

***Newsgames*: uma disciplina híbrida para experimentação em jornalismo ¹**

Manoela dos Santos BONALDO²

Rita de Cássia Romeiro PAULINO³

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

Este artigo pretende apresentar uma proposta metodológico e experiencial de pesquisa aplicada em sala de aula sobre a produção de jogos como ferramenta de produção jornalística. *Newsgames* ainda são uma área incipiente no jornalismo, mas que, com o avanço da tecnologia digital, possui potencialidades a serem exploradas. A disciplina "Metodologia de Estudos em *Newsgames*" (graduação) e "Questões Empíricas e Aplicadas da Pesquisa em Jornalismo - Metodologia de Estudos em *Newsgames*" (pós graduação) procurou contribuir com a difusão de conhecimento sobre produção de *newsgames*, a fim de ampliar o debate sobre jogos e jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: *Newsgames*, Jornalismo, Jogos

Introdução:

A ascensão das tecnologias de comunicação em tempo real demanda que o jornalismo se adapte e reinvente de maneira constante. A lógica das mídias sociais alterou a relação do jornalismo com seu público e, ao mesmo tempo que o espaço de comunicação vem sendo ampliado, as hierarquias dos fluxos de informação também se modificam. Conforme Jenkins (2009), "se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos". Sendo assim, pensar em novas linguagens para uma audiência que consome jornalismo sendo mais participativa é fundamental. Uma das possibilidades é o uso de jogos.

¹ Trabalho apresentado na DT 1 - Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da UFSC. Bolsista Pibic- CNPq no Projeto Novos formatos interativos e imersivos multitelas para conteúdos jornalísticos. E-mail: manaelabonaldo@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora permanente do curso de Pós-graduação em Jornalismo (Posjor) e docente do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Orientadora do Projeto Novos formatos interativos e imersivos multitelas para conteúdos jornalísticos. E-mail: rita.paulino@ufsc.br

Segundo Marciano (2018), *newsgames* são jogos de conteúdo jornalístico cuja finalidade não é apenas o entretenimento do jogador, mas a proposição de uma experiência lúdica, imersiva e reflexiva sobre determinado assunto. A particularidade do *newsgames* em relação a outras narrativas é a capacidade de imersão em uma realidade onde o jogador se depara com um fato, reflete sobre ele e faz escolhas, vivenciando, no jogo, suas consequências. De acordo com Bogost, Ferrari e Schweizer (2010), *newsgames* não são apenas traduções de outras mídias como jornais impressos, televisão e rádio, mas “simulam como as coisas funcionam construindo modelos com os quais as pessoas podem interagir, uma capacidade que Bogost deu o nome de retórica processual. Este é um tipo de experiência irreduzível a qualquer outro meio anterior”.

Visando refletir sobre potencialidades dos jogos para o jornalismo, buscou-se experimentar, em uma disciplina híbrida com estudantes da graduação e pós-graduação, essa linguagem através da pesquisa prática de produção de um *newsgame*. A disciplina foi intitulada de Metodologia de Estudos em *Newsgames* (graduação) e Questões Empíricas e Aplicadas da Pesquisa em Jornalismo - Metodologia de Estudos em *Newsgames* (pós-graduação). Os objetivos foram apresentar os conceitos de *newsgames* e suas aplicações no jornalismo, propor discussões críticas sobre a funcionalidade dos jogos - se são apenas mero entretenimento ou se de fato possuem uma função mais reflexiva e crítica-, aplicar uma metodologia de análise e desenvolvimento de *newsgames* e por fim produzir um jogo com caráter jornalístico.

Para contextualizar uso dos jogos como uma ferramenta de jornalismo aos estudantes, inicialmente foram apresentados seus conceitos básicos, os procedimentos de criação e os conceitos técnicos para criação de um *newsgame*. Partiu-se do princípio defendido por Marciano (2018) de que existe uma diferença entre *newsgames* e jogos embasados em notícias. Segundo o autor, "um *newsgame* que só diverte, que não apresenta informação ou propõe reflexão sobre o assunto abordado, é apenas um jogo" e, para que seja categorizado como jornalístico, ele precisa transcender o entretenimento e apresentar apuração jornalística, pois essa é sua essência.

Foram estudadas as definições de *newsgames* propostas por Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) e Sicart (2008), sendo elas: os *newsgames* de eventos recentes que equivalem aos artigos ou colunas; são pequenos e transmitem pouca informação. Dividem-se em jogos editoriais, jogos de tabloide e jogos de reportagem. Há também os

jogos de infográfico, os quais adotam as bases da infografia e inserem nela uma jogabilidade. São três: infográficos explicativos, exploratórios e direcionados. Quando o *newsgame* retrata um acontecimento mais amplo e é mais robusto, entra na categoria documentário e pode ser considerado como *newsgame* de realidade espacial, operacional ou operacional. Há ainda os *newsgames* de raciocínio, cuja solução depende de raciocínio lógico do jogador; os *newsgames* de comunidade, os que estimulam criação de comunidades e interações; e os *newsgames* de letramento, que educam o jogador sobre o jornalismo.

Também foram analisadas as [características](#) dos *newsgames*, que os diferem dos jogos embasados em notícias, estabelecidas por Marciano (2018). O autor parte dos princípios que diferenciam os *newsgames* por ação e associação. Os *newsgames* por ação são aqueles pensados para serem de fato categorizados como *newsgames*, enquanto os por associação são jogos produzidos sem o intuito de ser um *newsgames*, mas seus elementos fazem com que o jogador associe com alguma notícia. O problema consiste em uma ambiguidade; Marciano defende que não necessariamente um jogo que se utiliza de uma notícia pode ser considerado um *newsgame*, e que, portanto, a definição de ação e associação não é suficiente para caracterizar o objetivo do jogo. Ele propõe novas características para os *newsgames*:

- Personagens, cenários ou conteúdo gráfico e sonoros remetem a fatos noticiados;
- *Newsgames* proporcionam uma experiência onde o jogador transcende o entretenimento, pois apresenta reflexão mais profunda sobre um tema;
- A informação jornalística aparece dentro do jogo e é ligada ao tema;
- Normalmente *newsgames* são produzidos por jornalistas;
- É necessária uma apuração jornalística para produzir o jogo.

Os jogos embasados em notícias, no entanto, possuem características distintas:

- O foco é produzir uma sátira ou entreter o jogador;
- Não apresenta conteúdo jornalístico no jogo e apenas faz referência a determinado acontecimento;
- Geralmente não são produzidos por jornalistas;

-
- Não apresentam a fonte da informação e nem reflexão sobre ele.

Feito o estudo de conceitos e características de *newsgames* durante as primeiras aulas, partiu-se para o processo de criação do jogo. Visto que a produção de um jogo é um desafio extenso e de muito trabalho, foram formados quatro grupos, cada um com cinco integrantes, para que ao final da disciplina todos os estudantes conseguissem experimentar as etapas de elaboração de um *newsgame*. O grupo 1 decidiu produzir o jogo “SOS Hercílio”, o qual trata sobre a reforma da ponte Hercílio Luz, localizada em Florianópolis, obra que está sendo realizada há dez anos. O tema abordado pelo grupo 2 foi a realidade catarinense de violência contra a mulher e o jogo chamou-se “Metete a colher”. O grupo 3 decidiu produzir o “*Fact-checking*, O Jogo”, sobre checagem de fatos, e mostrar quais as etapas necessárias para obter uma informação verdadeira. O grupo 4 propôs um jogo cujo tema era aborto no Brasil, uma simulação sobre as escolhas e angústias feitas por uma mulher que decide abortar.

O projeto do jogo: Documento de Game Design (GDD)

A primeira fase de produção depende da criação do Documento de *Game Design* (GDD). É nele que estão apresentadas todas as ideias que embasam o jogo, seus objetivos e estratégias de produção. Segundo Marciano (2017), o GDD deve abranger desde informações básicas de apresentação do projeto até informações detalhadas sobre narrativa, estética, mecânica, tecnologia, personagens, mundo e interface. É preciso que todas as informações apareçam de forma objetiva e detalhada para que, mesmo não sendo um técnico, o leitor compreenda todas as etapas do jogo e consiga compreender e/ou executar o projeto de maneira eficiente.

O modelo de GDD utilizado na disciplinas exigiu apresentação da história, objetivos, equipe e *deadline*, *gameplay* e plataforma, personagens, universo do jogo, interface, cronograma e orçamento. Como o intuito é produzir um *newsgame* e não um simples jogo, é preciso explicar a história de determinado tema e sua origem jornalística (reportagem, notícia, etc). Discutiu-se muito com os alunos sobre a necessidade de existir uma relação direta do jogo com a fonte jornalística, seja através de links dentro da plataforma ou algum outro tipo de ligação, para que o jogador consiga obter conhecimento aprofundado sobre o assunto. Também é importante que o jogo traga um

resumo da história em sua interface a fim de que a experiência seja compreendida de forma eficiente e faça sentido. A segunda demanda do GDD é o objetivo, onde é necessário descrever por qual motivo o *newsgame* está sendo produzido. Em equipe e deadline são definidas em quanto tempo, quais pessoas irão produzir o *newsgame* e suas funções dentro do projeto. É ideal que haja pelo menos algum jornalista em uma equipe de produção do jogo, afinal é o profissional indicado para a apuração e produção de informações de conteúdo jornalístico. É preciso ainda que exista um profissional responsável pelo grafismo e um que consiga programar e tornar possível toda a lógica de funcionamento. Em *gameplay* e plataforma precisa ser definido o funcionamento do jogo (sua a lógica de jogabilidade: tabuleiro, *quizz*, realidade virtual, corrida etc), se é um jogo cujo objetivo é a vitória, se é possível ser derrotado, se há recompensas e/ou penalizações, etc. Nessa etapa também é pensada a mídia de veiculação do jogo, (*web*, *mobile*, jogo físico).

Como na disciplina os grupos optaram por produzir jogos web/mobile, a plataforma utilizada para produzir os jogos foi o Construct2, editor de jogos 2D em linguagem HTML5 destinado a iniciantes. O programa permite programar através de um sistema em que o usuário arrasta os blocos de comando, criando assim os mecanismos necessários para o jogo funcionar. A etapa de programação é bastante trabalhosa pois é onde cada ação do jogo precisa ser definida, por uma determinada lógica, para que o jogo funcione corretamente.

Outro tópico importante que precisa ser abordado no GDD é o dos personagens. Nele, são apresentadas as personalidades de cada um, histórias, funções e importância no contexto do tema ou acontecimento escolhido. O universo do jogo também é um fator essencial: é aqui que se determinam os cenários e as emoções a serem transparecidas. É um planejamento que precisa ser feito em consonância com o tópico a interface, cujo objetivo é mostrar a aparência e plataforma de todas as telas do *newsgame* (iniciar, sobre, recomendar, ajuda, etc). É o espaço que faz o contato e que permite que o jogador se ambiente com toda a lógica do jogo. Por último é necessário estipular um cronograma detalhado de todas as etapas de produção para poder ter certeza de quanto tempo esse processo irá durar. Só assim é possível estipular prazos e calcular os custos totais de fabricação do jogo (salários, ferramentas de trabalho, aluguel de espaço, despesas de energia, telefone, internet, etc).

Em uma das aulas foi produzido um jogo-teste, de lógica simples, através da plataforma [Scratch](#), apenas para possibilitar que os estudantes se familiarizassem com a lógica de programação. Em seguida começou-se a utilizar o Construct 2, programa no qual o jogo seria desenvolvido pelas equipes.

Com os GDD's em mãos, e após as aulas de apoio, os estudantes puderam apresentar as ideias iniciais à turma, discutir sobre as potencialidades de cada tema escolhido e fazer reflexões sobre o processo criativo.

SOS Hercílio

A proposta apresentada pelo grupo 1 foi criar o [SOS Hercílio](#), um jogo sobre a restauração da ponte Hercílio Luz. De acordo com Aoki, Batista, Beilfuss, Leão e Malkowski (2019 no prelo), ela é uma conexão entre ilha e continente localizada em Florianópolis/SC, foi inaugurada em 1926 e interditada em 1991. Desde então, algumas empresas assumiram a responsabilidade pelo restauro, mas em seguida abandonaram a obra, tornando o término do restauro uma incerteza. A última encarregada previa a conclusão da obra em outubro de 2018, mas o prazo foi ampliado até o segundo semestre de 2019.

O objetivo era apresentar ao jogador uma breve história sobre o assunto, os investimentos feitos pelo governo do estado, o processo de interdição e importância na vida dos catarinenses. Duas jornalistas do grupo foram encarregadas de apurar as informações necessárias para a produção da reportagem “Ponte Hercílio Luz: 96 anos de história e muitas incertezas”, a qual embasa o jogo e aparece na tela inicial da interface do SOS Hercílio.

Para transformar a história em uma experiência lúdica ao jogador, o grupo definiu a narrativa onde um turista precisa passar pela ponte, indo na direção continente-ilha. Ele precisa acender todas as lâmpadas que encontra no caminho, pois cada vez que uma lâmpada é acesa o jogador recebe uma informação sobre a ponte Hercílio Luz.



Figura 1: Captura de tela da interface do jogo SOS Hercílio no momento em que o personagem acende uma das lâmpadas.

Também é preciso ficar atento às peças da ponte que caem no decorrer da tela e podem ferir o personagem, diminuindo sua vida. No final do caminho está localizado um portal que dá acesso à ilha de Florianópolis, porém ele só abre se o jogador tiver aceso todas as lâmpadas no caminho.



Figura 2: Tela final do jogo; aparece após o personagem atravessar o portal da ponte.

Mete a Colher

A violência contra a mulher em Santa Catarina foi o tema de "Mete a Colher", jogo apresentado pelo grupo 2. A ideia surgiu a partir da expressão popular "em briga de marido e mulher ninguém mete a colher". Segundo Bourscheid, Carvalho, Mueller, Silva

e Ventura (2019 no prelo), o principal motivo da escolha do tema foi a constatação de que em Santa Catarina os índices de agressões, abusos e demais violências contra mulheres oferecidos pela Secretaria de Segurança Pública do Estado SSP-SC são inquietantes. Só no primeiro semestre de 2018 foram registrados 9 estupros por dia e 53 lesões corporais, também diárias.

Para dar suporte ao jogo, a equipe produziu a reportagem "[Violência contra a mulher não tem endereço](#)". Foram colhidas informações como: tipos mais recorrentes de violência contra a mulher, locais onde já foram denunciados casos, entrevistas com vítimas e autoridades.

O cenário do jogo é a Avenida Beira Mar Norte, uma das principais vias de Florianópolis, onde já houve tentativa de estupro. É possível escolher entre um *avatar* homem e mulher, mas independente da escolha, a experiência de jogo é a mesma para os dois. São apresentadas algumas cenas no decorrer das fases e é preciso que seja feita uma escolha em interferir ou não. O jogador deverá responder cinco perguntas, e quando a resposta é correta ele recebe uma colher. Ao final do jogo, dependendo do número de colheres que tiver coletado, será apresentado seu desempenho em relação às respostas obtidas nas cenas.



Figura 3: Captura de tela do jogo Mete a colher.

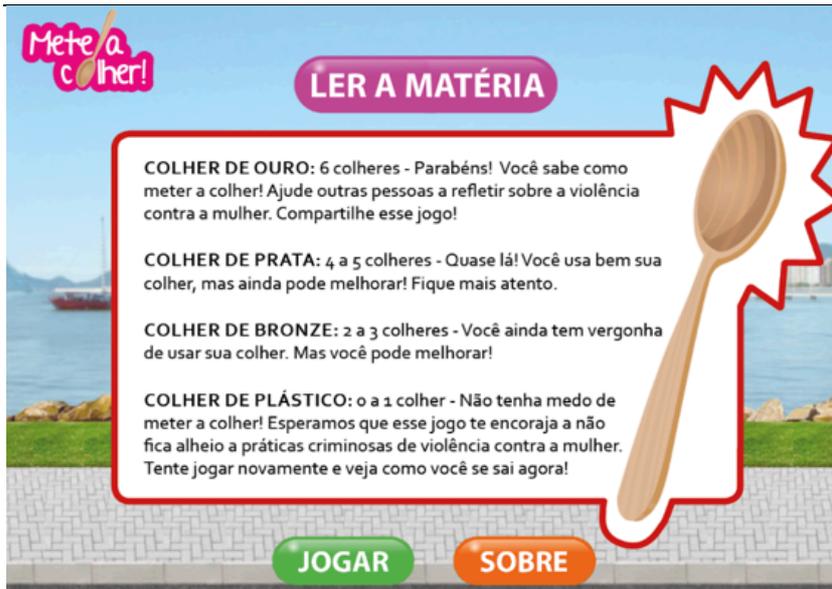


Figura 4: Tela final do jogo Mete a colher.

Fact-checking O Jogo

O terceiro grupo escolheu a checagem de fatos como tema para produzir do *newsgame* "[Fact-checking O Jogo](#)". Para Bonaldo, Oliveira, Pimenta, Roberto e Rosati (2019 no prelo), o intuito era exibir ao público a estrutura e funcionamento de uma agência de checagem de fatos e apresentar as etapas necessárias a serem superadas para obtenção de uma informação verdadeira. A equipe produziu um projeto transmídia, com jogo, redes sociais e um [site](#) com informações sobre checagem de fatos cujo conteúdo complementa a experiência do usuário.

O grupo se inspirou no jogo "*Where in the World is Carmen Sandiego?*" para produzir a interface com perguntas e resposta. Em *Fact-checking O Jogo*, o personagem é um estagiário de jornalismo contratado para checar uma série de informações veiculadas durante o período eleitoral de 2018. São apresentadas três frases a serem checadas. Uma é sobre a Lei Rouanet: "É verdade que a lei rouanet retira recursos de outras áreas, como saúde e educação para investir em cultura?". Há a frase sobre previdência: "O panfleto Verdades sobre a reforma da previdência é verdadeiro?" e a última é sobre Voto nulo: "Voto nulo e em branco possuem o mesmo efeito?" Ele precisa visitar algumas fontes: Congresso, Biblioteca, Universidade, Internet e conferir se a informação passada pela chefe é correta. É importante ficar atento ao deadline definido; caso o estagiário não consiga juntar as informações a tempo, ou não conseguir formular a checagem

corretamente, ele é demitido. Se ele conseguir obter informação de qualidade e em tempo, é promovido.



Figura 5: Captura de tela de *Fact-checking* O jogo - conversa com chefe



Figura 6: Captura de tela de *Fact-checking* O jogo - tela de fonte

Quando as regras vêm

Motivado pelas recentes discussões no Supremo Tribunal Federal, o grupo 4 escolheu o tema aborto para criar o *newsgame* "[Quando as regras vêm](#)". Conforme Christia, Coelho, Jansen, Koyama e Santos (2019 no prelo), a interrupção de gravidez é permitida no Brasil apenas em caso de risco à gestante, anencefalia ou estupro. Sendo assim, a mulher que não se enquadrar nos casos citados não tem permissão legal para interromper a gestação pois o ato é considerado crime. Como o Estado não permite o aborto, os dados sobre assunto não são muito consistentes. Outro ponto importante é a falta de amparo adequado: como o aborto ainda não é visto como questão de saúde pública, o procedimento acaba sendo feito em clínicas clandestinas e/ou de maneira precária e sem assistência médica.

Para dar suporte ao jogo e complementar a experiência do usuário, foi produzida uma reportagem intitulada "[Quem aborta no Brasil?](#)" e um programa de rádio chamado "[Somos todas clandestinas](#)". A intenção do jogo é propor uma reflexão sobre a descriminalização do aborto. A personagem é Rosa, mulher que decide interromper uma gestação e precisa decidir de que maneira irá fazer isso. Há quatro finais diferentes, uma simulação de situações que podem ocorrer na realidade com mulheres na mesma situação.



Figura 7: Captura de tela do jogo "Quando as regras vêm" (apresentação de personagem)

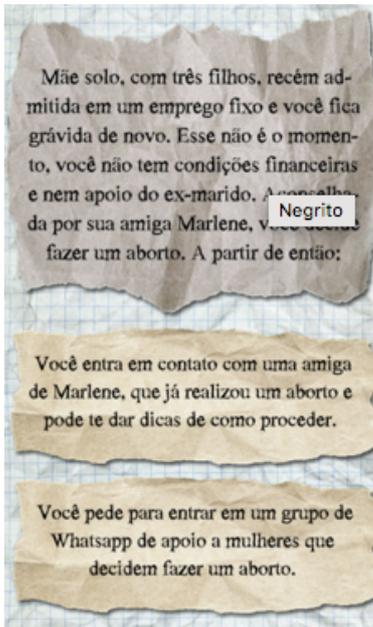


Figura 8: Captura de tela do jogo " Quando as regras vêm "

Conclusão

Propor ao usuário experiências não-convencionais de consumo de jornalismo pode incentivar a disseminação dos assuntos de interesse comum, de maneira lúdica, e cativar o público. Ao demonstrar uma realidade, o usuário é incentivado a refletir sobre como responderia a determinado tipo de situação, quais seriam as decisões a serem tomadas e suas consequências. Essa interatividade demonstra-se positiva em sensibilizar de determinado grupo de pessoas sobre um assunto público.

O artigo procurou descrever as principais atividades realizadas no âmbito da disciplina que foi uma experimentação no uso de jogos para o jornalismo. Procurar novas alternativas para acompanhar as mudanças culturais e tecnológicas de comunicação na sociedade, e por consequência da profissão, é inevitável para a sobrevivência do jornalismo e os *newsgames* estudados se mostraram uma escolha bastante promissora.

Os quatro grupos conseguiram concluir seus trabalhos de forma satisfatória - em curto espaço de tempo - e demonstraram competência em aceitar o desafio de uma metodologia desconhecida, cujas demandas superam o âmbito do jornalismo: *design* de interfaces, lógica de programação e gerenciamento de equipe. Foi possível perceber que jornalistas são capazes de produzir conteúdo em mídias alternativas, e mesmo

complicadas de serem construídas, como é o caso dos *newsgames*. Mesmo o resultado obtido na disciplina não sendo profissional, o aprendizado adquirido servirá para que os *newsgames* comecem a ser considerados como uma alternativa de veiculação de informação e, por fim, produzidos de maneira mais ampla.

Referências

AOKI, Ricardo Luiz; BATISTA, Luiz Cláudio Cerqueira; BEILFUSS, Leticia Paola; LEÃO, Luciana; MALKOWSKI, Thiago Pedro. **Newsgame “SOS Ponte Hercílio Luz”:** Construindo uma reportagem gamificada sobre o cartão postal de Santa Catarina. No prelo 2019

BOGOST, Ian; FERRARI, Simon; SCHWEIZER, Bobby. **Newsgames Journalism at Play.** Massachusetts: ed. Massachusetts Institute of Technology, 2010.

BONALDO, Manoela; OLIVEIRA, Thuane de; PIMENTA, Ana Carla; ROBERTO, Yanne; ROSATI, César. **Fact-checking O Jogo: um projeto transmídia de newsgame.** No prelo 2019.

BOURSCHEID, Ana Paula; CARVALHO, Frederico S. M. de; MUELLER, Paulo José; SILVA, Ânderson; VENTURA, Mariane Pires. **Mete a colher: newsgame de letramento sobre a violência contra a mulher.** No prelo 2019.

CHRISTIAN, Alan; COELHO, Rafaela; JANSEN, Priscila; KOYAMA, Lilian; SANTOS, Ingrid. **Quando as regras vêm: o processo produtivo de um newsgame sobre aborto no Brasil.** No prelo 2019.

MARCIANO, C. **Newsgames, por onde começar?** 40o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba/PR, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0756-1.pdf>> . Acesso em 27 de fevereiro de 2019

MARCIANO, C. **Em meio a informação e o entretenimento: uma proposta de diferenciação entre Newsgames e Jogos Embasados em Notícias.** 41o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville/SC, 2018. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-2019-1.pdf>> . Acesso em 27 de fevereiro de 2019

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009.