

# SWAGRAM

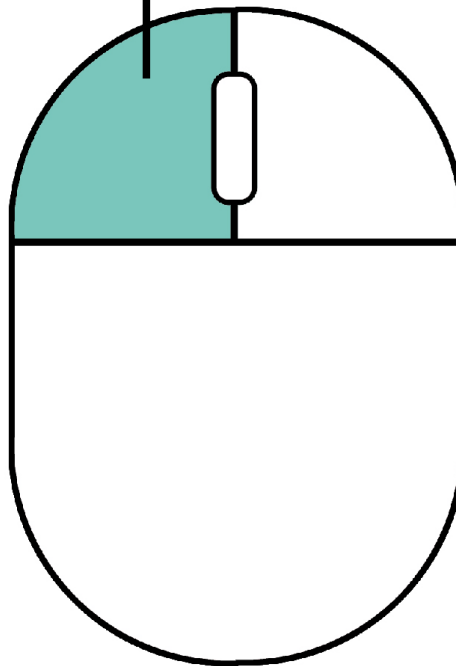
À travers un réseau social fictif, Swagram, le joueur cumule points de swag et followers en choisissant des produits de beauté. Il faut comprendre la notion cyclique de la beauté pour suivre, et surtout anticiper la mode.

# LE BUT DU JEU

Atteindre 1 million d'abonnés sur Swagram en faisant les bons choix de mode, et surtout, en évitant les «fashion faux pas» !

## LES CONTRÔLES

Clic gauche : interagir



# LA THÈSE

Chaque jeu de la Scientific Game Jam est basé sur une thèse scientifique. De quelle thèse s'inspire Hydroméo et Goutatelette ?

VENDRE LA BEAUTÉ  
AUX FRONTIÈRES  
DE L'IMMATÉRIEL :  
CONSTRUCTION,  
CIRCULATION ET  
GESTION DES DISCOURS  
PUBLICITAIRES SUR LES  
COSMÉTIQUES EN FRANCE  
(1969-2000)

Pour simplifier, la publicité des produits cosmétiques vend à la fois un produit et un fantasme à travers un double discours publicitaire. La publicité est au cœur du rapport entre l'entreprise, le consommateur et la société.

# COMMENT LE JEU INTÈGRE LA THÈSE



Swagram montre les mécanismes de la publicité cosmétique à l'heure actuelle via les réseaux sociaux et les influenceurs.

Le joueur doit faire attention à son environnement et les publicités qui s'y trouvent pour déterminer quel produit acheter.



La difficulté du jeu repose sur le rythme frénétique et le jugement implacable des followers, afin de faire comprendre au joueur la cyclicité et la construction du discours de la mode.