

NEWSGAMES: WEBJORNALISMO E CONEXÕES COM JOGOS ELETRÔNICOS

Welliton Carlos¹

RESUMO

Este trabalho apresenta a possível união do webjornalismo com jogos eletrônicos em um gênero denominado pela comunidade de especialistas de newsgame. Além do estudo desta fusão por meio das teorias da cibercultura, em especial da mídiamorfose, apresenta-se em detalhe o Game Design de uma proposta prática, que inclui ideia central de jogo, sugestão de programação em action script e percurso a seguir da pesquisa.

Palavras-chaves: Newsgames. Cibercultura, Mídiamorfose. Webjornalismo. Games.

Introdução

A prática do webjornalismo é caracterizada na contemporaneidade pela diversidade de enfoques, oferta de múltiplas modalidades de informações e espécies variadas de mídias expostas ao público. Na atual fase de produção de informações para o mundo digital, sobressai a divulgação de notícias, oferta de canais de entretenimento, jogos, espaço para publicação de próprias informações dos leitores (por meio de blogs), redes sociais, salas virtuais de bate papo, humor, vídeo, informações sobre tempo, mapa astral, arquivo virtual de textos e imagens, serviços de busca, espaço para comentários, publicidade, páginas de serviços, sites de encontros de casais, dentre outros atrativos que ora se inserem na seara do entretenimento ora se incluem no campo do próprio jornalismo.

1

¹ Doutorando pela Universidade Federal de Goiás (UFG), no Programa de Pós-graduação da Faculdade de Sociologia, mestre em Comunicação, jornalista e programador de games e websites.

Apesar do distanciamento físico das mídias tradicionais, caso dos impressos e telejornais, o webjornalismo determinado na segunda década do século XX é ainda tributário das técnicas e estilos de produzir informação já consolidados nas mídias tradicionais. Roger Fidler (1998) criou o termo mídiamorfose para designar uma forma unificada de se refletir sobre a evolução tecnológica dos meios de comunicação. Esta concepção pode ser útil também para nos levar a tentativa de aproximar duas ferramentas exploradas pela cibercultura: o webjornalismo e os games, populares jogos eletrônicos que surgiram há cinco décadas.

Este artigo, portanto, tem como função apresentar a conexão entre duas áreas aparentemente incomunicáveis no universo da cultura digital. Dentro deste contexto, adota-se a percepção da mídiamorfose como ponto inicial de reflexão. A partir desta noção e de outras teorias da cibercultura, propõe-se neste artigo a investigação das mídias de forma convergente.

A proposta de Fidler estimula a análise de diversos meios, que seriam membros interdependentes de um único sistema. Através da mídiamorfose, portanto, identificamos nas mídias eventuais similaridades e as conectamos em relações que possam existir entre passado, presente e novas formas emergentes de expressão. Este trabalho especula, assim, sobre uma possível forma que possa unir a notícia ao conceito de jogo.

A união do fato novo e de interesse público ao desafio e emoção recebe o nome de newsgame pela comunidade de especialistas e pioneiros. Atos físicos e intelectuais que provocam o sistema do prazer por meio de jogabilidade poderiam, por fim, trazer à tona uma nova forma de informação jornalística.

Apresenta-se, portanto, a seguir, breves definições de mídiamorfose, webjornalismo, games e teorias da cibercultura numa tentativa de aproximação prática dos jogos eletrônicos e notícias no mundo digital. Por fim, este artigo sugere um plano de jogo para que seja testado ao longo do desenvolvimento da pesquisa em discussão.

1. Midiamorfose

De forma simplificada, a mídiamorfose significa o surgimento de novas mídias a partir das anteriores, em um processo de hibridização. Tal conceito se sustenta em

princípios apresentados pela primeira vez em 1998, por Roger Fidler (1998, p. 21). Ele define o termo: “Mediamorfosis: a transformação dos meios de comunicação, como resultado da interação entre as necessidades percebidas, as pressões políticas e de competência, e das inovações sociais e tecnológicas.”

Neste processo, pode tanto ocorrer a coexistência quanto a adaptação de uma tecnologia a outra. Propõe-se aqui, a partir do princípio desta definição, entender a midiamorfose como progressão de softwares, programas e formas de comunicação. Entende-se, o webjornalismo como uma forma de comunicação jornalística que é posterior a um formato já existente – o jornalismo impresso e radiotelevisivo. Dentro de linha evolutiva diferente do webjornalismo, e anterior a ele, o game se manifestou como forma comunicativa e singular de software.

David Harvey (1996, p. 140) trata da pós-modernidade como um período em que surgem “novos setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional”.

Dentro do sistema capitalista, portanto, observam-se imensas possibilidades de inovações, fusões e criações originais. A fusão de mídias e tecnologias atende ao princípio do mercado, visando satisfazer interesses econômicos e financeiros das grandes corporações.

Fidler diz que ao se estudar o sistema de comunicação como um todo é possível observar que as novas mídias não surgem por geração espontânea. Ao contrário, as novas mídias emergem de metamorfoses de meios antigos. Adaptações e mudanças das mídias anteriores geram novos produtos, portanto.

No estudo de uma suposta aproximação entre webjornalismo e games, que se propõe aqui, é preciso entender não necessariamente o fato como a metamorfose de uma mídia, já que a mídiamorfose que envolve internet, webjornal e games já se deu, todos migrando para a rede de computadores (a world wide web).

A metamorfose que ainda não ocorre de forma sistematizada, mas que pode estar em vias de acontecer, é a conexão do jornalismo com os games, por meio de notícias-jogos ou reportagens-lúdicas, em que acessamos espécies de informações tradicionais

ofertadas em notícias e reportagens, mas por meio de jogos, que ao mesmo tempo divertem, simulam a realidade e informam o leitor.

2. Webjornalismo

O webjornalismo² integra diversos saberes para a convergência em um único espaço: a internet. A atividade jornalística – que reúne a produção de notícias, reportagens e opinião – é inserida em um contexto digital, inovando no suporte – seja acessada em microcomputadores, tablets ou celulares. A web é definida como a rede mundial de computadores que se popularizou na década de 1990 a partir da experiência de redes militares criadas nas décadas anteriores tendo em vista a segurança nacional dos Estados Unidos da América (WARD, 2007, p. 10). O webjornalismo seria, portando, a prática da veiculação de informações no âmbito da comunicação digital, tendo, entretanto, acolhido modificações de apresentação da notícia no formato de hipertexto. Se bem que Ward propõe o uso do termo ‘jornalismo online’ ou ‘jornalismo digital’, por ser mais abrangente e não se acomodar a uma única rede (a web).

A inserção da pirâmide deitada, que disponibiliza ao leitor uma série de hiperlinks, espécie de diagramação linkada, tornou-se um padrão a ser seguido pelos sites de notícia, que agora oferecem – junto ao lead – outros níveis de informação, caso do nível de explicação, nível de contextualização e nível de exploração.

O nível de explicação absorveria elementos ainda não expostos no lead, caso do 'como' e 'motivo' do fato noticiado. A contextualização se daria por meio de oferta de vídeos, infográficos estáticos e animados, áudio, imagens e mesmo correlatas (textos em outra página, mas que integra a base da notícia) e, por fim, o campo de exploração, em

2

⌈ A história do webjornalismo começa ainda nos anos 1970, quando o *New York Times* oferecia para clientes seletos material de sua edição via computadores. No Brasil, ainda na década de 1980, a *Agência Estado* fornecia terminais de computadores conectados com sua central de notícias, mas tratava-se de comércio de informações entre empresas. É evidente que o termo 'webjornalismo' surgirá posteriormente, pois a rede utilizada pelos grupos de mídia era privada. Não se tratava ainda da rede mundial de computadores. Em 1994, com o primeiro grande portal a tornar-se popular na web, o *American Online*, veio à tona a publicação de pequenos resumos do *San Jose Mercury News*.

que se dá a exposição do leitor digital ao banco de dados do site, arquivos de notícia e arquivos externos.

Sob esta ótica, o próprio webjornalismo seria fruto da mídiamorfose, na medida em que se influencia nos padrões digitais criados em linguagem HTML e outras formas de publicação impressa. O jornalismo na web une ao noticiário tradicional aspectos como interatividade, tempo real, velocidade de produção e acumulação de dados.

3. Games

Os videogames surgiram na década de 1970, tendo, entretanto, seus primórdios em experimentos realizados na década de 1940 e 1950³. O estágio atual dos games eletrônicos tem na disputa de consoles e nos jogos em rede e dispostos gratuitamente na internet sua principal característica, além da desterritorialização dos jogos (por meio de celulares e tablets).

Na rede mundial de computadores, proliferam sites que oferecem inúmeros jogos, disseminados principalmente pela produção em flash e sua linguagem action script, hoje comercializado pela Adobe, a principal empresa de softwares destinados ao segmento gráfico. A disputa de consoles envolve inúmeras marcas, mas concentra-se no atual momento em produtos da Sony (Playstation), Nintendo (Wii) e Microsoft (Xbox). Jogos em redes também atraem cada vez mais um número significativo de praticantes, caso do *World of Warcraft*, criado em 1994. Trata-se de jogo do estilo Multi Massive Online Role-Playing Game (MMORPG), que permite a milhares de jogadores criarem personagens no mundo virtual. É dinâmico e deve estar necessariamente na internet.

³ Um dispositivo de entretenimento com tubo de raios catódicos foi patenteado por Thomas T. Goldsmith Jr. e Estle Ray Mann. Inspirado na tecnologia de radares, influenciou em seguida o NIMROD, que trouxe um jogo eletrônico, o OXO (jogo da velha), desenvolvido por Alexandre Douglas, e Tennis for two, desenvolvido por William Higinbotham, em 1958. A criação seminal, porém, seria Spacewar!, desenvolvido por Martin Graetz, Steve Russell e Wayne Wiitanen em um computador DEC PDP-1, em 1961. A história dos games é uma narrativa à parte, pois apresenta inúmeras criações pioneiras e intervenções de empresas, caso da Atari, EA, Ubisoft, Nintendo, Sony, Microsoft, etc.

Conforme Crawford (2007), um jogo deve ser considerado um sistema formal fechado que representa de forma subjetiva um subconjunto da realidade. E aqui cabe um parêntese: a definição se adapta perfeitamente ao conceito prévio da notícia, não como espelho da realidade, mas como recorte de uma determinada realidade.

Brancher (2009) diz que quando se pensa em um jogo devemos, portanto, imaginar um cenário “em que este ocorrerá, e o ambiente deve ser autossuficiente, ou seja, todas as informações necessárias para que o jogador sinta-se envolvido devem estar presentes” (2009, p. 21).

Perucia et al (2005, p. 35) aponta as qualidades de um bom jogo: “O segredo é um bom game design e, acima de tudo, o jogo tem de ser consistente e divertido”. O grupo de pesquisadores e desenvolvedores ainda explica que os jogadores buscam desafios, experiência solitária, respeito, experiência emocional e fantasia.

Ao tratar da evolução desta mídia e espécie de software, Michael Duggan (2004, p. 3) diz que os games ainda são relativamente novos na sociedade, tal como os telefones celulares, e-mail e câmeras digitais. Apesar disso, rapidamente tornaram-se uma grande indústria, semelhante ao cinema e música pop. Em seu manual de elaboração de games, Duggan afirma que a internet é prodiga em ser um espaço para a criação de novos games, pois oferece farto material de pesquisa: “If you have difficulty thinking of a game you would like to make – or you are searching for some fresh ideas – there are several ways to do so. You could brainstorm ideas with friends, do some Internet research, or you could play other games to get ideas” (2004, p. 7).

Sob esta ótica, observa-se que ao contrário de outras manifestações artísticas e culturais, a principal fonte para a criação dos jogos não está nas mídias do passado, mas nas atuais. Os games surgem cronologicamente em paralelo ao aparecimento de uma nova espécie de leitores, descritos por Lucia Santaella (2004) de imersivos, ou seja, que conseguem navegar pelo mundo virtual.

Este novo leitor não é mais o contemplativo de jornais ou livros. Ao contrário, no “universo de signos evanescentes”, descritos de forma magistral por Santaella, surge um leitor que não manuseia volumes ou páginas, mas que desliza seus olhos e ouvidos em hiperlinks e roteiros multilineares, multissequenciais e labirínticos.

Trata-se, na verdade, de um leitor implodido cuja subjetividade se mescla na hipersubjetividade de infinitos textos num grande caleidoscópio tridimensional onde cada novo nó e nexos pode conter uma outra grande rede numa outra dimensão. Enfim, o que se tem aí é um universo novo que parece realizar o sonho ou alucinação borgiana da biblioteca de Babel, uma biblioteca virtual, mas que funciona como promessa eterna de se tornar real a cada “clique” do mouse. (SANTAELLA, 2004, p. 33).

Portanto, é a internet que molda, cria e desenvolve uma nova forma de leitor que estará apto tanto a jogar quanto a produzir novos games. Neste sentido, observa-se uma necessidade cada vez maior de se atentar para as modificações que ocorrem na rede mundial de computadores e, desta forma, abastecer as produções de games com ideias inovadoras e adequadas à nova realidade.

A cultura digital sofreu um incremento de signos e possibilidades visuais e sonoras nas duas últimas décadas. Filmes como *Matrix* (1999), que traz o dilema existencial e a emulação de que estejamos todos num grande programa de computador, e sites como youtube.com, que torna cada ser humano potencial divulgador de vídeos (como se fosse uma emissora ambulante de TV), modificaram a forma de pensar e agir na sociedade contemporânea.

4. Cibercultura

Nas últimas décadas, conceitos anteriores de comunicação sofreram sensível modificação, despertando um agir comunicativo inovador entre as comunidades de cibernautas. Diversas teorias da cibercultura fornecem bases para a explicação desta nova realidade - fundada, dependendo da visão teórica, ora na concentração do capital, na absorção das novas tecnologias apenas por endinheirados e ricos e na disposição de mecanismos de controle social por meio das redes, ora, de forma otimista, na era da ciberdemocracia e compartilhamento de conhecimentos.

Dentre as diversas teorias que procuram entender a pós-modernidade e sua bifurcação com o sistema de informação, observa-se que as correntes que procuram entender a dromocracia (era da velocidade) e tecnoapocalipse não estão completamente equivocadas quanto ao lugar dado para aqueles que procuram se afastar das novas tecnologias, quando se pensa a ideologia do instrumental em vez da razão.

Sob este ângulo, a cibercultura exige um “capital cognitivo” e uma “competência técnica” que cumpre uma determinação totalitária. Diante da era dos games e das navegações errantes na internet, logo, existe um aviso do modo de vida capitalista: ou devemos nos integrar ou pregar o apocalipse. “As criaturas incapazes de se ajustar semiótica e praticamente ao ritmo acelerado das instituições tecnológicas tendem a ser excluídas, tornando-se obsoletas e, portanto, descartáveis, um lixo informático, no caso, como sugeriram Kroker e Weinstein” (RUDIGER, 2011, p. 202).

Kroker e Weinstein chegam a datar a nova era como o triunfo do princípio da máquina sobre a vida. Para eles, o resultado dessa virtualização será a “transformação dos seres humanos em lixo informático” (*apud* RUDIGER 2011, p. 202).

É evidente que as teorias de cibercultura estão todas em pleno desenvolvimento e colocadas ainda à prova das comunidades científicas, não tendo a mesma solidez que as teorias de comunicação, compiladas desde início do século XX. Daí entendermos a cibercultura, que abarca tanto a experiência dos games quanto do webjornalismo, como tema de amplas dimensões e interpretações.

Diferente das reflexões de teóricos como Trivinho, Kroker e Virilio, Pierre Levy é considerado um crente de que a tecnologia e redes de comunicação não exercerão uma forma de impacto na vida das pessoas. “Em geral me consideram um otimista. Estão certos. Meu otimismo, contudo, não promete que a Internet resolverá, em um passe de mágica, todos os problemas culturais e sociais do planeta” (2000, p. 11).

É evidente que as correntes da cibercultura apresentam mais do que uma dicotomia entre duas visões a respeito de como se dará a adaptação do homem ao pensamento robótico e computacional. Conforme Kroker, a cibercultura anuncia o fim da história humana e início da história virtual. Tal visão é imediatamente explicável de diversas formas, inclusive antagônica. Opta-se aqui por explicá-la à luz do que Pierre Levy escreveu na introdução de sua obra a respeito da cibercultura.

Durante uma dessas mesas redondas que têm se multiplicado sobre os “impactos” das novas redes de comunicação, tive a oportunidade de ouvir um cineasta, que se tornou um funcionário europeu, denunciar a “barbárie” encarnada pelos videogames, os mundos virtuais e os fóruns eletrônicos. Respondi-lhe que aquele era um discurso muito estranho vindo de um representante da sétima arte. Pois, ao nascer, o cinema foi desprezado como um meio de embotamento mecânico das massas por quase todos intelectuais bem-

pensantes, assim como pelos porta-vozes oficiais da cultura. Hoje, no entanto, o cinema é reconhecido como uma arte completa, investindo de todas as legitimidades possíveis. (LEVY, 1999, p. 11)

4. A era do jornalismo visual

As décadas de 1990 e 2000 foram testemunhas de uma nova era no jornalismo impresso, pioneiro da linguagem jornalística. O jornal de letras e fotografias adaptou-se a um novo paradigma, de jornalismo visual. De repente, as imagens tornaram-se importantes elementos de comunicação com um público cada vez mais leitor de signos icônicos e hipoicônicos.

A tendência inicialmente seguia influencia da televisão, que se tornou rapidamente em meio de comunicação de massa. A própria revolução dos computadores também tornou mais fácil o processo de edição gráfica, permitindo que impressos apresentassem mais cores e imagens. Tais modificações interferiram no elemento textual, até então único na reflexão jornalística. “A sofisticação crescente dos meios de impressão, especialmente no jornal, ampliando-se nas revistas e publicidade de rua, produziu uma sensível mudança no corpo da escrita” (SANTAELLA e NOTH, 2009, p. 70).

O melhor exemplo desta modificação ocorre com a migração do sistema de infográficos para as páginas dos jornais. A valorização das fotos é um recurso anterior, bem como do uso de cores, mas será a infografia o primeiro e definitivo elemento visual a retomar com importância uma iconicidade perdida com o aparecimento da fotografia. No passado, imperavam as ilustrações, charges e caricaturas, mas a nova era da imagem jornalística impulsionou uma forma mais icônica, dinâmica e industrial de apresentar informações.

“O infográfico⁴ é a informação jornalística em linguagem gráfica. Não é ilustração. É arte estatística, imagem informativa, notícia visual, a expressão iconográfica

4

γ As tabelas são os ancestrais dos infográficos e surgiram inicialmente em documentos, estudos científicos e posteriormente em livros. Sua aparição nos jornais não é datada, mas desde o século XVII já existem relatos de seu uso. O escocês William

de fatos, explicação do funcionamento de algo ou a conceituação de um objeto” (JUNIOR, 2006, p. 125). Portanto, esta espécie de modalidade informativa serve a diversas oportunidades e conveniências de editores, tendo como meta maior ampliar a capacidade do leitor de se informar em determinado assunto.

No meio impresso, utiliza-se inúmeros formatos, caso das tabelas, gráficos e diagramas de notícias. No início de 2000, a infografia migrou também para as notícias produzidas especialmente para o suporte web. Inicialmente estático, logo se tornaram dinâmicos com inclusão de movimentos via utilização de links (infografia multimídia). Tal mídiamorfose dos impressos para a rede mundial de computadores ainda não se completou, sendo este artigo uma análise desta fase atual, a do amadurecimento do jornalismo visual realizado para web e, por fim, a sedimentação de uma linguagem específica e única.

Autores que pesquisam o jornalismo impresso anteviram a mudança que hoje é premente e anuncia novas possibilidades para o webjornalismo. Eles apontam a necessidade dos repórteres remodelarem a imagem profissional que herdaram do passado recente, afinal as mudanças executadas nas principais redações de webjornalismo do mundo anunciam uma nova forma de apresentação das notícias e reportagens, que privilegia a integração de texto e imagem.

Cada vez mais levado a conviver com as exigências das novas tecnologias, o jornalista tem no infográfico um pretexto para reavaliar uma autoimagem profissional que se construiu por décadas. Hoje, o profissional da redação impressa não mais pode ser visto sob a primazia do texto sobre a imagem, um (pré) conceito que se despedaça ainda mais na era da internet e da confluência das mídias. Ele é mais e mais testado como um profissional da informação em sua plenitude, não como um especialista de um campo de significação chamado texto. (JUNIOR, 2006, p. 137)

Playfair, em 1786, criou os gráficos clássicos: de febre (usado para visualização de números), de barras (gráficos comparativos) e de pizza (usado para percentagens). Mapas também são modalidades de infográficos utilizados com frequência nos impressos.

5. Newsgames

No infografico *Veja como funciona a bateria da Grande Rio*⁵, apresentado pelo site www.ig.com.br, percebe-se um indicativo de como a notícia e reportagem pode ser integrada com os games e infografias para produzir a mídiamorfose aqui proposta. Conforme a criação, premiada no Malofiej 2012, concurso internacional de jornalismo visual, existem cinco links internos, que se distribuem em "Comande a bateria", "Os instrumentos", "Mestre de bateria", "A bateria na avenida" e "Créditos".

Em cada janela do infográfico, o leitor pode assistir vídeo, acompanhar o movimento da bateria na avenida e ver o mestre de bateria. O link "Comande a bateria", que abre a imagem, é o mais interessante, pois oferece ao internauta a possibilidade exploratória. Chocalho, cuíca, surdos, repique, caixa, tamborim e outros instrumentos podem ser manipulados diretamente pelo leitor do portal de notícias e entretenimento.

A fusão do infográfico com a simulação de sons torna atraente a experiência do leitor, que manipula por meio de botões a entrada e saída de cada bloco de instrumentistas. Existem várias outras experiências interativas de infográficos, como testes, simulações de equipes e infografias complexas, em que se destacam a convergência de mídias aqui proposta.

Temos, assim, nestas experiências motivos suficientes para acreditar que o caminho natural do webjornalismo é a convergência com os games. Dentre os valores notícia que se destacam na literatura das teorias de jornalismo, destacam-se a fotografabilidade e a qualidade narrativa do fato social potencialmente noticiável. Portanto, temos em mente a notícia que atrai leitores por meio das imagens e da qualidade de sua narrativa.

A transformação dos infográficos em infogames ou newsgames, logo, deve tornar-se tendência com a ampliação da velocidade da rede mundial de computadores. Da mesma forma apresentada pela equipe do IG, que tenta transportar o leitor para a bateria da Escola de Samba, teremos inúmeras possibilidades de interação, inclusive com a

utilização de 3D. É perfeitamente possível, desta maneira, imaginar infográficos que revelam como uma equipe de futebol joga ou de como ocorreu uma determinada tragédia, ou como se sucedeu um julgamento no tribunal.

A viabilidade dos infogames já vem sendo especulada desde meados dos anos 2000. O que ainda não se colocou em discussão é a criação de uma variável entre o jornalismo informativo e mesmo opinativo que contemple a produção de games cujo motivo seja a noticiabilidade. Propõe-se aqui inicialmente o nome desta nova modalidade informativa de newsgame (ou notícia-game), que seria transportada para o ambiente dos games, em vez da inserção do infográfico e do próprio game dentro da estrutura da pirâmide deitada. Esta definição já é corrente nas produções de jornais online de vanguarda, caso do *El Pais* e *New York Times*.

O conceito foi publicado inicialmente em 2003, tendo como meta a maior apreensão de informações. Conforme Howard Finberg, especialista em jornalismo online, a apreensão dos leitores é maior do que na leitura de uma reportagem tradicional. A retenção das informações giraria em torno de 70% a 80% do conteúdo. Diante desta hipótese é necessário que sejam desenvolvidas pesquisas quanto a possibilidade maior de retenção informativa dos newsgames em comparação com o webjornalismo tradicional e mesmo com o jornalismo impresso. Neste artigo buscamos apenas suscitar a necessidade de compreendermos melhor as possibilidades e formatos para, assim, propor a elaboração de um game e, por fim, realizar a pesquisa de recepção.

6. Proposta de newsgame

A elaboração de um newsgame exige que os profissionais responsáveis pela criação tenham conhecimentos específicos ou contato com equipe multidisciplinar. O newsgame é fruto invariavelmente da junção de ideias e planejamento integrado de uma equipe. Da mesma forma que um game tradicional, o newsgame exige roteiristas, sonoplastas, músicos, designers e programadores.

A diferença é que esta proposta se interage com a produção de material jornalístico, aumentando seu campo de produção. Daí a necessidade de integração de uma

equipe tradicional de produtores de games com jornalistas especializados na elaboração de texto, fotografia, vídeos e infográficos.

Este grupo participará, logo, do ciclo do desenvolvimento, fase crucial para a elaboração de um game. A figura central na produção de um jogo eletrônico é desempenhada pelo game designer. Será o técnico responsável pela descrição do jogo e controle de inúmeros aspectos da produção, caso da storyboard e fases. Esta função poderá ser desempenhada por um jornalista que tenha formação ou especialização em tecnologia ou ciências da computação.

Portanto, nesta produção é necessário desenvolver um novo grupo de trabalho, que tenha como interesses centrais a junção da notícia e reportagem com o game. Afinal, busca-se a informação objetiva integrada à jogabilidade para que o leitor imersivo tenha satisfação e veja cumprido seu direito à informação.

O newsgame, na verdade, se apropriaria do conteúdo textual da notícia, abandonando o formato de diagramação tradicional do webjornalismo. Na sugestão aqui realizada para a produção do newsgame utiliza-se o espaço destinado ao jogo para dispor, por exemplo, as duas ou três partes centrais de uma notícia: o lead, sublead (se necessário) e documentação.

Este artigo se propõe a apresentar resumidamente o ciclo de desenvolvimento e especificar a fase denominada “Game design”, sendo assim apto a ser testado entre jornalistas, game designers interessados nesta fusão e leitores imersivos. "O ciclo de desenvolvimento compreende uma série de etapas que devem ser cumpridas à risca, sob pena de ao final do projeto o resultado não ser o esperado" (BRANCHER, 2005, p. 30).

6. 1. Ciclo de desenvolvimento

Propõe-se neste artigo a elaboração de um jogo casual em 2D, tendo como meta maior a integração com elementos de jornalismo. Esta proposta de jogo casual visa, antes de desafiar o leitor, facilitar a recepção das informações centrais que serão dispostas na notícia. “Jogos casuais são produtos mais simples, rápidos de aprender e superdivertidos, direcionados ao público de 35 a 60 anos dos EUA e principais países da Europa”. (PERUCIA et al , p. 20)

Fases do ciclo de desenvolvimento de um newsgame

| | |
|--|---|
| Brainstorm ou reunião de pauta | <p>É o momento inicial, de sugestão de ideias e proposição de assuntos e temas que podem vir a tornar-se um game. No caso da proposta deste artigo, é a reunião de pauta para escolher assuntos que tenham valor-notícia adequado para a elaboração de um game.</p> <p>Inicialmente, esta fase já está cumprida, pois o autor do artigo científico, a partir de pesquisa empírica em jornais e emissoras de TV, oferta de antemão um tema a ser explorado na notícia.</p> |
| Game design ou projeto do jogo | <p>Fase em que são descritas as características essenciais do jogo. Observa-se a jogabilidade, controles, inimigos, etc. Neste momento começa a surgir a fase posterior, que se integra por meio de elementos que compõem o Design Document (DD) – roteiro mais detalhado.</p> |
| Design Document (DD) | <p>Conjunto de informações que traz a estrutura básica do jogo, modelagem do software, identidade visual e elaboração de personagens.</p> |
| Level design | <p>Mapa geral para a elaboração do jogo. É o elemento central e territorial, o espaço que molda e encaixa todo o game. Será usado para a elaboração dos cenários.</p> |
| Programação e produção de imagens, cenários e personagens | <p>Fase em que o game é programado por meio de alguma linguagem sugerida no “Game design”. Artistas gráficos desenham cenários e cenas dos personagens.</p> |

6. 2. Projeto de um jogo

As características centrais do projeto devem ser reunidas nesta fase. Deve trazer o resumo geral do tema do jogo, da jogabilidade, da interface, descrição de possíveis fases e formato que vai adquirir dentro do site de notícias. Propõe-se aqui a elaboração de um game de rotina e casual, conforme já descrito, baseado em um fato comum da cidade de Goiânia. Tal fato social com potencial de notícia deve se enquadrar no newsmaking comum das redações e oferecer elementos para jogabilidade ou simulação.

Neste artigo, sugere-se o fato social de que Goiânia tem sido apontada nacionalmente como município com inúmeros problemas em sua malha asfáltica. Apesar de cidade destacada em inúmeras obras públicas de relevância, por inúmeras razões, sobressaem buracos na Capital de Goiás. O fato é notório, tendo em sua constituição inúmeros valores-notícias. A internet apresenta diversos relatos de cidadãos indignados e da própria imprensa nacional sobre a situação calamitosa do município, que conta com ações na Justiça por conta de vítimas da malha viária. No caso em tela, valores-notícia de critérios substantivos como número de pessoas envolvidas e interesse regional se aliam a outros, como fotografabilidade e qualidade da narrativa.

Nesta fase, sugere-se um newsgame em formato de cartoon, que trate com leveza o assunto, mas que oriente e informe principalmente duas situações ao leitor: as ruas e bairros mais problemáticos da cidade e como conseguir reparação judicial para quem sofre danos por conta dos buracos.

6. 2. 1. Game design

Este artigo oferece apenas a fase denominada “Game design”, que é anterior a elaboração do “Design document” - o roteiro do jogo – e “Programação”. Portanto, apresenta-se aqui uma proposta de newsgame a ser testada e acompanhada pela aplicação de seguidos artigos, que terão a missão de ofertar passo a passo o desenvolvimento desta proposta relativamente nova e representante da era da mídiamorfose aplicada ao webjornalismo.

Durante a fase de “Game design”, os artistas começam a trabalhar na concepção de personagens e na identidade visual do jogo. Também nesta fase, os programadores fazem os esboços da modelagem do software e desenvolvem a estrutura básica de classes

do produto (caso utilizem orientação a objetos, recomendada por ser mais simples) (PERUCIA et al, 2005, p. 29) .

Tabela 2 - Game design de newsgame sobre buracos nas ruas de Goiânia

| | |
|--|--|
| Ideia geral | O projeto de newsgame aqui proposto visa funcionar como uma notícia que informa o leitor quanto a dois fatos: locais com maiores problemas de trânsito devido buracos e irregularidades na pista e como agir quando sofrer prejuízos motivados por estes problemas. Trata-se, portanto, de notícia que terá como fontes a observação de avenidas e ruas da cidade, pessoas que sofreram danos e juristas que analisam a possibilidade do cidadão buscar a reparação por eventuais danos. |
| Estrutura do newsgame | A estrutura noticiosa do newsgame se dividirá em três tópicos: material noticioso expresso por meio de texto (título, olho, lead, sublead, documentação e correlata), infográfico com ruas mais problemáticas e, por fim, o jogo propriamente dito, que simula um dos percursos pesquisados para a elaboração da notícia fundida ao modelo de game. Logo, o game da notícia terá dois desafios: a transposição dos buracos (inimigo 1) e da burocracia da Prefeitura (inimigo 2) para que consiga o ressarcimento. |
| Sugestão de mapa, rascunhos de telas, menus | O espaço a ser utilizado para a publicação do texto noticioso será a própria demarcação do game. Portanto, será utilizado o mapa do jogo para publicar a notícia. O texto seguirá as regras elementares do webjornalismo, tendo as características de texto com parágrafos de dois ou três períodos, texto alinhado à direita, curto, objetivo e direto. Os menus interativos terão, no máximo, cinco espaços de interação, para não retirar do jogo sua característica de casualidade. |
| Sugestão de programação para elaboração do software | Sugere-se aqui o uso de actionscript não se descartando uso de C+ ou engines prontas, como 3D Game Studio e Blender. Exemplo de programação em código aberto de actionscript para um jogo de corrida similar à simulação aqui proposta para o newsgame: <ol style="list-style-type: none"> 1. var increment:Number = 0; //amount the car moves each frame 2. var carRotation:Number = carMC.rotation; //rotation of the car 3. var posNeg:Number = 1; 4. var acceleration:Number = .05; //acceleration of the car, or the amount increment gets increased by. 5. var speed:Number = 0; //the speed of the car that will be displayed on screen 6. var maxSpeed:Number = 50; //The max speed the car can travel 7. 8. //keyboard capture code start 9. var keyLeftPressed:Boolean; |

| | |
|--|--|
| | <pre> 10. var keyRightPressed:Boolean; 11. var keyUpPressed:Boolean; 12. var spaceBarPressed:Boolean; 13. 14. addEventListener(Event.ENTER_FRAME,onEnterFrameFunction); 15. stage.addEventListener(KeyboardEvent.KEY_DOWN,keyPressed); 16. stage.addEventListener(KeyboardEvent.KEY_UP,keyReleased); 17. //keyboard capture code end 18. 19. function onEnterFrameFunction(event:Event) { 20. //detecting speed 21. speed = Math.round((increment)*5); 22. speedometer.text = String(speed); 23. 24. if ((carMC.rotation < 180)&&(carMC.rotation >= 0)){ 25. carRotation = carMC.rotation; 26. posNeg = 1; 27. } 28. if ((carMC.rotation < 0)&&(carMC.rotation > -180)){ 29. carRotation = -1 * carMC.rotation; 30. posNeg = -1; 31. } 32. 33. //if Right key pressed rotate the car clockwise and change image to carRight 34. if (keyRightPressed) { 35. carMC.rotation += .5*increment; 36. carMC.gotoAndStop(3); 37. } (...) </pre> |
|--|--|

Conclusão

A proposta deste artigo se concentra em estudar a mídiamorfose como fenômeno típico da cibercultura e mercado informacional e ao mesmo tempo procurar entender de forma teórica e prática a junção de duas linguagens aparentemente conflitantes: a notícia (relato objetivo dos fatos) e os videogames (software que simula o real e estimula a fantasia). Visa também iniciar a monitoração e acompanhamento das pesquisas iniciais quanto à produção e estudo de recepção de um newsgame, fruto da fusão de uma prática jornalística com a criação de um software (game).

Observa-se, de antemão, que a maior dificuldade é a criação de um produto que surpreenda o leitor imersivo e mantenha o foco na assimilação dos elementos centrais da notícia. Tal estudo será executado a partir da produção das fases seguintes ao “Game design” até o teste com receptores da notícia. Inicialmente, propõe-se aqui o estudo final

com um grupo de controle, que receberá a notícia em formato padrão do webjornalismo, e outro que atenderá aos novos princípios do newsgame. Desta forma, será possível mensurar tempo de leitura, quantificação de assimilação e, por fim, verificar se existe diferença de cognição entre a leitura de uma notícia tradicional de web e a leitura por meio do formato newsgame.

Em que pese a existência de teorias conflitantes, as novas tendências da cibercultura são amplas e criativas, despertando nos comunicadores os princípios centrais de uma nova semiótica. No final dos anos 1950, Umberto Eco já antecipava o surgimento de novas formas de fruidores, quando se debruçava em sua “Obra Aberta”. Conforme Eco, a poética da obra aberta tende a promover no intérprete atos de liberdade consciente, colocando-o como centro ativo de uma rede de relações inesgotáveis, entre as quais ele instaura sua própria forma (1997, p. 41).

O que se propõe aqui já existe, está em curso e foi indiretamente pensando em meados do século passado. Esta obra é aberta em certa medida, pois convida o leitor a participar de sua fruição ativamente. Portanto, urge dar prosseguimento à pesquisa, para que sejam esclarecidas dúvidas cruciais e de interesse não só do campo da comunicação, mas também da informática e da tecnologia da informação.

BIBLIOGRAFIA

DUGGAN, Michael. The official Guide to 3D Gamestudio. Thomson. Boston, 2004

ECO, Umberto. *Obra aberta*. São Paulo: editora Perspectiva, 1997

PERUCIA, Alexandre [et al.]. **Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos – Teoria e prática**. São Paulo: Novatec, 2005

FERNANDES, Ana Maria [et al.]. *Jogos eletrônicos: mapeando novas perspectivas*. Florianópolis: Visual Books, 2009

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004

FIDLER, R. **Mediamorfosis - comprender los nuevos medios**. Buenos Aires: Granica, 1998.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: editora 34, 1999

RUDIGER, Francisco. **As Teorias da Cibercultura: perspectivas, questões e autores**. Porto Alegre: Editora Sulina. 2011

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004

SANTAELLA, Lúcia e NOTH Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2009

WARD, Mike. *Jornalismo Online*. 1a. edição, 2007. Roca: São Paulo, 2007

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.