermelho característico da marca, as páginas apresentam tons de rosa, azul, verde, amarelo, lilás, principalmente na edição de 2021, comemorativa dos dez anos da plataforma de *streaming*. O uso da tipografia também chama atenção; a variação de pesos e escalas, títulos que ocupam boa parte das páginas e estilizações específicas que combinam com o conteúdo daquela seção colocam os textos como protagonistas em algumas partes do almanaque.

Com exceção de algumas fotografias produzidas exclusivamente para as publicações, a maioria das imagens utilizadas nas páginas são *frames* extraídos dos produtos audiovisuais disponíveis na plataforma (filmes, séries, documentários etc.). Essa estratégia faz sentido com o objetivo dos almanaques: prover conteúdos exclusivos complementares à filмотeca da marca. As imagens, geralmente, são colocadas dentro de uma forma geométrica e alguns elementos são recortados de forma que ultrapassem os limites da forma.

Em contraste com as cores e fontes que chamam bastante atenção do leitor, as formas geométricas utilizadas parecem manter um padrão mais simples, com formas comuns do imaginário infantil como círculos, quadrados, retângulos, corações e estrelas. Ademais, outro elemento presente nos almanaques são as ilustrações, que na maioria das vezes são apresentadas em uma escala pequena com desenhos variados simplificados, remetendo a *emojis* – ideogramas que transmitem a ideia de uma palavra ou frase completa.

#### **4.3.2 Marca e tipografia**

Com o nome do jogo escolhido e a análise dos almanaques utilizados como referência realizada, iniciou-se o processo de desenvolvimento da marca. A ideia era escolher uma fonte que passasse a ideia de urgência e interjeição do título e manter a cor amarela, uma cor que simboliza a advertência e possui um efeito ideal de leitura à distância, principalmente quando faz contraste com o preto. Para isso foram realizadas experimentações.

FIGURA 24 - Experimentações de Marca



Fonte: Acervo do autor, 2022.

A marca escolhida foi criada a partir da fonte Bogart Bold Italic que é mais arredondada e lúdica. Quando estilizada em itálico, lembra o estilo de fontes utilizadas em interjeições de histórias em quadrinhos. O sombreamento, além de facilitar a leitura, remete aos outros elementos visuais presentes no projeto. Foi escolhido incluir um balão de fala atrás da marca para garantir o espaçamento ideal ao redor do texto e reforçar a ideia de que *spoiler* é uma expressão falada para interromper alguém que te dá uma informação sobre algum produto, a qual não se quer ouvir.

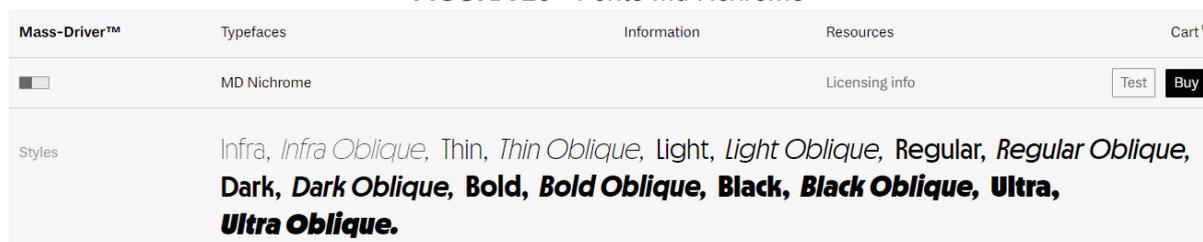
FIGURA 25 - Marca oficial



Fonte: Acervo do autor, 2022.

A escolha da tipografia para os textos presentes no projeto se fez a partir da fonte utilizada no *Almanaque Tudum 2021*. Na publicação, além da Netflix Sans – desenvolvida especialmente para a marca – que é empregada em alguns momentos, a maioria dos textos são vestidos com a fonte *Md Nichrome*. Distribuída pela *Mass-Driver*<sup>39</sup>, a fonte é descrita como uma fonte *display* que faz referência à tipografia de livros de ficção científica dos anos 70 e 80.

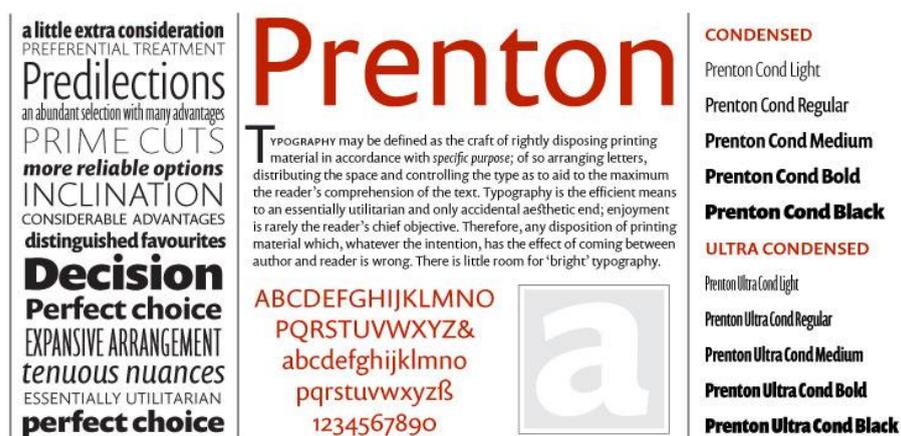
FIGURA 26 - Fonte Md Nichrome



Fonte: Mass-Driver.

Em busca de uma fonte semelhante, que também possuísse uma grande variedade de estilos e funcionasse bem em textos corridos e títulos maiores, foi definido para o projeto a fonte Prenton, desenvolvida por Roy Preston da *BluHead Studio*. A tipografia possui 21 estilos diferentes em sua família, com fontes regulares, condensadas, ultra condensadas, e pesos que variam do *light* ao *black*. Abaixo, é possível conferir suas variações.

FIGURA 27 - Fonte Prenton



Fonte: Adobe Fonts<sup>40</sup>.

<sup>39</sup> Disponível em: <<https://mass-driver.com/typefaces/md-nichrome>>. Acesso em: 26 ago. 2022.

<sup>40</sup> Disponível em: <<https://fonts.adobe.com/fonts/prenton>>. Acesso em 26 ago. 2022.

### 4.3.3 Cores

Apesar da estética ser um pilar essencial para o desenvolvimento de jogos de tabuleiros, a maioria dos materiais analisados sobre design de jogos não tratam diretamente sobre o uso de cores. O direcionamento principal de Schell (2011) é mais generalizado: tratar a estética (aparência, cores, texturas, sons, cheiros e sensações do seu jogo) com esmero, visto que é o elemento da tétrede que têm o relacionamento mais direto com a experiência de um jogador.

No projeto, o uso de cores foi pensado não apenas como função estética, mas também como prática. Nas cartas, por exemplo, foram utilizadas as cores rosa, verde e amarelo para diferenciar as categorias de cartas (séries, suspeitos e armas) e facilitar o entendimento do jogador. Além disso, para assegurar uma melhor legibilidade dos textos e imagens, foi pensada uma paleta de cores com tons pastéis, tons mais saturados e gradientes para que houvesse mais combinações possíveis durante o desenvolvimento das tecnologias.

**FIGURA 28** - Paleta de cores



Fonte: Acervo do autor, 2022.

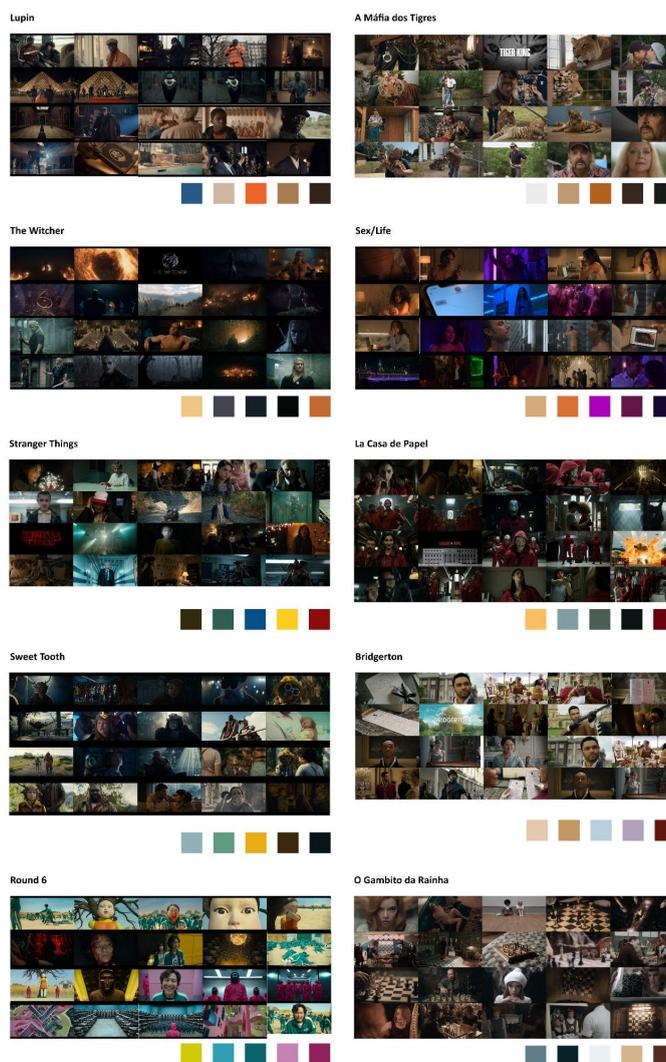
A escolha de cores para a paleta do projeto, assim como a tipografia, foi feita a partir do material analisado, tendo como referência principal o *Almanaque Tudum 2021*. A variedade de cores, unidas com as imagens das séries gera uma explosão

visual que chama a atenção do jogador durante a partida, e faz a conexão entre o produto desenvolvido, a marca da Netflix, e os produtos da plataforma.

#### 4.3.4 Imagens e ilustrações

Desde o início do produto, sabia-se que seria necessário o uso de imagens das séries para o design das cartas, do tabuleiro e da caixa. Por conta disso, foi feito um levantamento utilizando uma extensão do navegador Chrome chamada *Video Screenshot Settings*. Realizou-se uma média de 20 captura de telas por série, com imagens de diversos episódios que mostram a essência do produto audiovisual, momentos importantes de enredos e personagens icônicos.

FIGURA 29 - Moodboard das séries



Fonte: Acervo do autor, 2022.



## 4.4 Tecnologia

Neste capítulo será abordado o processo de criação de todas as tecnologias envolvidas no produto desenvolvido. Tabuleiro, dado, cartas, caixa, ficha de anotações, envelope confidencial e peões; todos indispensáveis para o funcionamento do jogo.

### 4.4.1 Tabuleiro e dado

Escolheu-se iniciar a criação das tecnologias pelo tabuleiro. Ele é o principal elemento visualmente, já que é onde as pessoas se sentam ao redor para dar início a partida e se divertir. Inicialmente, o tabuleiro seria mantido com um sistema de grades, semelhante ao de *Detetive*. Foi feito um rascunho à mão, apresentado no capítulo de jogabilidade, e logo após uma versão digital.

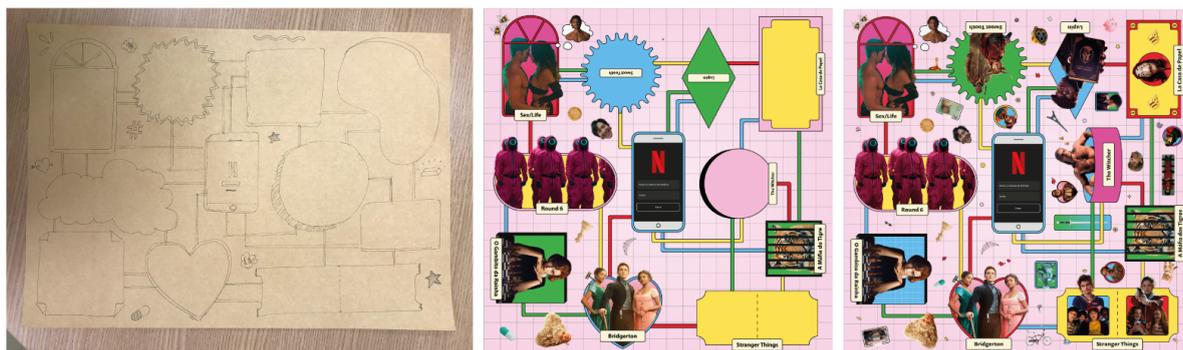
FIGURA 31 - Tabuleiro inicial



Fonte: Acervo do autor, 2022.

A partir das informações coletadas nos testes iniciais, ficou evidente que o tabuleiro precisava ser retrabalhado para atender as necessidades de tornar o jogo mais rápido e dinâmico. O design, semelhante ao do jogo utilizado como referência, também precisou ser repensado para que o jogo lembrasse mais os materiais publicados pela marca.

**FIGURA 32** - Desenvolvimento do tabuleiro



Fonte: Acervo do autor, 2022.

O campo central, onde o jogo se inicia, foi substituído por um celular com a tela de login da Netflix, simbolizando o início da jornada do jogador. No novo sistema de ilhas, foi definido um elemento principal para cada série que remetesse às narrativas dos produtos. Para *O Gambito da Rainha* foi definido uma forma quadrada que lembrasse um tabuleiro de xadrez; para *Bridgerton* um coração que faz referência aos romances abordados na série; para *Stranger Things* um ticket de cinema; para *A Máfia dos Tigres* uma gaiola; para *The Witcher* uma banheira, que remete a uma cena famosa da primeira temporada; e para *La Casa de Papel* uma nota de dinheiro. Em *Round 6*, *Sweet Tooth*, *Lupin* e *Sex/Life* foram utilizadas formas mais genéricas para gerar um equilíbrio visual.

Em cada ilha foi escolhido um elemento principal que gerasse identificação imediata por aqueles que assistiram o produto audiovisual, e elementos secundários recortados em volta para criar a atmosfera desejada para o jogo. Para o fundo do tabuleiro, escolheu-se manter um grid com transparência que remete ao tabuleiro em formato de grade, utilizado no jogo *Detetive*. A impressão da peça foi feita em vinil blackout, com o tamanho de 45cm x 45cm, aplicado no papel Paraná com 2mm de espessura e corte reto.

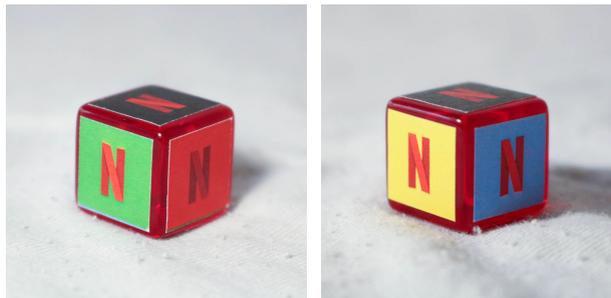
FIGURA 33 - Tabuleiro



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Com a alteração do tabuleiro, foi preciso rever a forma como o jogador iria se movimentar durante a partida. Após uma pesquisa de similares, foi desenvolvido um sistema de caminhos coloridos associados a um dado de cores. O dado de seis faces possui duas faces pretas, e uma vermelho, uma amarela, uma azul e uma verde. Dessa forma o jogador conta com o resultado do dado para se mover dentro do tabuleiro.

FIGURA 34 - Dado



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Para o protótipo final foi utilizado um dado acrílico vermelho em formato de cubo. As faces foram preenchidas por adesivos quadrados de papel com 1,3cm de largura.

#### 4.4.2 Cartas

O processo de criação das cartas se deu após um estudo das cartas do jogo utilizado como referência. Nele, as cartas contêm o nome e abaixo uma imagem, sem diferenciações entre as cartas de suspeitos, armas e locais. O verso da carta possui o nome do jogo e uma digital, símbolo utilizado em várias peças da versão original.

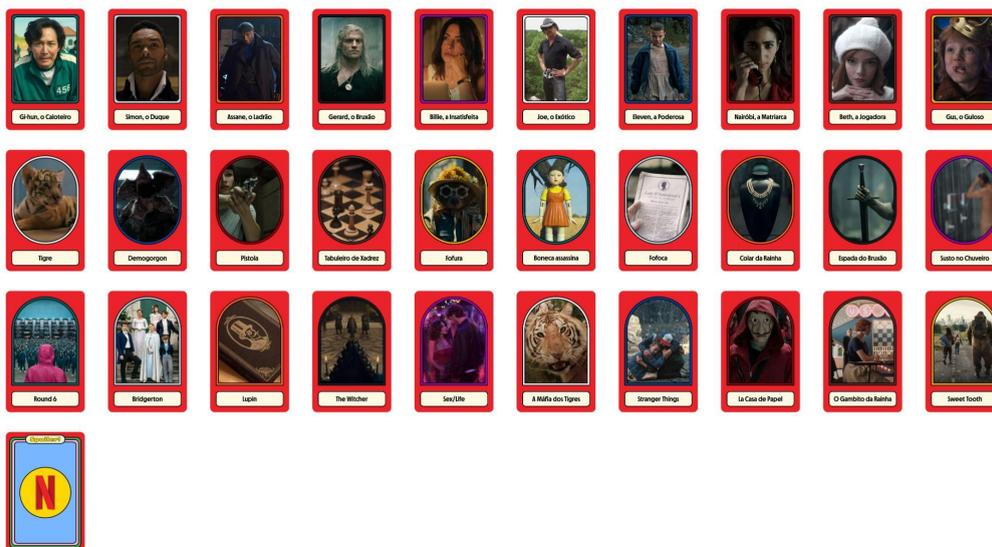
**FIGURA 35 - Cartas do jogo *Detetive***



**Fonte:** Acervo do autor, 2022.

Com o aumento no número de cartas, se fez necessário criar algum elemento visual que diferenciase as cartas e facilitasse o entendimento do jogador. Inicialmente, a ideia era criar três formas geométricas para diferenciar a categoria da carta e ao redor da forma uma camada de cor que fizesse referência à série a qual a carta se relacionava. No verso o símbolo da Netflix aparecia no centro da carta e o nome do jogo em uma escala menor na parte superior.

FIGURA 36 - Primeira versão das cartas



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Percebeu-se que o fundo vermelho ofuscava a camada de cor ao redor da forma, o verso da carta evidenciava mais a plataforma de *streaming* que o jogo em si, e, com a refação do tabuleiro, as cartas apresentavam uma simplicidade no tratamento das imagens que não conversava mais com a identidade visual criada. Portanto, foram feitos três novos estilos de carta, utilizando cores e formas para diferenciar a categoria da carta e um novo design para o verso, onde a marca do jogo possui um nível de hierarquia maior que a da plataforma de *streaming*.

FIGURA 37 - Cartas de suspeitos



Fonte: Acervo do autor, 2022.

As cartas de suspeitos possuem o fundo verde e mostram num primeiro nível a imagem da personagem escolhida, agora recortada do fundo e incluída em uma forma losangular. Em um segundo momento, é possível identificar o nome da personagem seguido da palavra escolhida para representá-la. E, em uma escala menor, ilustrações e imagens recortadas que combinam com a pessoa escolhida.

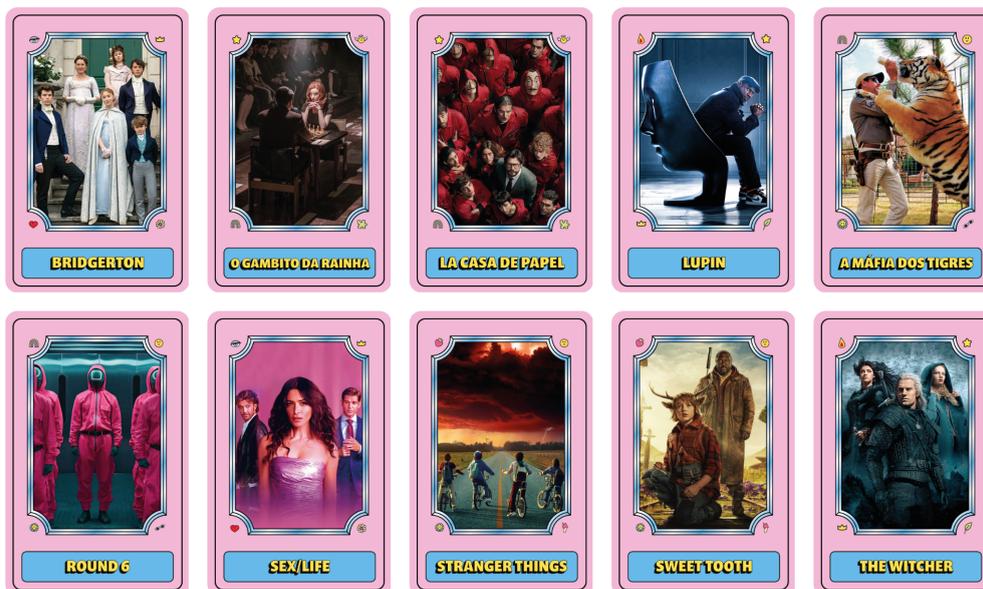
**FIGURA 38** - Cartas de armas



Fonte: Acervo do autor, 2022.

As cartas de armas possuem o fundo amarelo e mostram num primeiro nível uma imagem que faz referência ao nome escolhido para a carta; incluída em uma forma geométrica que lembra uma janela, com alguns elementos que ultrapassam o limite da forma. Em um segundo momento, é possível identificar o nome da carta, e, em uma escala menor, ilustrações, textos e imagens recortadas que combinam com a arma escolhida.

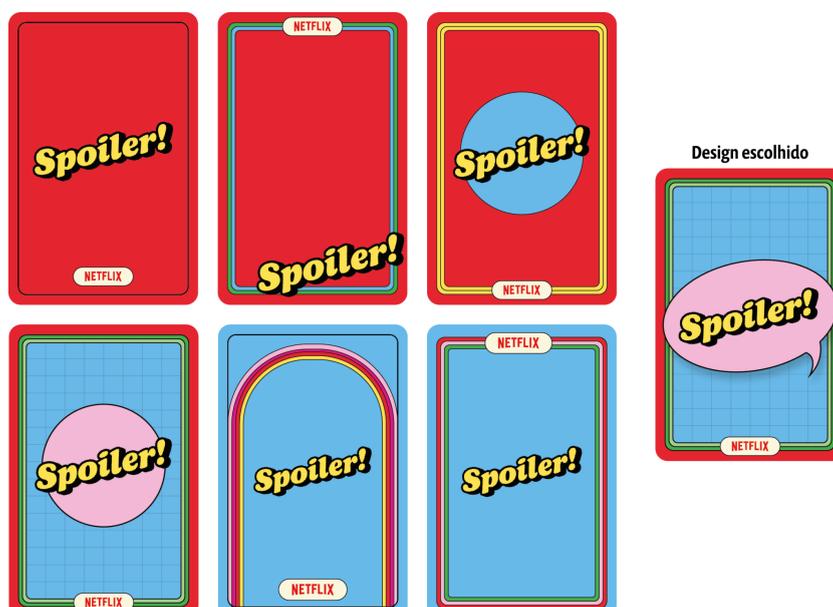
FIGURA 39 - Cartas de séries



Fonte: Acervo do autor, 2022.

As cartas de séries possuem o fundo rosa e mostram num primeiro nível a imagem escolhida, incluída em uma moldura metalizada. O estilo das imagens e o formato escolhido para a forma propositalmente faz com que as imagens pareçam cartazes das séries escolhidas. Em um segundo momento, é possível identificar o nome do seriado, e, em uma escala menor, em volta da imagem principal, ilustrações decorativas que se relacionam ao enredo das séries de alguma forma.

FIGURA 40 - Opções de design para o verso da carta



**Fonte:** Acervo do autor, 2022.

Para o verso das cartas, foram testadas algumas possibilidades. Como as outras cores da paleta haviam sido utilizadas na frente, o verso poderia ser majoritariamente azul ou vermelho. Por fim, escolheu-se incluir a marca com o balão de fala sobre uma forma retangular com um grid semelhante ao do tabuleiro para dar unidade ao produto. Na versão finalizada, a marca da Netflix aparece em uma escala menor, dando maior ênfase ao nome do jogo.

Todas as cartas possuem as dimensões de 5,8 cm x 9 cm, impressas em papel couche 300g com bopp fosco FV e bordas arredondadas. Segue abaixo alguns rascunhos feitos a mão dos designs para as cartas.

**FIGURA 41** - Rascunhos das cartas



**Fonte:** Acervo do autor, 2022.

#### 4.4.3 Caixa

A caixa é a primeira interface que o jogador entra em contato ao jogar, por isso sua estética deve estar diretamente relacionada às outras tecnologias do jogo. Para dar início ao seu desenvolvimento, foi preciso definir suas dimensões e quais informações estariam presentes em cada face. O formato inicial foi pensado levando em consideração as medidas da caixa do jogo *Detetive*. Para definir as informações, foi realizado uma análise de similares com cinco jogos: *Detetive* (Estrela), *Scrabble* (Mattel), *Show do Milhão* (Estrela), *Imagem e Ação 2* (Grow) e *Focus* (Grow).

TABELA 2 - Análise de similares - Caixas

	Detetive original (Estrela)	Scrabble (Mattel)	Show do milhão (Estrela)	Imagem e ação 2 (Grow)	Focus (Grow)
<b>Caixa superior</b>	Nome, slogan, fabricante, recomendações de número de jogadores e idade.	Nome, slogan.	Nome, slogan, fabricante, recomendações de número de jogadores e idade.	Nome, texto, fabricante.	Nome, slogan, fabricante, recomendação de idade e como jogar.
<b>Laterais superiores</b>	Nome, slogan, fabricante.	Nome, slogan e recomendações de número de jogadores e idade.	Nome, slogan, fabricante.	Nome, fabricante e recomendações de número de jogadores e idade.	Nome, slogan, fabricante, recomendações de número de jogadores e idade.
<b>Caixa inferior</b>	Nome, slogan, elementos, como jogar.	Nome, elementos, como jogar e recomendações de número de jogadores e idade.	Nome, slogan, fabricante, elementos, como jogar.	Nome, fabricante, elementos, como jogar.	Nome, fabricante, elementos, como jogar.

Fonte: Elaboração própria, 2022.

Durante a análise foi possível perceber elementos em comum presentes na maioria das caixas: nome do jogo, slogan, fabricante, recomendações de número de jogadores, idade recomendada, elementos presentes no interior da caixa e um texto explicativo de como jogar. Apesar desses elementos em comum, cada caixa apresentou as informações conforme a estética definida. Após a pesquisa, foi desenvolvido o primeiro projeto das caixas.

FIGURA 42 - Primeira versão das Caixas



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Com o design finalizado, foram realizados orçamentos em gráficas para a impressão dos materiais. Uma caixa personalizada precisaria de um investimento maior que o esperado, portanto o design da caixa precisou ser repensado; foram desenvolvidos adesivos para a parte superior, inferior e laterais de uma caixa pré-moldada branca. Segue abaixo imagens do produto.

FIGURA 43 - Caixa superior



Fonte: Acervo do autor, 2022.

FIGURA 44 - Caixa inferior



Fonte: Acervo do autor, 2022.

**FIGURA 45** - Lateral menor da caixa

Fonte: Acervo do autor, 2022.

**FIGURA 46** - Lateral maior da caixa

Fonte: Acervo do autor, 2022.

#### 4.4.4 Ficha de anotações, envelope confidencial e peões

A ficha de anotações é um elemento essencial para o jogo, principalmente por ser um jogo de dedução. Ao fazer um palpite, o jogador elimina possibilidades, descobre quais cartas estão na mão dos outros jogadores e anota suas observações, ao fazer isso fica mais próximo de solucionar o crime, identificando quais cartas estão no envelope confidencial.

Na primeira rodada de testes foi utilizada uma tabela simples com os nomes de todas as cartas como ficha de anotações; na segunda rodada a ficha foi mantida, mas com os nomes das cartas atualizadas. Durante a rodada, percebeu-se que por conta da quantidade maior de cartas, a ficha na vertical não era de fácil manuseio. Foi necessário apoiá-la em alguma superfície para fazer as anotações. Outra percepção observada durante a fase de testes foi que alguns jogadores rabiscaram a ficha e fizeram anotações extras, ao invés de apenas marcar os quadrados, comportamento esperado pelo pesquisador.

Para o teste final foi pensado um novo estilo de ficha, com o formato quadrado, laterais de 16 cm de diâmetro, papel AP 180g com impressão frente e verso. A nova ficha facilitou a ação de anotar observações durante a partida, principalmente por incluir um campo novo apenas para anotações. Cada ficha

possui cinco colunas, garantindo o uso de uma ficha por dez partidas (por conta da impressão frente e verso). Para o protótipo foram impressas 30 unidades. A cor sob o título dos campos e o ícone ao lado do título, fazem referência às cores e formatos das cartas as quais a categoria se refere.

**FIGURA 47 - Evolução das fichas de anotações**



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Idealmente, a ficha deveria ser produzida em um material que proporcionasse ao jogador apagar as anotações feitas e utilizá-las novamente em um número ilimitado de partidas. Acompanhado das fichas, poderiam ser incluídos na caixa canetões com apagadores nas pontas. Porém, essa ideia não caberia no orçamento para o projeto e pode ser reavaliada em futuros protótipos. Segue abaixo a imagem da ficha impressa.

FIGURA 48 - Fichas de anotações impressas



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Durante as experimentações para a marca, criou-se uma versão de carimbo para a logo que acabou não sendo utilizada como marca principal. Essa versão foi aproveitada no design do envelope confidencial, invólucro de 9,6x6,5 cm impresso em papel couchê 170g com bopp fosco e acabamento manual, criado para guardar as três cartas selecionadas aleatoriamente no início da partida com a resolução do crime. Essa versão da marca também foi aproveitada em uma caixa, criada para o armazenamento das cartas.

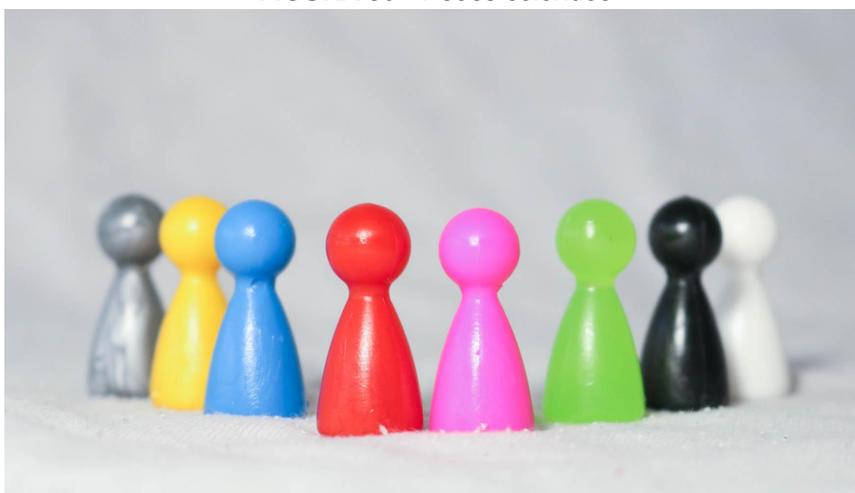
FIGURA 49 - Caixa com cartas e envelope confidencial



Fonte: Acervo do autor, 2022.

Para os peões, foi considerado a criação de fichas circulares com imagens dos personagens das séries, algo similar aos ícones disponibilizados pela Netflix na página de edição do perfil do usuário. Esses *tokens* poderiam ser encaixados em bases, dando ao jogador diversas opções de peões personalizados para escolher antes de iniciar uma partida. A criação dessas fichas também ultrapassaria o orçamento disponível para o projeto e, por fim, escolheu-se manter o estilo de peão tradicional cônico comum em jogos clássicos de tabuleiro.

**FIGURA 50** - Peões coloridos



**Fonte:** Acervo do autor, 2022.

## 5. CONCLUSÃO

Com a popularização do *streaming*, a Netflix, mesmo sendo pioneira no formato de distribuição de conteúdos audiovisuais, precisou ter boas estratégias de marketing para enfrentar o grande número de concorrentes que surgiram com o passar dos anos (HBO Max, Globoplay, Prime Video, Disney+, Hulu, Star+, etc.). O presente trabalho, desde sua idealização, aborda um dos diferenciais da plataforma que, dentre outros fatores, consegue se manter relevante por conta da forma como se relaciona com clientes.

Os almanaques *Tudum*, publicações analisadas durante o trabalho, mostram como a Netflix dá importância para o marketing de relacionamento e sabe de sua relevância para a manutenção da marca no imaginário do assinante. Através deles, foi possível fortalecer o contato com o usuário, ao produzir conteúdos exclusivos sobre séries e filmes populares entre os fãs, além de expandir os universos criados pela plataforma.

Outra forma de expandir o universo de narrativas é utilizando-se de jogos como forma de mídia; tema abordado durante a execução do trabalho. A atividade de jogar, caracterizada como uma forma voluntária de se desprender da realidade com o intuito de se divertir, esteve presente na cultura humana desde o início das civilizações. Hoje, é possível jogar na tela do seu celular, em aparelhos de vídeo games, sozinho, com amigos, online ou sentados ao redor de um tabuleiro.

As narrativas, presentes em produtos audiovisuais e em jogos de tabuleiro, muitas vezes transbordam seus limites e se desenrolam através de diversos suportes midiáticos, caracterizando-se como transmídias; nesses casos, cada meio trabalha com o melhor que têm para oferecer. Este trabalho surge como uma sugestão de marketing de relacionamento para a Netflix, utilizando os jogos de tabuleiro como uma forma transmidiática de explorar os conteúdos apresentados nas dez séries mais assistidas de 2021 da plataforma, recorte escolhido pelo pesquisador.

Um dos problemas encontrados durante o processo foi como relacionar dez histórias diferentes e criar uma nova narrativa que se relacionasse ao conteúdo original, sem chatear os fãs, e de forma lúdica. O primeiro passo para solucionar o problema da pesquisa foi analisar o universo dos jogos de tabuleiro; trabalho essencial para escolher qual estilo de jogo faria sentido para a tarefa definida.

Durante o processo, percebeu-se a alta complexidade envolvida na criação de jogos de tabuleiro, e como ele se dá de forma não linear por meio de testes, erros, acertos, correções até que o autor consiga a narrativa, estética, mecânicas e tecnologias ideais para o seu projeto. São diversas as possibilidades. Cada escolha influencia diretamente no resultado do seu produto e a forma como o jogador irá recebê-lo, por isso é muito importante conhecer sua audiência.

Assinantes da Netflix, mas não necessariamente entusiastas de jogos de tabuleiro, o público deste trabalho poderia não se interessar por algo que fosse complicado demais, com regras desconhecidas, por isso foi feita a escolha de trazer uma versão personalizada de um jogo popular – *Detetive* – e otimizar a jogabilidade para que se garantisse ao máximo uma atividade prazerosa e divertida que não se tornasse entediante, trazendo uma possível familiaridade por conta da semelhança com o jogo existente.

Após assistir aos conteúdos selecionados para o projeto, foi realizada uma análise dos principais enredos e definidos quais elementos fariam mais sentido com o jogo idealizado. Outros objetivos propostos inicialmente e realizados, através das metodologias adotadas, foram a análise de produtos transmidiáticos produzidos pela plataforma – com ênfase nos impressos, que utilizou-se como referência principal. Ademais, compreendeu-se o histórico de jogos de tabuleiro e os processos envolvidos durante sua concepção e prototipação, até chegar ao produto final.

É importante ressaltar que o processo de criação de um jogo é complexo e contínuo, por isso um mesmo jogo pode apresentar diferentes versões e liberar novas atualizações. A cada etapa de criação novas demandas surgiam; precisou-se refazer processos, retomar etapas anteriores para aperfeiçoá-las e manter a frequência de testes, que denunciavam melhorias necessárias. O produto apresentado, apesar de cumprir o objetivo inicial, poderia ter sido aperfeiçoado e melhor balanceado caso não houvesse as limitações de tempo e orçamento.

Dois exemplos, citados no texto, como melhorias que podem ser feitas em futuros protótipos são a substituição dos peões tradicionais pelas fichas personalizadas com rostos de personagens e suportes para encaixá-las. Outro é a ficha de anotações que pode ser substituída por uma versão em um material que facilite apagar as anotações e utilizá-la mais vezes. Os materiais utilizados também devem ser revisados para garantir uma melhor experiência e uma maior durabilidade do produto.

Spoiler!, o jogo de tabuleiro desenvolvido neste trabalho abordou não só a área de design de jogos, como também diversas áreas da comunicação: *branding*, *buzz marketing*, marketing de relacionamento, criação de narrativas, redação, design gráfico, diagramação, produção, etc. O resultado foi uma forma interessante de unir e aplicar os conhecimentos adquiridos durante os semestres anteriores do curso.

## 6. REFERÊNCIAS

- ALLUÉ, J. M. **O Grande Livro dos Jogos**. Belo Horizonte: Editora Leitura, 1999.
- CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os Homens: a máscara e a vertigem**. Lisboa, Cotovia, 1990.
- CASTELLANO, Mayka; PINHO, João Pedro; NORONHA, Iara. "Netflix, eu te amo!": o capital emocional no relacionamento entre a empresa de streaming e os consumidores-fãs. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 20, n. 3, p. 404-417, 2018.
- DONOVAN, Tristan. **It's all a game: a short story of board games**. Londres: Atlantic Books, 2018.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- GORDON, Ian. **Marketing de relacionamento: estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mantê-los para sempre**. São Paulo: Futura, 1998.
- GOSCIOLA, Vicente. **Narrativa Transmídia: A presença de sistemas de narrativas integradas e complementares na comunicação e na educação**. 2011. 10 f. Tese (Pós-doutoramento) - Centro de Investigação em Artes e Comunicação, Universidade do Algarve, Faro, 2011.
- GUIMARÃES, Daniel de Vasconcelos (2008): **O campo de referências dos videogames: estudo semiótico sobre o objeto dinâmico do game**. Dissertação de mestrado. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008.
- HUNICKE, Robin; LEBLANC, Marc; ZUBEK, Robert. **MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research**. 2004.
- HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: o Jogo como Elemento na Cultura (1938)**. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.
- REZENDE, Nathalia; NICOLAU, Marcos. **Fã e Fandom: Estudo de Caso Sobre as Estratégias Mercadológicas da Série Game Of Thrones**. 2014.
- SCHELL, Jesse. **A Arte de Game Design: o livro original**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- WITTGENSTEIN, Ludwig. **The Blue and Brown Books: Preliminary Studies for the "Philosophical Investigations"**. 1965.

## **APÊNDICE I - Regras do jogo e conteúdo da caixa**

### **PREPARE O JOGO:**

Coloque os peões escolhidos por cada jogador sobre o celular no centro do tabuleiro.

Separe as 30 cartas em 3 grupos: séries, armas e suspeitos. Embaralhe os grupos separadamente e SEM OLHAR coloque a carta de cima de cada monte no envelope confidencial. Essas 3 cartas contêm a solução do mistério: quem recebeu o spoiler e cometeu o crime, a arma utilizada e a série onde tudo aconteceu.

Pegue as cartas restantes e embaralhe todas juntas. Distribua todas as cartas, uma por vez para cada jogador, no sentido horário. Os jogadores NÃO podem ver as cartas dos outros.

**ATENÇÃO:** Conforme o número de jogadores, alguns podem ficar com uma carta a mais.

### **COMECE A INVESTIGAÇÃO:**

O jogador que tiver o peão vermelho começa o jogo, seguido pelos demais à esquerda.

Na sua vez, jogue o dado e avance com o seu peão em direção a uma das séries para fazer o seu palpite. Você deve seguir pelo caminho da cor apontada pelo dado. Caso o dado caia na cor PRETA você pode andar por qualquer caminho. Caso caia uma cor que não possua caminhos conectados com onde o peão está, você perde a vez.

**LEMBRE-SE:** O jogador não pode escolher permanecer na mesma série durante sua rodada, o objetivo é maratonar o tabuleiro. Além disso, caso o jogador escolha passar pelo celular no centro do tabuleiro ele pode, mas perde o direito de fazer seu palpite.

### **FAÇA BONS PALPITES:**

Ao entrar em uma das séries, fale quem você acha ser culpado, a arma utilizada e a série onde o crime aconteceu, que deve ser A MESMA de onde o seu peão está.

Aí, o jogador à sua esquerda vê se têm uma ou mais cartas do seu palpite. Se tiver, ele deve mostrar A TODOS APENAS UMA DELAS. Se ele não tiver

nenhuma das cartas, o primeiro jogador à esquerda que tiver uma das cartas mostra aos jogadores.

Se algum jogador mostrar uma das 3 cartas do seu palpite, isso significa que ela não está no envelope confidencial e, portanto, não é uma das 3 respostas para a solução do crime.

**IMPORTANTE:** sempre que você tiver uma carta que prove a falsidade de um palpite, você deve mostrá-la, se for sua vez. Se não mostrar, você atrapalha o jogo e é DESCLASSIFICADO.

### **QUEM RESOLVE O MISTÉRIO GANHA O JOGO:**

Quando tiver certeza que resolveu o crime, você pode fazer a acusação na sua vez. **MAS ATENÇÃO:** cada jogador pode fazer apenas UMA ACUSAÇÃO. Para fazer a acusação você pode estar em qualquer local do tabuleiro.

Depois da acusação, pegue o envelope confidencial, tire as cartas com cuidado e, sem deixar ninguém ver, verifique se a acusação está certa. Se não estiver, coloque as cartas de volta e continue no jogo apenas para mostrar as cartas que tiver no palpite dos outros jogadores. Agora, você está fora do jogo.

Quem solucionar o crime, descobrindo o culpado, a arma utilizada e a série onde o crime foi cometido, conforme as cartas do envelope confidencial, **GANHA O JOGO.**

### **CONTEÚDO DA CAIXA:**

- 30 cartas (10 de suspeitos, 10 de armas e 10 de séries)
- 1 dado
- 1 envelope confidencial
- 30 fichas de anotações
- 8 peões
- 1 tabuleiro