

# Entre a notícia e o jogo, em busca de padrões na criação de newsgames

André F. Pase\*

Bruna Reis

Giovanni Rocha\*\*

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Faculdade de Comunicação Social, Brasil

## RESUMO

Nos últimos anos, o Jornalismo aproximou-se dos jogos ao publicar notícias e provocar o leitor através de newsgames. Algumas vezes com interatividade simples ou mais complexos em outros momentos, estas produções utilizam as mais variadas formas e gameplays. Mas há um gênero dominante neste novo espaço para os jogos? Há uma engine de criação predominante? Quais as implicações disso? Para responder estas perguntas, esta pesquisa analisou 146 jogos produzidos nos últimos 15 anos, investigando estes aspectos e também outros relativos ao seu desenvolvimento através de uma matriz de perguntas. Neste primeiro levantamento, foi constatada a predominância do uso de rápidas criações em Flash, ferramenta fadada ao desaparecimento. Assim, por fim, há uma problematização sobre a provável obsolescência de importantes jogos em pouco tempo, mesmo estes ainda disponíveis on-line.

**Palavras-chave:** jornalismo, newsgames, engines.

## 1 INTRODUÇÃO – CONCEITO DE NEWSGAMES

Assim como todas as indústrias que procederam transformações a partir da emergência das plataformas de digitais, o jornalismo também precisou adaptar suas práticas e seus produtos para esse novo e desafiador ambiente. Entre as primeiras fronteiras a serem remodeladas, esteve a produção descentralizada de conteúdo a partir comunidade dos bloggers.

Nessa fase de disputa e descoberta de novas possibilidades na produção jornalística na web, se intensificaram a produção e publicação de vídeos, fotos e textos. Novas vozes permitiram novas abordagens sobre temas, por vezes, negligenciados pela “velha” mídia.

Porém, por mais que esses novos ambientes tenham permitido novos espaços para notícias e reportagens, as práticas e os modelos narrativos continuaram os mesmos. Muito das práticas jornalísticas ainda hoje se mantém igual nos meios online.

As ferramentas que possibilitam a criação e disseminação de notícias ficaram mais simples e de uso generalizado, mas o processo se mantém quase idêntico: histórias ainda precisam ser escritas e editadas; vídeo e áudio ainda precisam ser gravados, editados e transmitidos.

Mas será a partir da adoção do uso de elementos dos jogos digitais, aliados às possibilidades de interação e publicação da internet, que uma nova fronteira das narrativas jornalísticas será conquistada. Nas palavras do pesquisador Ian Bogost [1], “Jogos exibem textos, imagens, sons e vídeos, mas eles também fazem muito mais: jogos simulam como as coisas funcionam por meio da construção de modelos que as pessoas podem interagir [...]. Este é um tipo de experiência irreduzível a qualquer outro meio anterior”.

Bogost define a simbiose entre notícia e jogo com o termo “newsgames”. Os newsgames combinam as dinâmicas e

experiências de interatividade e participação presentes nos jogos digitais com as narrativas da realidade, ou seja, as notícias e as reportagens jornalísticas. Essa categoria de jogos digitais começou a ser difundida principalmente a partir da massificação da internet e flexibilização do uso dos softwares de programação no início dos anos 2000. A partir das considerações de Gonzalo Frasca, também pesquisador do campo, Bogost define que os newsgames são um gênero em que a “simulação encontra a charge política”.

Em sua grande maioria, os jogos carregam o engajamento de seus criadores para discutir acontecimentos contidos nas notícias. Entre algumas das centenas de referências possíveis, podemos citar Darfur is Dying [2], Madrid [3], Layoff! [4] e Sweatshop [5]. Jogos como esses normalmente não exigem muito tempo para serem jogados, talvez menos tempo necessário do que levaria a leitura de um artigo que trate dos temas aos quais eles fazem referência, por exemplo.

Newsgames normalmente não exigem grandes requisitos de sistemas para serem operacionalizados e têm ampla distribuição em portais de jogos online, além dos sites de suas organizações patrocinadoras. Ao se jogar qualquer um dos exemplos citados anteriormente, percebe-se que nenhum deles possuem gameplays complexos, ou finais da história elaborados em suas histórias. Como aponta Bogost, “Esses jogos abandonaram narrativas complexas em favor de experiências familiares e evocativas. Ao fazê-lo, eles incentivam a reflexão, em vez do prazer”.

Segundo Bogost, um dos diferenciais da narrativa dos newsgames é que eles elevam uma mecânica que é essencialmente expressiva (a de comunicar um sentimento do jogo para o jogador) e a tornam persuasiva (comunicando a operação de uma ideia), algo que Bogost considera equivalente a um “videogame editorial”.

Bogost divide os newsgames nas seguintes categorias: notícias atuais, infográficos, documentários, quebra cabeças, alfabetizadores, comunidade e plataforma. Com o objetivo de concentrar esse trabalho na definição conceitual dos newsgames, na articulação com as práticas jornalísticas e resultados das análises, destacaremos de forma breve aqui a categoria de notícias atuais.

As notícias atuais possuem três subcategorias:

1) Jogos editoriais: Jogos em que os desenvolvedores enfatizam fortemente seus próprios argumentos e que pretendem convencer seus jogadores de algum modo. Esses jogos podem demorar desde um dia até alguns meses para serem criados;

2) Jogos tabloide: São jogos com versões de notícias de entretenimento, normalmente que envolvem celebridades, esportes ou fofocas políticas. Eles são fáceis de serem feitos e normalmente são reinventados a partir de outros jogos amadores;

3) Jogos de reportagem: Eles estão entre os jogos editoriais e jogos tabloides. Sua versão em videogame parte de um artigo escrito ou televisionado. Ao contrário dos jogos editoriais, eles não procuram persuadir os jogadores, mas educá-los.

Na visão de Bogost “os newsgames utilizam a simulação para expressar a opinião”. O autor defende também que tanto o jornalismo como o desenvolvimento de jogos suportam princípios

\*e-mail: [afpase@puers.br](mailto:afpase@puers.br)

\*\*

\*\*e-mail: [giovannirochars@gmail.com](mailto:giovannirochars@gmail.com)

similares em suas construções: ambos buscam entender e representar o comportamento de sistemas de maneira compreensível.

Ainda segundo o autor, os jogos oferecem uma oportunidade para os jornalistas reordenarem as narrativas curtas, típicas das práticas atuais, além de compartilhar e descrever o acontecimento jornalístico com base em comportamentos complexos e dinâmicas brutas. Para Bogost, “essa é uma mudança de paradigma e os jornalistas que criarem newsgames não se apropriarão de histórias, mas de sistemas”.

É necessário que os jornalistas desenvolvam competências para dominar princípios básicos em computação, já que esses “jornalistas computacionais”, segundo Bogost, irão desenvolver códigos do mesmo modo “que jornalistas do passado desafiaram a literatura a partir da prosa”.

E como ocorre em qualquer outro produto do jornalismo, há a necessidade de rapidez na produção dos materiais, já que, para Bogost, “alguns newsgames são lançados com um ou dois dias do evento que eles cobrem. Um período-chave, já que após esse período muitas histórias atingem a saturação”.

Em tempos de crise na indústria jornalística, Bogost aponta que os newsgames não são uma solução mágica que irá curar os problemas das organizações produtoras de notícias. Porém, esse novo modo narrativo representa uma “oportunidade real e viável para ajudar os cidadãos a formarem crenças e tomar decisões”.

Bogost aponta ainda que jornalismo não só está se tornando digital, mas também está se tornando mais divertido. A relação entre jornalismo e entretenimento ainda é um tema de acalorados debates. Porém, como sugere Bogost é importante que tanto os jornalistas como as organizações de notícias considerem esta mudança e adotem novas ideias para regular a interação entre jogo e jornalismo.

## 2 IMPORTÂNCIA DO CONHECIMENTO SOBRE ENGINES

Os planos e os movimentos de câmera contidos na linguagem cinematográfica produzem sentidos e emoções que nem sempre a forma escrita consegue alcançar. O uso da fotografia na Segunda Guerra Mundial (1939-1945) e a transmissão dos vídeos ao vivo por satélite da primeira Guerra do Golfo (1990-1991) permitiu ao jornalismo revolucionar os modos de como compreendemos o mundo. Com os newsgames, as engines gráficas utilizadas para o desenvolvimento dos jogos digitais constituem uma nova fronteira nas práticas das redações jornalísticas de recriar realidades espaciais.

O uso dessas engines define novos horizontes para a compreensão da produção jornalística. Entre as principais características está a necessidade de se adaptar à um tipo de software completamente diferente das plataformas utilizados por uma redação jornalística.

Outro ponto destacado por Bogost está no acelerado processo de atualização desse tipo de softwares: “as plataformas de computadores evoluem rapidamente com a introdução de novas funcionalidades de modo muito mais rápido do que jamais foi visto nas indústrias de publicação ou de radiodifusão”.

Esses desafios de ordem cultural das práticas jornalísticas, voltadas principalmente para o domínio de editores de texto e captação de imagens, estão bastante presentes nas redações jornalísticas. Para Bogost, a tendência é que eles se resolvam a partir do gradual domínio, pelos repórteres, desse tipo de software.

Os “jornalistas computacionais”, termo do autor, executarão técnicas que envolverão a computação e a engenharia em seu trabalho. Ainda nas palavras de Bogost, “no futuro, a notícia vai se beneficiar de uma adoção geral da alfabetização computacional, a

partir do momento que os novos jornalistas desenvolverem proficiência com esse tipo de software como parte de sua formação profissional”.

## 3 HISTÓRICO DO FLASH NO JORNALISMO

Em sintonia com indústria de softwares, as engines têm se aperfeiçoado a cada nova atualização para buscar interfaces mais amigáveis. Bogost aponta que no ano da publicação do seu estudo, 2009-2010, a principal engine utilizado por veículos de imprensa e jornalistas era o Adobe Flash Player.

Utilizado inicialmente como um simples desenvolvedor de animações para a web, o Flash acabou se tornando um dos principais softwares para produção de newsgames. Entre as características fundamentais para seu grande uso estava sua operação baseada nos navegadores (browsers) de web, que permitiam sua portabilidade entre diferentes sistemas de navegação sejam eles em desktops ou equipamentos mobiles.

Antes propriamente de ser usado para a produção dos jogos, o jornalismo se apropriou do Flash para a produção de animações que podem ser considerados uma evolução dos infografismo, a chamada infografia interativa.

Entre os primeiros recursos que o Flash permitiu ao jornalismo online foram os slideshows de fotos. McAdams [6] apresenta uma série de casos em que o jornalismo se beneficiou do uso dessa ferramenta para poder esclarecer a série de atentados terroristas no início dos anos 2000, por exemplo.

Após o ataque às Torres Gêmeas, em Nova Iorque (2001), uma série de animações em Flash foram usadas para explicar os locais de decolagem, trajetos e pontos de impacto dos aviões envolvidos.

As animações eram atualizadas quase que de forma instantânea, o que facilitava a compreensão por parte dos usuários.

Jornais como o espanhol El Mundo exploraram os recursos de interatividade para explicar conteúdos complexos, como por exemplo o material publicado em comemoração ao cinquentenário do descobrimento do DNA, em 2003 [7].

Segundo Bogost, um dos principais motivos que tornaram o uso do Flash tão difundido entre os desenvolvedores está relacionado na abstração de aspectos complexos durante o desenvolvimento, além de permitir que a programação ocorresse com renderização de som e imagem em tempo real, permitindo que o período de desenvolvimento de um título newsgame fosse bastante reduzido.

Newsgames como You Can Drive, Mel? [8] e o já citado Madrid [3], só puderam ser rapidamente produzidos e distribuídos em razão de terem sido desenvolvidos em formato Flash, aponta Bogost.

You Can Drive, Mel? é uma paródia que trata da prisão do ator Mel Gibson (Mad Max, Coração Valente, entre outros), em julho de 2006 por dirigir embriagado. Exemplo do que Bogost define como um jogo tablóide, no game o jogador conduz o carro do ator com o objetivo de “pegar” garrafas de bebida ao mesmo tempo que deve evitar o atropelamento de policiais e fugir de rabinos que atiram estrelas de David contra o carro do ator. Esse elemento que envolve a religião judaica foi incluída no jogo porque, ao ser preso, Mel Gibson fez uma série de ofensas ao judaísmo, assunto que repercutiu na imprensa de modo muito mais contundente do que propriamente a sua prisão [9].

Já em Madrid estamos diante de um jogo editorial, quando o autor impõe sua opinião a respeito de um assunto. Aqui o objetivo é contextualizar os atentados terroristas na capital espanhola em março de 2004. O jogador deve clicar várias vezes em velas com o objetivo de fazer as chamas mais intensas. A partir da experiência se identifica que, além de ser uma meta bastante difícil, o grande desafio é manter acesa a chama de todas as velas.

O exemplo desses dois jogos concentra outro ponto de destaque para o uso de conteúdos em Flash. Por rodar direto nos browsers de internet, não há necessidade de realizar o download do jogo e a sua instalação. Basta clicar e começar a jogar.

#### 4 METODOLOGIA DE PESQUISA

Para que fosse possível mapear a produção de jogos jornalísticos atual foi necessário, após extensa pesquisa bibliográfica sobre definições de características de jogos dentro das narrativas jornalísticas, bem como de processos da concepção de notícia e reportagem, além da análise da relação entre os tipos de jogos encontrados e os temas das reportagens. Outro aspecto importante observado foi a maneira como o conteúdo jornalístico foi apresentado em cada newsgame.

A partir das diretrizes da análise de conteúdo de Bardin [10], adaptadas para jogos, foram levantadas questões e características na literatura de games e de suas aplicações no jornalismo, foram escolhidas categorias que representam aspectos importantes para a compreensão das rotinas e preferências de produção do objeto analisado neste artigo, possibilitando o levantamento da produção feita até hoje. Foi preciso entender as formas de produção desses jogos para ser possível criar um mapeamento que resultará em propostas para uso de softwares no ambiente criativo do jornalismo. As categorias escolhidas consistem em duas áreas mais globais: que envolvem aspectos mais técnicos e aqueles mais editoriais.

Dentro dos aspectos mais técnicos, temos questões como em definir se o jogo foi feito por veículos tradicionais da imprensa ou por profissionais independentes, para entendermos de onde parte o maior interesse por esse tipo de narrativa; qual é esse veículo ou profissional; o ano em que foi desenvolvido o jogo jornalístico; através de qual ferramenta (Flash, HTML5, Javascript, Torque, entre outras); em qual plataforma está hospedado (web, mobile ou desktop); se o jogo ainda está ativo e caso não esteja, explicitou-se qual o motivo de estar fora do ar.

Nas questões mais editoriais estão as categorias que diferenciam se os gameplays são originais ou cópias inspiradas em jogos recreativos; qual o tipo de jogo (estratégia, simulação, escolha sua própria aventura, quizz, board games, tiro, entre outros); assunto jornalístico tratado (guerras, desastres naturais, disputas políticas, questões de meio ambiente, entre outros); e, principalmente, se o jogo é informativo ou ilustrativo e se tem um final.

Ou seja, de que maneira ele apresenta a informação jornalística ao jogador, se essa absorção de informações é orgânica e acontece conforme o jogador avança na narrativa do jogo, ou se as informações aparecem através de hiperlinks. Analisamos também se esses conhecimentos são essenciais para o avanço e entendimento do jogo ou se ele é apenas ilustrativo, servindo apenas ou como uma espécie de charge e sátira. A questão que toca o final do jogo é importante para identificarmos newsgames que transparecem um ponto de vista ou apenas a narrar um fato.

A etapa que seguiu à pesquisa bibliográfica e escolha das categorias envolveu a compilação dos jogos jornalísticos publicados de 1999 a 2016. Foram incluídos todos os jogos publicados nesse período, através de um site já existente que contém uma grande compilação de jogos publicados, de citações de jogos na literatura acadêmica e jogos coletados pela equipe, referenciados na mídia como tais.

Todos os 146 jogos coletados foram jogados e categorizados de acordo com os aspectos definidos anteriormente, tornando possível a análise qualitativa da amostra. A partir dessa análise, será possível elaborar um modelo de formulação de newsgames para jornalistas que não sabem por onde começar, mas querem explorar mais essa

forma narrativa, que tem como características principais a imersão e o consumo ativo de informações.

#### 5 ANÁLISE DOS JOGOS

Como observado antes, a pergunta principal da análise observava as engines de criação utilizadas. Dentre os 146 jogos analisados, 83 utilizavam o Adobe Flash. A segunda ferramenta mais utilizada foi o HTML 5, com 18 criações, seguida pela linguagem Java, com 13. A Unity foi a base de 8 produtos, número que reforça como esta ferramenta com alta difusão de conteúdo poderia ser melhor utilizada nas redações. Além disso, foram 3 jogos com Torque, 1 com Puzzlescript, 1 com UDK (Unreal) e 1 com Gamemaker, além de outros 6 desconhecidos.

Ou seja, 58% dos newsgames analisados utilizam uma linguagem de programação que entrará em desuso brevemente. Se os seus comandos e modo de fazer é conhecido, por outro lado isto reforça a preocupação dos pesquisadores sobre a permanência das criações. Deste total, apenas 17 não estão disponíveis para o público, fato que mesmo momentâneo é importante por permitir que os jogos sejam recuperados e experienciados novamente.

A vinculação com uma notícia em específico (uma matéria, não o assunto) foi investigada na classificação em jogos Informativos e Ilustrativos. O primeiro grupo, composto por 61 jogos, é composto de jogos que informam por si só, não dependem de uma notícia conectada para explicar elementos presentes no gameplay. Por outro lado, 52 jogos apenas ilustram matérias, recurso que muitas vezes não agrega reflexão sobre o assunto em questão e apenas prende a atenção do leitor em um website. Outras 33 criações são híbridas e não podem ser enquadradas nos dois conjuntos iniciais.

Além disso, outra variável de análise observou se os jogos apresentavam uma mensagem ao final da sua narrativa ou proposta. Ao observar jogos que dialogam com notícias, presume-se que eles também apresentem uma mensagem no final, seja para indicar o final de uma jornada ou para revelar uma informação/reflexão importante. Infelizmente, apenas 78, pouco mais da metade, tem um propósito de fato, uma mensagem a ser transmitida. Ao passo que não ter uma mensagem permite novas sessões de jogos para buscar um placar maior, por exemplo, não relevar a mensagem pode comprometer o diálogo com o público e transformar um espaço rico para reflexão em uma simples animação interativa que será compartilhada nas redes.

#### 6 CONTRA A “NOVA” OBSOLESCÊNCIA

Diante dos fatos observados, um fator sobressai ao conjunto de dados levantados na pesquisa, o uso em demasia do Flash e sua possível execução no futuro. Se atualmente encontramos problemas para executar jogos criados anos atrás com ferramentas como o Macromedia Director por incompatibilidade de sistemas, mesmo que os arquivos ainda estejam online, não é possível que isso ocorra novamente no futuro? Além disso, dado o volume de criações em Flash, não iremos perder boa parte da história dos jogos?

Se muitas vezes o Jornalismo, a outra área relacionada com estes jogos, depende das noções de arquivo e de contexto para a sua compreensão correta pela sociedade, ter boa parte da produção dos jogos em Flash pode levar até a dificuldade de compreender algo do passado (função do Jornalismo) e também prejudicar a criação de novos jogos, pois os desenvolvedores não terão a possibilidade de testar e dialogar com o que foi feito no passado para pensar produtos futuros.

É possível utilizar eventuais emuladores, como feito para recuperar a trajetória dos jogos muitas vezes, porém isto não é possível em sistemas como o iOS da Apple que veda a emulação

de jogos nos seus aparelhos. Assim, a passagem para a era pós-PC ressaltava estas dificuldades.

Uma alternativa possível seria a criação de jogos em HTML5, que permite a inclusão de animações e recursos audiovisuais. Se criações em HTML tradicional ainda são visualizadas pelos navegadores de hoje, quase duas décadas depois da homologação dos padrões, logo imagina-se que futuras plataformas também possam carregar código neste padrão sem maiores problemas. Porém esta possibilidade ainda não é explorada por muitos softwares de autoria disponíveis, relegando o papel para ferramentas como o Tumul Hype.

Outra camada de preocupação com o futuro recai sobre as criações para contextos móveis. A troca de versões de sistemas muitas vezes limita a execução de *softwares* em novas máquinas. Um aplicativo desenvolvido para o iOS 4 não será lido pelo iOS 9.3 [versão atual], por exemplo. Ou seja, a preocupação do uso em demasia do Flash e a construção do seu legado também é observada neste contexto. Se atualmente estamos preocupados com a impossibilidade de leitura dos jogos criados com a plataforma da Adobe, fenômeno parecido pode ser visto no futuro, sobretudo para criações com o XCode.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este olhar sobre os newsgames permite refletir sobre o principal problema enfrentado na criação de mais jogos vinculados com notícias: a difusão do conhecimento necessário para desenvolver produtos.

No passado, o Flash foi muito utilizado pois permitia ao profissional do design criar para a Internet com a reunião de várias mídias e interatividade, componentes dos jogos eletrônicos. Porém com o passar do tempo e do desenvolvimento de novas plataformas, como engines de jogos adaptadas aos dispositivos móveis ou específicas para isso (Unity e XCode, respectivamente), surgiu uma nova demanda por conhecimentos específicos. Ao passo que os profissionais dos jogos proliferaram mais no país, consequência da ampliação de cursos acadêmicos e difusão de tutoriais e outros materiais de instrução, tal movimento não foi observado nas redações jornalísticas. Isto pode ser observado no fato da maioria dos jogos ser desenvolvido por produtoras externas às redações, não por equipes internas, como o britânico The Guardian.

Talvez este movimento não ocorreu por dificuldades enfrentadas por empresas jornalísticas, porém não é o foco desta pesquisa e também demandaria outro método de análise, porém é instigante observar que há uma difusão de conhecimento ampla hoje e a Comunicação, que necessita de novas estratégias para concentrar a atenção do público, parece não reconhecer que dialogar com os jogos eletrônicos permite outras abordagens para a reflexão a partir dos fatos, para atrair e reter a atenção da audiência e até mesmo testar novas formas de negócio, como a venda de *apps* nas lojas de aplicativos para dispositivos móveis.

Além disso, é necessário destacar que se os jogos demandam novos *gameplays* e provocações, os newsgames necessitam dialogar com o seu passado para não repetir o que já foi feito. Além disso, ao criar para o meio digital, a equipe também deve pensar em ir além do momento, mas também em como sua criação poderá ser utilizada no futuro. Apesar desta ser uma preocupação mais voltada para o Jornalismo, que é realizado com a formação de reflexão a partir do contexto, também deve estar presente entre as equipes de desenvolvimento de jogos, pois assim o seu esforço não será vinculado apenas ao momento do fato e do debate em torno de si, algo que limita muitos destes jogos atualmente.

## REFERÊNCIAS

- [1] I. Bogost. S. Ferrari. B. Schweizer. *Newsgames. Journalism at Play* Cambridge, Mass. MIT Press, 2010.
- [2] Disponível em <http://www.darfurisdying.com/> - Acesso em 10/6/2016.
- [3] Disponível em <http://www.newsgaming.com/games/madrid/> - Acesso em 10/6/2016.
- [4] Disponível em <http://tiltfactor.org/play-layoff/play.html> - Acesso em 10/6/2016.
- [5] Disponível em <http://www.playsweatshop.com/> - Acesso em 10/6/2016.
- [6] M. McAdams. *Flash Journalism. How to create Multimedia News*. Packages, Focal Press, 2005.
- [7] El Mundo.com – *Descifrar la vida* – 2003. Disponível em [http://www.elmundo.es/especiales/2003/02/salud/genetica/descifrar\\_la\\_vida.html](http://www.elmundo.es/especiales/2003/02/salud/genetica/descifrar_la_vida.html) - Acesso em 10/6/2016.
- [8] <http://www.tabloidgames.com/game.php?id=1> – Acesso em 10/6/2016.
- [9] Globo.com - *Jogo online faz paródia com bebedeira de Mel Gibson* – 09/09/2006 - Disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,AA1266269-7084,00.html> – Acesso em 10/6/2016.
- [10] L. Bardin. *Análise de Conteúdo*. Edições 70, 2011.