

Newsgames, por onde começar? Como planejar um GDD para os jogos jornalísticos

Carlos Marciano

Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Brasil

RESUMO

A disseminação da tecnologia e a era digital provocou transformações no modo de produção e consumo das notícias. Em meio a grande disponibilidade de conteúdo na internet, o veículo que apresentar os dados de forma diferenciada acaba por se destacar entre os demais. Não é tarefa fácil, mas disponibilizar as informações e transportar o leitor para a realidade do acontecimento de forma interativa é uma saída. Os newsgames ganham espaço nesse cenário com essa função, e este artigo visa propor sugestões de como pensar a criação dos jogos jornalísticos.

Palavras-chave: Newsgames, GDD, jornalismo.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa apresentar uma proposta de Game Design Document (GDD) para newsgames, um documento oficial de extrema importância no desenvolvimento de jogos, sendo requisito obrigatório em casos de captação de recursos para financiar o projeto.

Tanto na elaboração de jogos comerciais como de newsgames é de crucial importância se pensar o GDD antes de iniciar o desenvolvimento de um projeto, minimizando assim possíveis problemas como falta de recursos (financeiros e humanos), perda de tempo ou mesmo a execução de uma ideia que não é viável por demais problemas técnicos.

Antes do jornalista ir apurar a matéria é realizada uma reunião de pauta, ou seja, uma reunião entre editores e repórteres para definir os acontecimentos que deverão ser noticiados (factuais ou não), bem como as fontes e desdobramentos que o artigo deverá seguir.

A mesma lógica vale para o newsgame: antes de realizar o desenvolvimento do jogo é recomendável que a equipe se reúna, pense nos aspectos técnicos e conceituais do jogo, apresentando assim um GDD que sistematize os objetivos da ferramenta e deixe claro de que forma o conteúdo do jogo estará relacionado com a matéria jornalística.

É aconselhável que o newsgame seja um complemento jornalístico e não um substituto as formas tradicionais de apuração. Assim é importante que ele apresente em algum momento do jogo uma menção ou link para a matéria ou tema que inspirou sua criação.

Para criação do GDD de newsgames aqui proposto utiliza-se a base estrutural do GDD de um jogo comercial, porém é necessário priorizar o aspecto informativo ao caráter de entretenimento, ou seja, o newsgame deve apresentar características lúdicas de jogabilidade, porém esta não deve ser excessiva ao ponto de suprimir as informações jornalísticas.

Embora existam várias categorias¹ de newsgames (editoriais, documentários, infográficos, associação, etc), a fim de priorizar os aspectos informativos a estrutura do GDD para newsgames é baseada nas 6 perguntas do lide jornalístico (O quê?, Quem?, Quando?, Onde?, Como? e Por quê?), sendo que elas deverão ser pensadas no contexto do GDD comercial, conforme será demonstrado no decorrer deste trabalho.

É importante ressaltar também que, embora o GDD deva ser pensado antes de executar o projeto, ele é passível de mudanças na medida em que, no desenvolvimento, percebe-se que novas medidas possam dar resultados melhores, por exemplo, para resolver conflitos de programação.

A fim de ampliar o alcance deste trabalho e atingir também pessoas não diretamente ligadas a área da Comunicação, antes de apresentar a proposta do GDD é necessária uma breve contextualização do que vem a ser newsgames e aspectos relacionados a apuração do conteúdo jornalístico.

2 NEWSGAMES: UMA BREVE DESCRIÇÃO

De acordo com Santos e Seabra [1] a base narrativa dos jogos jornalísticos foi criada pelos infográficos hipertextuais², quando em meados de 2002 o jornal online El Mundo utilizava de mashups³ como uma forma alternativa de veiculação da informação noticiosa. Na ocasião, as informações sobre a corrida presidencial americana eram mescladas entre informação descritiva e imagens dinâmicas que, juntas, formavam um mapa para que o eleitor pudesse acompanhar o desempenho dos candidatos.

O termo newsgame é uma adaptação do termo original newsgaming, cunhado originalmente em 2001 pelo jornalista e designer Gonzalo Frasca [2], quando na época discutia sobre a simulação e narrativa em jogos políticos.

Enquanto os jogos políticos ainda não chamam a atenção maciça, jogos baseados em notícias e acontecimentos políticos também são um grande campo de experimentação de retórica do jogo. Pessoalmente, eu desfruto especialmente dos desafios criados por este novo gênero – que eu proponho chamar newsgaming que combinam as

¹ Mais informações sobre essas categorias podem ser encontradas no tópico “1.2 – O EXÉRCITO INIMIGO (conceitos e tipologias dos newsgames”, que integra a dissertação “Jogando Ética: newsgames de letramento no ensino de deontologia jornalística” disponível em <https://goo.gl/wDm82X>

² Para os autores, infográficos hipertextuais referem-se aos infográficos que mesclam textos, imagens e sons de forma dinâmica, além de que seu conteúdo pode alterar de acordo com o tempo.

³ Aplicativos que combinam conteúdo de outras ferramentas em um mesmo suporte midiático formando uma nova ferramenta.

* e-mail: carlosmarciano@gmail.com

características de charges políticas com videogames.

Para o autor newsgame se refere a jogos cujo enredo é embasado em notícias ou acontecimento em curso e, assim como as charges e cartuns políticos, tentam transmitir uma opinião. Através da mecânica e objetivos do newsgame o jogador pode analisar determinado fato, notícia ou acontecimento e propor novas reflexões, pois foi inserido naquele contexto.

Criado pelo próprio Frasca e lançado em 2003, September 12th⁴ é considerado um dos primeiros newsgames, dando visibilidade mundial ao conceito. Através do princípio da simulação, o jogo tem por objetivo propor uma reflexão sobre as consequências da guerra contra o terrorismo.



Figura 1: o destaque mostra a posição do alvo controlado pelo jogador.

O caráter informativo de September 12th originou-se das informações sobre a invasão do Iraque pelos Estados Unidos. O então presidente George W. Bush reforçava a ideia de que a intervenção militar seria uma espécie de “bombardeio cirúrgico”, ou seja, os civis não seriam atingidos. Embora as instruções do jogo deixem claro que não se pode ganhar ou perder, o newsgame transcende a informação na medida em que tenta mostrar ao jogador as consequências do bombardeio, dando a ele o poder de controlar o disparador de mísseis.

Através da simulação o newsgame permite que o jogador capte a informação por um viés lúdico, criando cenários, interagindo com os elementos noticiosos e propondo reflexões sobre o que é noticiado. Bogost, Ferrari e Schwaizer [3] chamam de “retórica processual” essa capacidade intrínseca aos jogos de simular interativamente o funcionamento das coisas, de modo que eles se tornam ferramentas importantes para apresentar aos leitores/jogadores conteúdos complicados.

De acordo com Pierre Lévy [4], essa retórica aplicada ao conteúdo jornalístico na forma de newsgames amplifica a comunicação na medida que “quanto mais estivermos pessoalmente envolvidos com uma informação, mais fácil será lembrá-la”.

No caso específico de September 12th, apresenta-se uma espécie de retórica da falha, ou seja, um newsgame que nega a condição de vitória ao jogador, mas mesmo assim estimula o propósito de reflexão.

No intuito de organizar e expandir a definição de Frasca, Bogost, Ferrari e Schwaizer estabelecem seis gêneros de newsgames de acordo com o conteúdo que abordam: current event newsgames (games de evento recente, que por sua vez subdividem-se em editorial games, tabloid games e reportage

games); infographic newsgames (newsgames infográficos); documentary newsgames (newsgames documentários); puzzle newsgames (newsgames de raciocínio); community newsgames (newsgames de comunidade) e literacy newsgames (newsgames para letramento).

Apesar das especificidades de cada gênero, os autores ressaltam que um mesmo jogo jornalístico pode se enquadrar em mais de uma dessas categorias se suas características atenderem às diferentes modalidades.

As categorias estabelecidas por Bogost, Ferrari e Schweizer levam em consideração o conteúdo do jogo e em sua maioria priorizam os jogos produzidos por profissionais da área jornalística. Essa conceituação, embora pertinente, acaba por não incluir os jogos cujo enredo aborda conteúdos retratados na mídia, porém os idealizadores não tiveram a intenção de produzir um newsgame.

Para suprir essa lacuna, Marciano [5] propõe duas novas modalidades:

- a) Newsgames por ação: jogos cuja pretensão inicial dos produtores era enquadrar o produto como newsgames. Situam-se aqui os jogos produzidos para veículos jornalísticos e divulgados em seus portais.
- b) Newsgames por associação: jogos que, em sua concepção, não partem da hipótese de serem considerados newsgames, porém, devido sua mecânica, gráficos ou enredo referenciam algum conteúdo jornalístico, geram esse reconhecimento associativo no jogador. Este grupo abrangeria, em grande parte, os jogos que têm apenas o propósito inicial de entretenimento, como os divulgados em plataformas autônomas, redes sociais, mobile ou portais sem vínculo jornalístico.

Conforme apresentado na breve descrição, os jogos jornalísticos podem ser representados em diferentes formatos, sendo seu conteúdo o que dará o tom do posicionamento e objetivo a que o jogo se destina.

A relação da jogabilidade com o tema noticioso é o que diferencia os newsgames dos demais jogos e essa ligação deve ser pensada em cada um dos aspectos de desenvolvimento do GDD.

Assim, faz-se necessário apresentar aqui também conceitos gerais do que é notícia, bem como os pontos bases de uma apuração.

3 NOTÍCIA E A LINGUAGEM JORNALÍSTICA

Nilson Lage [6] explica que, no sentido mais amplo, notícia é o modo corrente de transmissão da experiência. Essa transmissão se dá por várias mídias (rádio, televisão, internet, impresso), porém a base da notícia permanece a mesma independente do veículo em que é divulgada.

Já Mauro Wolf [7] define notícia como o produto de um processo organizado com o objetivo de reunir os acontecimentos e submetê-los a avaliações simples e diretas de maneira que consigam entreter seus espectadores.

A notícia trata de relações que atualizam os fatos, instaurando informações que agregam conhecimento de mundo. É a matéria-prima do jornalismo, desde que reporte a algum dado ou evento socialmente relevante que mereça publicação numa mídia, dentre eles fatos políticos, sociais, econômicos, culturais ou naturais.

É importante ressaltar a diferença entre notícia e reportagem, como ilustra Nilson Lage.

⁴Disponível

em:

<http://www.newsgaming.com/games/index12.htm>

A notícia distingue-se com certo grau de sutileza da reportagem, que trata de assuntos, não necessariamente de fatos novos; nesta, importam mais as relações que reatualizam os fatos, instaurando dado conhecimento de mundo. A reportagem é planejada e obedece a uma linha editorial, um enfoque; a notícia, não.

Ou seja, nem todo texto jornalístico é noticioso (reportagem), mas toda notícia é potencialmente objeto de apuração jornalística ainda que nem sempre ela, mesmo apurada, seja difundida.

Para cada mídia existe uma linguagem diferente a qual a notícia deverá ser submetida a fim de permitir um bom entendimento. No rádio, por exemplo, a mensagem é transmitida exclusivamente através da voz, portanto, entre vários fatores, deve-se atentar a entonação, pausas e normalmente criação de textos mais concisos devido ao tempo cronometrado. Já no impresso a divulgação é feita mediante escrita, com uso de elementos visuais como fotografias e infográficos, destacando-se os cuidados com a ortografia e expressões ambíguas.

Por sua vez, notícias para TV devem ser pensadas de forma que os vídeos agreguem sentido a fala dos jornalistas e entrevistados, enquanto notícias para web podem incluir um pouco de cada ferramenta das outras mídias, tornando ainda maior o cuidado com a coerência entre o fato noticiado e os recursos utilizados (texto, imagem, vídeo, etc)

Apesar das peculiaridades, todas essas linguagens são regidas por características inerentes ao jornalismo, as quais Nilson Lage [8] chama de linguagem jornalística.

A conciliação entre esses dois interesses – de uma comunicação eficiente e de aceitação social – resulta na restrição fundamental a que está sujeita a linguagem jornalística: ela é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal.

Isto é, independente do veículo, o texto jornalístico deve ser gramaticalmente correto, atendendo a linguagem formal, mas devem-se evitar palavras difíceis a fim de permitir maior expressividade e fruição para as pessoas com baixa escolaridade.

3.1 Critérios de noticiabilidade e lide

A linguagem trata da forma “como” a notícia será divulgada, porém um ponto de extrema importância é saber “o quê” deve ser divulgado. Os fatores que influenciam nessa escolha são os chamados “critérios de noticiabilidade”. Mauro Wolf considera que os fatores determinantes da noticiabilidade permitem a cobertura informativa dos acontecimentos, porém ao mesmo tempo, dificulta o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos significativos nos fatos apresentados.

Vários são os autores que vêm trabalhando com os critérios de noticiabilidade, em especial na segunda metade do século XX. Nilson Lage, define seis critérios:

Proximidade: o raciocínio corrente é de que o homem se interessa pelo que lhe está próximo; Atualidade: o raciocínio corrente é de que o homem se interessa principalmente pelos fatos mais próximos no tempo; Identificação Social: admite-se que a identificação social processa-se de baixo para cima da pirâmide que costuma representar sociedades divididas em classes; Intensidade: considera-se que, admitindo dois eventos equivalentes, é mais notável o que tem

maior intensidade aferida em números; Ineditismo: a raridade de um acontecimento é fator essencial para o interesse que desperta; Identificação Humana: o universo dos ídolos vivos (...) Tal especificidade é atingida quando um grande atleta, uma cantora notável, um cirurgião habilíssimo passam a despertar interesse mesmo entre os que não apreciam (ou entendem de) esporte, canto, competência médica.

Nelson traquina [9] chama os critérios de noticiabilidade de valores notícia. Segundo o autor a primeira tentativa de identificá-los foi em 1965 com Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge, que enumeraram doze valores-notícia:

1) a frequência, ou seja, a duração do acontecimento; 2) amplitude do evento; 3) a clareza ou falta de ambiguidade; 4) a significância; 5) a consonância, isto é, a facilidade de inserir o ‘novo’ numa ‘velha’ ideia correspondente ao que se espera que aconteça; 6) o inesperado; 7) a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade; 8) a composição, isto é, a necessidade de manter equilíbrio nas notícias pela diversidade de assuntos elaborados; 9) a referência a nações de elite; 10) a referência a pessoas de elite, isto é, o valor-notícia da proeminência do agente do acontecimento; 11) a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; 12) a negatividade, ou seja, o valor que se rege segundo a máxima bad news is good news (más notícias são boas notícias)

Após selecionada pelos critérios de noticiabilidade, a notícia deve ser apurada para então ganhar forma de reportagem e ser divulgada. Independente do tamanho da matéria ou o veículo em que ela será divulgada, o início do texto, neste caso denominado lide (ou lead), também deve seguir um padrão jornalístico:

O lead é o primeiro parágrafo da notícia em jornalismo impresso; por extensão, a abertura do texto nos noticiários radiofônicos. Trata-se do relato sumário e particularmente ordenado do fato mais interessante de uma série e não o resumo da notícia toda, como aparece em algumas descrições

Como o autor menciona, o lide não deve ser o resumo da reportagem, mas sim ter a função de dizer os pontos mais relevantes da notícia logo no início do texto. Tal técnica é conhecida como “pirâmide invertida”, onde as informações são dispostas em ordem decrescente de importância.

Dessa forma os fatos mais interessantes abrem o texto jornalístico, enquanto os menos relevantes seguem na sequência. Isso contribui também para que os pontos-chaves da notícia sejam transmitidos mesmo em espaços restritos de tempo ou caracteres.

Assim, para surtir o efeito esperado, o lide deve responder diretamente (ou seja, sem rodeios) a seis perguntas básicas:

- * "O quê?" - O fato ocorrido.
- * "Quem?" - O personagem envolvido.
- * "Quando?" - O momento do fato.
- * "Onde?" - O local do fato.
- * "Como?" - O modo como o fato ocorreu.
- * "Por quê?" - A causa, o motivo do fato ocorrer.

A ausência de uma dessas respostas, muito comum em dados mal apurados, pode deixar lacunas no entendimento da reportagem, além de causar interpretações errôneas ou ambíguas. Os parágrafos após o lide compõem o chamado “corpo da notícia”, onde a informação é desenvolvida gradualmente de forma cada vez mais elaborada e, quando possível, detalhada.

Dentre muitas outras, essas definições de notícia são básicas a todas as mídias, portanto também devem ser consideradas também na análise crítica e desenvolvimento dos newsgames.

Assim, a proposta que será aqui apresentada busca associar o lide jornalístico dentro dos itens descritivos do Game Design Document

4 PROPOSTA DE GDD PARA NEWSGAMES

Quanto maior a complexidade do jogo, mais extenso deverá ser o GDD que fará seu planejamento, em jogos comerciais eles podem ultrapassar as 300 páginas. É importante tentar detalhar o máximo possível das etapas e elementos, bem como inserir imagens, ainda que de rascunho, sempre que possível.

Newsgames tendem a ser curtos, com mecânicas simples e gráficos leves por dois fatores: o foco principal do newsgame é transmitir o conteúdo noticioso de forma lúdica e sucinta; o tempo é um crucial na rotina jornalística, pois em um dia de trabalho o repórter precisa cobrir várias pautas, voltar para a redação para redigi-las, e, em alguns casos, aparecer ao vivo ou fazer a edição do material.

Levando isso em conta, a ideia que apresentamos a seguir tem como base o GDD de dez páginas proposto por Scott Rogers [10] e os conceitos de lide jornalístico, cuja mescla resulta no Game Design Document para newsgames.

Um newsgame não precisa obrigatoriamente abranger todos os tópicos do GDD aqui apresentado, mas é necessário que sua estrutura informativa e de gameplay estejam bem definidas.

Para melhor assimilação da proposta, ilustraremos os itens do GDD para newsgames com os aspectos pensados para a criação dos jogos jornalísticos Di Soli a Soli (<https://marciano.itch.io/ng-disoliasoli-pc> e <https://marciano.itch.io/ng-disoliasoli-mobile>), Teste seu Voto (<https://marciano.itch.io/ng-teste-seu-voto>) e Primeiramente FT (<https://marciano.itch.io/ng-primeiramenteft>).

4.1 Tópico 1: História (O quê?)

Esse item aborda a descrição detalhada da história, contendo começo, meio e fim. Apresenta uma breve descrição do ambiente onde o jogo acontece e também dos principais personagens envolvidos na história.

Aqui deve-se incluir a resposta para a primeira pergunta do lide jornalístico (O quê?) ou seja, apresentar o fato ocorrido.

A história deve sinalizar a matéria (no caso de um newsgame que complementa um assunto abordado em outras mídias) ou tema jornalístico (no caso de um newsgame que não complementa outra mídia e é divulgado como forma independente de debater o assunto, por exemplo, em newsgames editoriais) que deu origem a ideia do newsgame.

É interessante que exista alguma menção no newsgame sobre a temática trabalhada, seja na forma textual (na tela de menu, por exemplo) ou inserindo links dentro do jogo para redirecionar o jogador ao conteúdo que deu origem ao newsgame.

Exemplos:

Primeiramente FT: a história remete as manifestações contrárias ao governo de Michel Temer, sendo este um newsgame que reforça o pensamento contrário ao governo, deixando tal posição clara no menu do jogo.

Este newsgame simples apresenta apenas um cenário, onde o único personagem jogável, um manifestante, deve tentar levantar as bandeiras de protesto evitando ser atropelado pelas viaturas e policiais que tentarão impedir sua manifestação. Tal ponto foi embasado nas notícias sobre as manifestações onde os manifestantes foram agredidos pelas tropas policiais.

Teste seu voto: a história remete ao segundo turno da eleição para prefeito da cidade de Joinville, em Santa Catarina, Brasil. Na ocasião concorriam ao pleito os candidatos Udo Döhler (PMDB) e Darci de Matos (PSD) e a história do jogo abrange as notícias sobre as propostas governamentais dos dois candidatos.

O newsgame é no estilo quiz, não tendo avatares ou cenários específicos. Também não manifesta nenhum posicionamento político, mas apenas servir como instrumento para o eleitor decidir sobre o voto.

Di Soli a Soli: a história do newsgame remete a reportagem que recebe o mesmo título (<https://readymag.com/u66693861/disoliasoli/>) e remete ao passeio turístico pela ilha de Florianópolis. Nele o turista irá acompanhar o nascer e pôr do sol na cidade, fazendo paradas para apreciar a vista e visitar pontos turísticos da cidade.

Este newsgame atua como complementar a reportagem e o jogador controla o personagem “Touriston”. Ele será guiado pelo cenário que remete as praias, devendo buscar no mesmo elementos citados na reportagem a fim de liberar ao final fotografias sobre a cidade de Florianópolis

4.2 Tópico 2: Objetivos (Por Quê?)

Esse item apresenta uma descrição genérica do objetivo(s) do jogo, o detalhamento irá acontecer na gameplay. Inclui-se aqui o que deve ser alcançado pelo personagem principal, qual a finalidade do game (comercial, educativo, etc) e a que público o jogo se destina.

Em uma notícia, a resposta para a pergunta seis do lide (Por quê?) apresenta a causa, os motivos que ocasionaram determinado fato. Aqui ela pode ser incluída de duas formas:

1) Resposta ligada a gameplay do jogo, ou seja, o objetivo do newsgame irá representar, direta ou indiretamente, a causa da notícia. Por exemplo, em uma notícia sobre a destruição de uma cidade por um furacão, a causa para o fato destruição é o surgimento do furacão. Assim o newsgame pode ter como objetivo fazer os moradores escaparem do furacão (nesse caso o objetivo representa indiretamente a causa, pois o furacão simboliza o motivo pelo qual as pessoas estão fugindo, mas as pessoas é que são controladas pelo jogador). Outro objetivo pode ser obter informações sobre os pontos afetados pelos ventos, para isso o jogador irá controlar o furacão e fazê-lo passar pelos locais afetados (nesse caso o objetivo representa diretamente a causa, pois o furacão é controlado pelo jogador).

2) Resposta ligada ao objetivo do newsgame. Nesse caso não se explica o motivo do jogo, mas sim o motivo principal para a criação do newsgame e sua relação com o conteúdo noticioso (é um newsgame para complementar uma matéria de um site ou algum outro veículo? Ironizar algum tema? Simplificar conteúdos complexos como matérias de economia?).

É recomendável que um newsgame não seja restrito a um tipo específico de público, mas sim seja pensado para que a maioria das pessoas possam jogá-lo, disseminando assim o conteúdo informativo de forma mais eficaz.

Exemplos:

Primeiramente FT: este newsgame foi desenvolvido com o objetivo de satirizar e manifestar oposição ao governo de Michel Temer. Nesse sentido o personagem principal deverá erguer bandeiras de protesto em frente ao Palácio do Planalto, que juntas forma a frase “Fora Temer”.

Teste seu voto: este newsgame foi desenvolvido com o objetivo de apresentar aos eleitores, de forma simples e objetiva, as propostas dos candidatos para assim auxiliá-los na decisão sobre em quem votar

Di Soli a Soli: este newsgame foi desenvolvido com o objetivo de complementar a Grande Reportagem Multimídia Di Soli a Soli, assim ele apresenta elementos que remetem ao conteúdo abordado na matéria e apresenta novas informações por meio das fotografias que são desbloqueadas a cada avanço do jogador. Vale ressaltar que, embora atue como complemento, o newsgame pode ser compreendido mesmo que o jogador não tenha lido a reportagem e vice-versa.

4.3 Tópico 3: Equipe e Deadline

Basicamente este item sinaliza qual o tempo disponível, quantas pessoas e quais especialidades são necessárias para desenvolver o projeto. Em se tratando de newsgames o tempo de desenvolvimento age diretamente sobre o tipo de projeto e a equipe necessária para desenvolvê-lo.

Uma equipe mínima ideal é composta pelo jornalista (responsável pela apuração do conteúdo e acompanhamento se o mesmo está sendo desenvolvido de acordo com o objetivo do newsgame), um artista (responsável pela criação dos elementos gráficos – tais como cenários, personagens, fotografia – podendo ser encontrados dentro da própria redação como os ilustradores de infográficos, fotógrafos ou web designers) e um programador (responsável por codificar o jogo no software e linguagem de sua preferência, podendo também ser encontrado dentro da própria redação como os profissionais de Tecnologia da Informação) Um newsgame simples pode ser feito rapidamente por profissionais que dominam várias habilidades, mas ter profissionais com habilidades distintas trabalhando em conjunto é fundamental para trabalhos com maior qualidade e tempo de desenvolvimento reduzido.

Embora aconteça, não é recomendável que seja lançado um newsgame semanal ou diário. Para atingir efetivamente o potencial comunicativo dos newsgames é recomendável que ele seja planejado e discutido na reunião de pauta, estabelecendo assim um tempo maior para seu desenvolvimento juntamente com a evolução na apuração da reportagem. É importante também que todos os envolvidos na produção conversem sempre entre eles, a fim de resolver rapidamente qualquer dificuldade que possa aparecer.

Obviamente o fator financeiro também é relevante, visto que no caso de contratação de pessoal externo ele deverá ser levado em consideração, assim é preciso pensar também não só a questão do tempo, mas se existe verba disponível para o desenvolvimento de tal trabalho e de quanto é este valor.

Sendo assim, antes de iniciar o desenvolvimento é importante pensar em questões como: quando o newsgame será lançado? Irá ser divulgado junto com a matéria ou de forma independente? É um newsgame simples que pode ser desenvolvido por poucas pessoas? Será necessário investir em pessoal de fora para desenvolver o projeto? Qual a verba destinada para esse newsgame? Qual o valor de mercado cobrado para cada um dos profissionais necessários? Quanto cada profissional selecionado irá cobrar pelo serviço?

Exemplos

Primeiramente FT: grande parte da arte e toda a programação foi desenvolvida pelo jornalista Carlos Marciano, que também teve a ajuda do programador Adonay Puszczynski na questão artística. A ideia do jogo surgiu durante o processo de impeachment de Dilma Rousseff e, devido a limitação de tempo, foi desenvolvido em 4 meses durante o tempo de folga da equipe.

Teste seu voto: o jogo foi desenvolvido como uma proposta de atividade no curso de jornalismo da Associação Educacional Luterana Bom Jesus/Ielusc, localizado em Joinville, Santa Catarina, Brasil. Na ocasião o jornalista Carlos Marciano entrou em contato com a também jornalista Amanda Miranda, coordenadora da REVI (revista eletrônica da Instituição), para saber se havia o interesse em realizar essa experiência acadêmica com a equipe da revista.

O desenvolvimento do jogo iniciou no dia 26 de outubro de 2016, sendo lançado três dias depois, na sexta-feira que antecedia o segundo turno das eleições presidenciais, a fim de manter o foco temporal.

Para o desenvolvimento, as alunas de jornalismo Helena Bosse e Maria L Parisotto trabalharam da parte gráfica e na apuração das propostas, já a estudante Marília Comelli ficou responsável pela programação, sendo todas orientadas pelo jornalista Carlos Marciano.

Di Soli a Soli: o newsgame foi desenvolvido por três jornalistas, Carlos Marciano, Kérley Winkes e Mauren Rigo, sendo o primeiro responsável pela programação e parte artística e as outras duas pela apuração das informações e coleta das fotografias. Durante o mestrado dos três jornalistas, surgiu a ideia de fazerem uma grande reportagem jornalística sobre o nascer e pôr-do-sol em Florianópolis, incluindo na narrativa o newsgame como conteúdo complementar.

Os três decidiram a dinâmica do jogo e dividiram as funções sendo que tanto a reportagem quanto o newsgame ficaram prontos em um mês.

4.4 Tópico 4: Gameplay e plataforma (Como?)

Este item é um dos mais importantes e completos, pois irá descrever a mecânica do jogo. Para isso é relevante que as descrições respondam as seguintes perguntas: quais são os desafios encontrados pelo jogador e quais os métodos usados para superá-los? Como o jogador avança no jogo e como os desafios ficam mais difíceis? Como o gameplay está relacionado com a história? O jogador deve resolver quebra-cabeças para avançar na história ou deve vencer chefões para progredir? Como funciona o sistema de recompensas (pontos, dinheiro, experiência, itens colecionáveis, armas, poderes)? Quais os benefícios que o jogador tem com cada um desses itens? Qual é a condição de vitória (salvar o universo, matar todos os inimigos, coletar 100 estrelas)? Qual é a condição de derrota (perder 3 vidas, ficar sem energia)?

Em que plataforma o jogo será disponibilizado (web, mobile, Android, IOS, tabuleiro, cartas)?

Em uma notícia, a resposta para a pergunta cinco do lide (Como?) apresenta o modo, a maneira como o fato ocorreu. Neste item ela pode ser incluída de duas formas:

1) Diretamente à gameplay: o modo como o fato ocorreu é representado na gameplay do game. Por exemplo, em uma notícia cujo fato são manifestações contrárias ao governo, o “como?” é indicado no lide com a menção de que os manifestantes entraram em conflito com a polícia. Um newsgame sobre esse fato pode justamente colocar o jogador no papel dos manifestantes ou policiais, fazendo-o assim participar do conflito e conhecer as consequências para os dois lados combatentes. Ou seja, o newsgame simula e ilustra o modo como o fato ocorreu na realidade.

2) Diretamente ao newsgame: neste caso a gameplay não necessariamente faz uma simulação da maneira como o fato ocorreu na realidade. Assim este tópico irá explicar como o jogo será desenvolvido, quais suas características de entretenimento e informação, tendo em mente as definições anteriores de objetivo, tempo e financiamento.

Em síntese, coloca-se aqui as ideias iniciais das fases, como o jogador irá alcançar os objetivos propostos, quais as recompensas e desafios que ele irá encontrar para atingir esse objetivo, como a informação será apresentada ao jogador.

Também é detalhado aqui em que plataforma o jogo será disponibilizado, de modo que artistas e programadores saibam antes de iniciar o projeto em quais linguagem e resoluções devem trabalhar.

Exemplos (todos disponibilizados na versão web e mobile):

Primeiramente FT: foi pensada uma mecânica simples, onde o jogador controla um avatar simbolizando um manifestante e deve atravessar a rua para formar nas bandeiras do outro lado a frase “Fora Temer” em frente ao Palácio do Planalto. Inicialmente as bandeiras formam o texto “Viva Golpe” e, quando o jogador encosta em cada uma das nove bandeiras, as letras são alteradas.

O jogador inicia com sete vidas, perdendo uma toda vez que encosta em um carro ou policial. Cada passo para frente soma 10 pontos, cada bandeira levantada 100 pontos e cada frase completa 500 pontos. Ao encostar em todas as bandeiras a frase retorna para “Viva Golpe”, o jogador retorna para sua posição inicial e pode continuar tentando mudar o texto, acrescentando mais pontos.

Quanto mais pontos o jogador fizer, mais rápido os carros e policiais aparecerão na tela para dificultar o avanço no jogo. O jogo termina se acabar as sete vidas ou o tempo de dois minutos, simbolizado pela palavra “Democracia” que vai sumindo embaixo da tela.

Ao final, o jogador tem conhecimento de quantos pontos ele fez e pode tentar novamente para melhorar e ver se consegue deixar suas iniciais no ranking dos 5 melhores pontuadores.

Teste seu voto: para tentar auxiliar a decisão do eleitor e fazê-lo pensar sobre as propostas apresentadas pelos governantes, neste newsgame foi utilizada a mecânica do quiz. Cada uma das 10 telas representa uma área de governo (educação, saúde, saneamento, mobilidade urbana, segurança, habitação, cultura, turismo,

economia, meio ambiente) e nelas são apresentadas 4 propostas, sendo duas de cada candidato.

Depois de ler (pode-se dar zoom na proposta clicando sobre ela), o jogador poderá escolher uma ou duas clicando na caixa ao lado delas. Só então o jogador saberá qual candidato colocou a proposta escolhida no plano de governo.

Ao fim das questões o jogador saberá quantas propostas ele selecionou e qual a porcentagem que esta seleção representa para cada candidato (por exemplo, se ele escolher 20 propostas, sendo 10 de cada candidato, a porcentagem final irá mostrar 50% para ambos).

Di Soli a Soli: no intuito de apresentar novas fotografias para ilustrar a grande reportagem multimídia, o jogador irá controlar o personagem “Touriston”, que caminha por cenários remetendo a 3 das 10 paradas mencionadas no texto. A mecânica utilizada aqui foi a “side scrolling”, ou seja, o personagem fica parado ou em espaço limitado de movimentação enquanto os elementos (cenários, inimigos) movimentam-se automaticamente dando a sensação de que quem se movimenta é o personagem.

Durante o percurso o jogador precisará observar no ambiente elementos clicáveis que possam representar alguma característica particular de cada parada e, cada acerto, irá liberar ao final uma das 12 fotografias.

No entanto, o jogador precisa ficar atento não só ao clique, mas também deve controlar o personagem de modo que ele desvie dos siris, pedestres e gaiotas que, se tocados, diminuem a barra de vida. Em contrapartida, sua saúde é aumentada caso ele pegue os pratos de camarão ou hidrate-se com a água de coco que aparece no cenário.

O jogo acaba caso a barra de vida do personagem chegue a zero ou seja atingido o tempo máximo de dois minutos. Na sequência o jogador é redirecionado para o quadro de recordações, onde poderá ver quais e quantas fotos ele coletou.

As fotografias encontradas não ficam salvas, porém os elementos aparecem sempre no mesmo lugar, o que facilita caso o jogador queira reiniciar o jogo para completar todo o quadro de recordações.

4.5 Tópico 5: Personagens (Quem?)

Neste item se deve pensar as características físicas e de personalidade dos personagens principais (nome, idade, raça, temperamento) sua história no jogo (pensar no passado do personagem pode ajudar a pensar em como ele irá se desenvolver no universo “presente” do jogo), bem como suas habilidades (poderes especiais, golpes especiais, armas), que alterações ele pode sofrer durante o jogo (ficar mais forte, trocar de roupa) e as ações que eles podem executar (andar, correr, pular, pulo duplo, escalar). Se possível, é aconselhável também apresentar aqui um esboço gráfico dos personagens.

Personagem não é um requisito para os newsgames, pois depende da mecânica escolhida pelos desenvolvedores. No entanto, caso os desenvolvedores optem por acrescentar algum, é recomendável que ele represente virtualmente a resposta para a segunda pergunta do lide (Quem?).

Isto é, aconselha-se que o avatar controlado pelo jogador seja a representação do personagem envolvido no fato noticiado ou, ao menos, tenha alguma ligação com o conteúdo retratado.

Exemplos:

Primeiramente FT: o personagem principal não tem nome, mas trata-se de um avatar segurando uma bandeira, simbolizando os manifestantes contrários ao governo de Michel Temer.

No intuito de mudar a letra das bandeiras, ele pode executar as ações de andar para frente, para os lados e para trás.



Figura 2: manifestante

Teste seu voto: devido ao objetivo de auxiliar a decisão dos votos, optou-se por não utilizar personagens neste newsgame, mas sim a mecânica do quis.

Di Soli a Soli: Touriston, é o personagem principal deste newsgame e representa um turista caminhando pela ilha. Suas ações também são bem simples, sendo que ele pode caminhar para frente, para trás, cima e baixo.



Figura 3: Touriston

4.6 Tópico 6: Inimigos

Assim como nos personagens, é necessário também pensar as características físicas, de personalidade e habilidades dos inimigos. Um newsgame não precisa necessariamente apresentar inimigos, mas se assim for planejado pelos desenvolvedores é aqui que se deve apresentar as características. Se possível, é aconselhável também apresentar aqui um esboço gráfico dos inimigos.

Inimigo é tudo aquilo que coloca uma dificuldade no jogo, sendo assim, um jogo cronometrado, por exemplo, pode ter o tempo como próprio inimigo. Também é preciso pensar no grau de dificuldade, por exemplo, se o jogo fica mais rápido com o passar do tempo ou os inimigos mais fortes.

Assim é necessário pensar: quantos serão? Em que momento do jogo irão aparecer? Qual o nível de dificuldade que cada um apresenta ao jogador para ser derrotado (10 vidas, 3 rounds, é um inimigo que não precisa ser derrotado e pode ser desviado apenas)? Como eles se comportam, interação e quais suas habilidades (andam para frente, surgem aleatoriamente, disparam tiros)? Como eles serão derrotados (clitando em cima, sendo atingidos por um tiro)? O que o jogador ganha ao derrotá-lo (pontos, acesso a novas áreas, vencem o jogo)?

Exemplos:

Primeiramente FT: nesse newsgames estão presentes três inimigos: o tempo (o jogo finaliza após 2 minutos), os carros de polícia (apresentados desde o início do jogo, movimentando-se da esquerda para direita na parte de baixo da tela e da direita para

esquerda em cima da tela) e os policiais (que se movimentam também da direita para a esquerda no meio da tela, mas aparecem pela primeira vez quando o jogador atinge uma certa pontuação. Tanto os policiais como viaturas não podem ser destruídos, precisam ser desviados e ao atingirem o jogador retiram uma de suas vidas. Eles também aparecem mais rápidos na medida em que o jogador consegue maiores pontuações, dificultando assim o jogo.



Figura 4: Carro de polícia e policial

Teste seu voto: por se tratar de quiz, este newsgame não apresenta nenhum inimigo e também não é cronometrado.

Di Soli a Soli: assim como o Primeiramente FT, neste newsgame o tempo também é determinante, sendo que o jogo acaba após dois minutos.

Na versão para PC, todos os inimigos aparecem em posições aleatórias e devem ser desviados, pois, se tocarem o personagem “Touriston”, retiram parte de sua vida.

Os siris surgem da direita para a esquerda em intervalos de 3 segundos (se tocados retiram de 20 a 25 pontos de vida), os turistas da esquerda para direita ou vice-versa em intervalos de 20 segundos (se tocados podem retirar de 5 a 10 pontos de vida) e as gaiotas surgem a cada 15 segundos (se tocados retiram 10 pontos de vida).



Figura 5: Respectivamente, siri (1e2), turistas (1,2 e 3) e gaiota

Já a versão mobile apresenta apenas os siris como inimigos, que surgem sempre da direita para esquerda, em posições aleatórias, em intervalos de 1 a 3 segundos. Caso encostem em “Touriston”, retiram do personagem de 15 pontos de vida. Eles não podem ser desviados, porém são destruídos se forem tocados pelo jogador, evitando assim que possam atingir o personagem principal.

4.7 Tópico 7: Universo do jogo (Onde? – Quando?)

Neste item apresenta-se a descrição e ilustração prévia dos cenários e mapas do jogo, bem como as respostas para as perguntas 3 e 4 do lide. É importante destacar aqui também onde o jogador irá encontrar as informações noticiosas, de que modo elas serão apresentadas, ou seja, onde está a apuração jornalística dentro do jogo.

Em uma notícia, a resposta para a pergunta 3 do lide (Quando?) informa a data ou momento em que o fato ocorreu, já a resposta para a pergunta 4 do lide (Onde?) apresenta o local do acontecimento (estrada, casa, quarto, cidade).

Ambas podem ser apresentadas no newsgame em telas de informações nos menus do jogo, ou através de indicações gráficas durante a gameplay (por exemplo, desenhos que simbolizam a época e local do fato, como cenários com suásticas ao fundo e representação de Auschwitz em um newsgame que retrata uma notícia sobre a vida de Hitler).

A música e efeitos sonoros também são de extrema importância, pois dão mais dinamismo a jogabilidade e servem como feedback de determinadas ações para o jogador.

Algumas questões também podem auxiliar no planejamento desse tópico: como as fases do jogo estão conectadas? Qual a estrutura do mundo? Qual a emoção presente em cada ambiente? Que tipo de música deve ser usada em cada fase? Qual a necessidade de cada cenário?

Exemplos:

Primeiramente FT: as informações e textos que remetem às manifestações e protestos contrários a Michel Temer se encontram já na tela de abertura e no menu do jogo.



Figura 6: Respectivamente, tela de abertura e menu do jogo

O jogo se passa em um único cenário, com desenhos que representam ruas e calçadas e uma ilustração remetendo ao Palácio do Planalto.

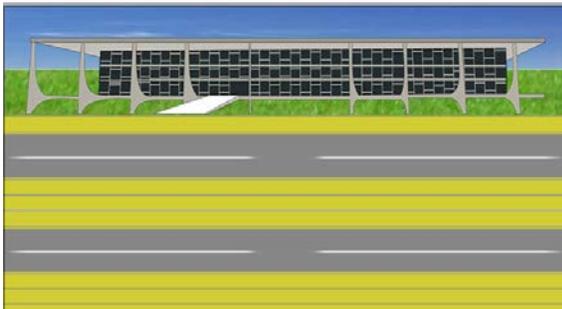


Figura 7: cenário do jogo

Todo o jogo, desde as telas de menu, conta com a trilha sonora “Bit Quest”, autoria de Kevin MacLeod.

Teste seu voto: as propostas apresentadas ao jogador são resultado da apuração jornalística sobre os planos de governo de cada candidato. Como trata-se de um quiz, não há especificamente um cenário, sendo utilizado o mesmo layout com cores estáticas de fundo durante todo o jogo.

Todo o jogo, desde as telas de menu, conta com a trilha sonora “On My Way”, autoria de Kevin MacLeod.

Di Soli a Soli: as informações jornalísticas são apresentadas ao final do jogo, quando o jogador clica sobre cada uma das

fotografias encontradas. Ao abri-las o jogador pode ler o texto explicativo sobre aquela imagem e sua relação com a ilha.



Figura 8: Abaixo de cada foto é apresentada uma explicação sobre a imagem

O jogo se passa em um cenário que representa a orla das praias, com o mar de fundo e a areia por onde o personagem caminha. Através das diferentes colorações do céu é possível perceber se é dia ou noite, situando o jogador no ambiente da narrativa que remete ao nascer e pôr-do-sol em Florianópolis, conforme ressaltado na grande reportagem multimídia.



Figura 9: Na versão para PC o mar apresenta uma animação como se as ondas batessem nas pedras

Optou-se aqui por inserir no jogo canções interpretadas por artistas de Florianópolis, dando assim maior visibilidade local para o jogo. A trilha sonora das telas que antecedem a fase é composta pela música “Ô Mané”, na fase toca-se a música “Salão de Festa a Vapor” (ambas do grupo Dazaranha) e na tela final e das fotografias a música “Barra da Lagoa”, do Grupo Engenho.

Existem também elementos sonoros quanto o jogador toca em algum objeto, recolhe alguma fotografia ou determinados itens aparecem na tela, além do barulho do mar.

4.8 Tópico 8: Controles

Seja nos jogos tradicionais ou nos newsgames, ter em mente como são acessados os botões do jogo e como os personagens serão controlados é fundamental para se pensar a programação. É importante ressaltar também que cada plataforma apresenta característica diferentes, ou seja, no caso de mobile deve-se pensar em controles touch screen, já no caso de jogos pelo PC pode-se optar por teclado e mouse por exemplo.

Os controles podem ser explicados no decorrer do jogo, podem aparecer em um menu específico ou mesmo podem ser suprimidos (neste caso, pressupõe-se que o jogador já tenha familiaridade com o determinado gênero de jogo e seus comandos básicos). Se possível, recomenda-se colocar aqui um esboço do controle que será utilizado, seus botões e funções no jogo.

Embora não seja comum, pode-se pensar em diferentes controles para cada plataforma como no caso de jogos para computador ou mesmo em aparelhos mobile que permitem a inserção de joystick.

Se existir, deve ser exemplificada aqui as combinações de botões e suas respectivas funções dentro do jogo, sejam estas para abrir um menu novo, desligar o som, ou mesmo dar ao personagem uma habilidade especial.

Caso tenha-se a intenção de disponibilizar um newsgame em várias plataformas, o mesmo deverá ser programado para atender as particularidades de controle de todas elas, podendo isso demandar mais tempo dos programadores e, algumas vezes devido as resoluções e tamanhos de tela, ter que ser feito um layout para cada plataforma.

Exemplos:

Primeiramente FT: na versão para PC o manifestante é controlado pelas setas direcionais do teclado, já na versão mobile aparecem na parte debaixo da tela setas direcionais que podem ser tocadas. Os botões podem ser acionados com toques e cliques no botão esquerdo do mouse.



Figura 10: Tela com instruções do jogo e dos controles

Teste seu voto: como trata-se de um quiz, o jogador escolhe as opções clicando com o botão esquerdo do mouse ou tocando nas caixas de seleções e nos botões.



Figura 11: Tela de instruções dos controles e de como jogar

Di Soli a Soli: na versão para PC, “Touriston” é controlado pelas setas direcionais do teclado e os botões e elementos que representam as fotografias devem ser clicados com o botão esquerdo do mouse.



Figura 12: Explicação dos controles da versão para PC

Já na versão mobile, “Touriston” caminha sozinho, sendo o jogador responsável por tocar nos inimigos para derrotá-los e nos elementos que representam as fotografias para exibi-las ao final. Os botões também são acionados pelo toque.

4.9 Tópico 9: Câmera

A câmera não é um fator muito relevante nos newsgames, sendo normalmente ajustada para que o jogador tenha visão completa dos personagens e cenários.

No entanto, caso os desenvolvedores optem por alguma alteração, a mesma deve ser explicada aqui como irá ocorrer (de cima para baixo, visão em primeira pessoa) e qual a função dessa visualização diferenciada (dar zoom no inimigo, acessar o mapa).

Exemplos: nos três exemplos a visualização é simples, sem alterações de câmera, de modo que o jogador tem visão completa do cenário, elementos informativos e interativos.

4.10 Tópico 10: Interface

Neste item é planejado o design das interfaces do jogo, tais como tela inicial, menu de opções, tela de pause, menu de itens, tela de loading, tela de créditos, etc. Apresenta-se também os elementos de indicação do jogo, conhecidos como HUD (head-up display).

A interface representa os elementos visíveis na tela que irão sintonizar o jogador dentro do jogo. No caso de newsgames normalmente é nela que aparecem as informações jornalísticas, seja por meio de telas de menu, botões, ou mesmo explicação de algum item que o jogador encontra durante a partida.

Quando o projeto abrange personagens e tempo é importante planejar como o HUD será visível, ou seja, em que parte da tela o jogador terá informações sobre a vida do personagem, os pontos coletados e o cronômetro do jogo.

Apresentar aqui o rascunho da disposição desses elementos também é aconselhável.

Exemplos:

Primeiramente FT: neste newsgame, as informações que reforçam o objetivo aparecem na tela de menu que antecede a tela de jogo.

Já na tela de jogo a informação do cronômetro está localizada na parte de baixo da tela (simbolizada pela palavra “DEMOCRACIA” que vai sumindo com o passar do tempo), a

pontuação no canto superior direito (ao lado do botão para ativar ou desativar a música do jogo) e as vidas do jogador no canto superior esquerdo.

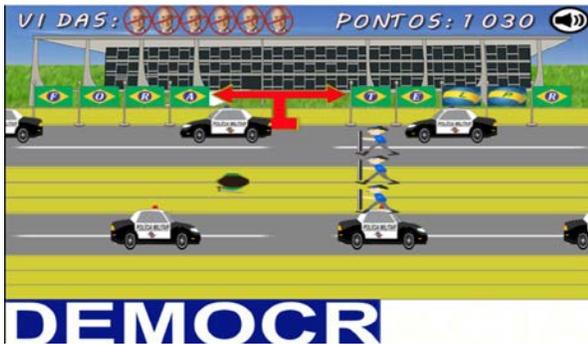


Figura 13: HUD da tela de jogo

Teste seu voto: neste newsgame as informações jornalísticas estão presentes nas propostas que, ao segurar o dedo ou o mouse sobre elas, é dado o zoom ampliando a informação na parte de cima da tela.

Acima das propostas o jogador tem conhecimento sobre qual área de governo aquelas propostas se referem (por exemplo, Educação), já na parte de baixo o jogador pode localizar-se sobre quantas áreas ainda faltam para ele concluir o newsgame (1 de 10) e, após selecionadas as opções, ter conhecimento sobre qual candidato colocou no plano de governo as propostas por ele selecionadas (Suas escolhas).

No canto superior direito também é possível ativar ou desativar a música e, para das sequência, basta o jogador clicar no botão no canto inferior direito (Próxima).



Figura 14: HUD da tela de jogo

Di Soli a Soli: tanto na versão mobile como para PC deste newsgame as informações jornalísticas são apresentadas na tela final, quando as fotografias encontradas no jogo são visualizadas e, abaixo delas, aparece um texto explicativo.



Figura 15: O texto explica em que lugar do roteiro tal imagem podem ser visualizada

Na tela de jogo o cronômetro está representado no canto superior direito, simbolizado por um sol que caminha por uma linha (da esquerda para direita) à medida que o jogo avança. A barra de vida do personagem aparece no canto superior esquerdo.

Na versão mobile o jogador ainda verá na tela de jogo algumas placas com o nome dos locais visitados no roteiro (Morro das Pedras, Santinho e Sambaqui), sendo que cada uma delas marca a entrada em uma nova fase. Já na versão para PC esta informação aparece na forma de texto, na parte de cima da tela.

Para sintonizar o jogador sobre as fotografias encontradas, no canto superior esquerdo da tela, ícones representam a quantidade de fotografias disponíveis no jogo e, quando o jogador encontra alguma, a imagem do respectivo ícone é alterada.



Figura 16: A imagem representa um jogador que encontrou a segunda e quarta foto (das nove destacadas) e duas das três fotografias bônus (simbolizadas pelas moedas embaixo da barra de vida)

4.11 Tópico 11: Cutscenes

Devido as questões de tempo e a função de ser objetivo com as informações, não é comum utilizar cutscenes em newsgames. No entanto, caso elas sejam uma opção adotada pela equipe, aqui deverá ser pensado como elas serão desenvolvidas (descrever o roteiro, definir o método e ferramentas utilizadas para produção ou captação, explicar em quais momentos do newsgame estas cutscenes irão aparecer e por qual motivo)

Vale lembrar que pode ser inserido aqui tanto vídeos introdutórios como animações e normalmente a função principal da cutscene é explicar ao jogador o enredo por trás do jogo, a história de algum personagem e qual a ligação dele com o game.

Exemplos: nos exemplos não foi utilizada a opção das cutscenes, optou-se por telas estáticas ou com pequenas animações de imagens que explicassem o conteúdo e objetivo de cada newsgame.

4.12 Tópico 12: Cronograma

O tempo é um fator fundamental para o desenvolvimento de um newsgame, portanto estabelecer um cronograma prévio com divisão de tarefas, início e fim do projeto é de extrema importância.

Normalmente o cronograma é dividido entre os meses de desenvolvimento e as atividades são planejadas semanalmente, para que a equipe se encontre uma vez por semana ou a cada quinze dias e apresente o avanço em suas respectivas tarefas.

Vale ressaltar a necessidade de cumprimento dos prazos, porém todo projeto está suscetível a contratemplos e, neste caso, deve ser feito um novo cronograma explicando o fato e estabelecendo novos prazos.

A boa gestão de um cronograma garante um trabalho de qualidade, sem sobrecarregar nenhum integrante da equipe. É importante definir aqui um cronograma inicial, com as etapas do projeto, a divisão de tarefas e uma previsão do tempo total para cada uma ser concluída

Tarefa/Semana	Janeiro				Fevereiro				Progresso
	1	2	3	4	1	2	3	4	
Reunião de Pauta	Todos								Completo
Escrever o GDD	Todos								Completo
Apuração dados	Jornalista								Completo
Selecionar/desenhar a arte dos personagens			Artistas						Em execução
Selecionar/desenhar a arte dos cenários			Artistas						Em execução
Desenvolver o sistema de controle do jogador			Programador						Em execução
Desenvolver sistema de mapas e fases			Artistas						Em execução
Implementar a detecção de colisão			Programador						Planejado
Desenvolver sistema de pontuação					Progr.				Planejado
Implementar inimigos					Progr.				Planejado
Gráficos e códigos finais					Progr. Artistas				Planejado
Revisão Conteúdo					Jorn. G.Designer				Planejado
Teste da versão					Testers				Planejado
Ajuste da versao					Todos				Planejado
Revisão Conteúdo					Jorn. G.Designer				Planejado
Ajuste da versao					Todos				Planejado
Início da Divulgação			Jornalista						Planejado
Teste do protótipo e refinamento da versão final					Todos Testers				Planejado
Lançamento do jogo					Todos				Planejado

Figura 17: Modelo cronograma

Exemplos: devido a limitações de tempo da equipe de desenvolvimento, não houve um cronograma detalhado semanalmente, mas foi pensado um cronograma simplificado onde para cada projeto seriam divididas as funções e o prazo máximo de execução de todo o projeto.

As versões de **Di Soli a Soli** foram planejadas para serem concluídas em um mês, onde a equipe se reunia até três dias na semana para conversar sobre o projeto.

Teste seu Voto foi planejado para ser desenvolvido em três dias, sendo que toda a equipe se reuniu no mesmo espaço para desenvolver as etapas em conjunto.

Embora **Primeiramente FT** tenha sido planejado para ser desenvolvido em um mês, a falta de tempo dos desenvolvedores e problemas técnicos (como a obtenção das artes e programação do banco de dados para o ranking) estenderam o prazo inicial, mas ainda assim ele foi lançado no auge das manifestações contra o governo de Michel Temer, atingindo seu objetivo inicial

4.13 Tópico 13: Orçamento

Em relação ao orçamento é necessário saber quais os equipamentos necessários para a produção do jogo, bem como o valor de mercado do trabalho de cada profissional envolvido.

É pertinente fazer também uma planilha de pagamentos explicando detalhadamente onde o dinheiro será investido (tanto em recursos de pessoal como de infraestrutura) além de marcar os valores e por qual período determinado profissional estará vinculado ao projeto.

A pessoa responsável pelo controle financeiro precisa estar sempre atenta para que o custo não ultrapasse o valor total disponível, principalmente em casos de editais, pois todos os custos deverão ser comprovados com notas fiscais ou recibos.

TOTAL DISPONÍVEL: R\$79.700,00

Produto/serviço	Quantidade	Custo unitário/tempo	Custo total/tempo
Programadores	3	R\$2.000/mês	R\$24.000,00/4meses
Jornalista	2	R\$2.000/mês	R\$16.000,00/4meses
Artistas	3	R\$2.000/mês	R\$24.000,00/4meses
Contador	1	R\$1.500/1serviço	R\$3000,00/2 serviços
Banners	50	R\$100,00/unidade	R\$5000/50 unidades
Servidores	1	R\$150,00/mês	R\$300,00/2 meses
Aluguel sala	1	R\$ 600/ mes	R\$ 2400,00/4 meses
computadores	5	R\$ 1000,00/unidade	R\$ 5000,00 / 5 unidades
TOTAL			R\$ 79.700,00

Figura 18: Modelo tabela orçamento

Exemplos: nenhum dos jogos utilizados aqui como exemplos receberam financiamento.

5 CONSIDERAÇÕES

Pensar, pesquisar, desenvolver, mudar e remudar. Ver um jogo finalizado é gratificante, mas o caminho para esse desfecho nem sempre é fácil, principalmente se o impulso para iniciar os trabalhos for maior que o tempo despendido para o planejamento.

Criar um Game Design Document pode ser trabalhoso, no entanto ele é muito mais que burocracia. Ter um GDD bem desenvolvido desde o início do projeto e uma equipe disciplinada a segui-lo garante economia de tempo e recursos, além de facilitar na resolução de problemas, pois o processo de retroceder os passos para encontrar os erros é mais fácil.

Embora tenham significativa importância na disseminação do conteúdo, a utilização de newsgames ainda é tímida no cenário jornalístico. O desconhecimento do termo e de seu processo de produção podem ser fatores contribuintes nesse cenário.

A proposta deste trabalho é justamente quebrar essas lacunas, apresentar o que vem a ser os jogos jornalísticos e, principalmente, oferecer caminhos para o desenvolvimento e divulgação de novos projetos.

Pretende-se aqui dar um pontapé inicial para a discussão de uma metodologia que propicie aos interessados criarem suas reflexões lúdicas sobre os fatos noticiados.

O modelo de GDD para newsgame aqui apresentado é apenas o start nesse jogo em prol de um jornalismo cada vez mais engajante; uma trajetória que ainda carece de complementos, mas que já tem aqui uma fase a ser explorada.

REFERÊNCIAS

- [1] L. Santos; G. Seabra. Newsgames – Teoria Geral Aplicada dos games baseados em notícias: criando as bases narrativas de um novo modelo de Jornalismo, e-book, 2014.
- [2] G. Frasca. Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology, 2003. In: Wolf, Mark J. P; Perron, Bernard. The Video Game Theory Reader. New York: Routledge, 2003, pp. 221-235. Disponível em: http://interactive.usc.edu/membersmedia/akratky/Simulation_vs_Narrative.pdf >. Acesso em 2 de setembro de 2017.
- [3] I. Bogost; S. Ferrari; B. Schweizer. Newsgames Journalism at Play. Massachusetts: ed. Massachusetts Institute of Technology, 2010
- [4] P. Lévy. As tecnologias da inteligência. São Paulo: Editora 34, 1993.
- [5] C. Marciano. Abra o livro e aperte o play: uma reflexão sobre a utilização de jogos na educação como referência de sua aplicação no jornalismo. In: Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação, Educação e Democracia”, do VI Encontro de Pesquisa em Comunicação, na Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, outubro de 2014.
- [6] N. Lage. Ideologia e Técnica da Notícia. 3. ed. Florianópolis: Insular/UFSC, 2001.
- [7] M. Wolf. Teorias da Comunicação. 8. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003
- [8] N. Lage. Linguagem Jornalística. São Paulo: Ática, 1998.
- [9] N. Traquina. O que é Jornalismo. 2. ed. Lisboa: Quimera, 2007
- [10] S. Rogers. LevelUp: Um Guia para o Design de Grandes Jogos. São Paulo: Blucher, 2012.