

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

**NEWSGAMES – JOGANDO O JORNALISMO:
Categorizações do conceito e estudos de caso da Revista Superinteressante**

Henrique Valente Tobias

Bauru

2014

HENRIQUE VALENTE TOBIAS

**NEWSGAMES – JOGANDO O JORNALISMO:
CATEGORIZAÇÕES DO CONCEITO E ESTUDOS DE CASO DA REVISTA
SUPERINTERESSANTE**

Monografia apresentada como exigência para conclusão do curso de Comunicação Social (Jornalismo) na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Orientador: Prof. Marcos Américo.

Bauru

2014

Tobias, Henrique Valente.

 Newsgames - Jogando o Jornalismo: Categorias
do conceito e estudos de caso da Revista
Superinteressante/ Henrique Valente Tobias, 2014
71 f. : il.

 Orientador: Marcos Américo

 Monografia (Graduação)-Universidade Estadual
Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação, Bauru, 2014

1. Newsgame. 2. Jogos eletrônicos. 3. Simulação. 4.
Plataforma. I. Universidade Estadual Paulista.
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II.
Título.

“A única história cria estereótipos e o problema com estereótipos não é que eles não sejam verdadeiros, mas que são incompletos. Eles fazem uma história tornar-se a única história.”

— Chimamanda Adichie

RESUMO

Este trabalho pretende apurar mais a fundo o conceito de Newsgame, a fim de mapear características essenciais para esse novo tipo de produto midiático. Com base em vários exemplos, analisaremos os diferentes modos em que um game pode se comportar jornalisticamente. Buscaremos o autor que cunhou o termo “newsgame”, Gonzalo Frasca, além de outros internacionais, baseados ou não no primeiro, que tentam apontar limites essenciais para esses jogos eletrônicos aspirantes a Jornalismo. Alguns modelos são rígidos, enquanto outros mais abrangentes, porém todos têm o intuito de alcançar um novo paradigma na comunicação que se desprende da representatividade estática provinda dos meios analógicos e se aventure no potencial simulatório trazido pela plataforma digital. Exemplos de newsgames e suas teorias dispostas aqui incluem também casos brasileiros, que tentaremos provar serem os mais leigos no assunto.

Palavras-chaves: Newsgame, Jogos Eletrônicos, Simulação, Plataforma, Retórica.

ABSTRACT

This work aims to investigate more deeply the concept of Newsgame in order to map essential features for this new type of media product. Based on several examples, we will analyze the different ways in which a game can behave journalistically. We shall seek the author who coined the term “newsgame”, Gonzalo Frasca, and other international authors, based or not on the first, that attempt to point out limits for these electronic games that aspire Journalism. Some models are harsh, while others are more embracing, but all are intended to achieve a new paradigm in communication that releases itself from static representation stemmed from analog media and ventures into the potential of simulation brought from the digital platform. Examples of newsgames and its theories set forth herein also include Brazilian cases, which we will try to prove to be the most laymen on the subject.

Key words: Newsgame, Electronic Games, Simulation, Platform, Rhetoric.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: *September 12th* retrata o ciclo de vingança da Guerra ao Terror, dando um sistema sem saída.

página 16

Figura 2: *Kabul Kaboom* apresenta posicionamento opinativo através de um sistema com retórica da falha.

página 23

Figura 3: *Layoff!* empresta a mecânica de um gênero popular de game para fazer uma crítica social.

página 25

Figura 4: *Food Import Folly* funciona como reportagem objetiva através de uma retórica processual embasada em dados pesquisados.

página 27

Figura 5: *Hothead Zidane* ridiculariza o jogador de futebol Zinedine Zidane ao satirizar a cabeçada que ele deu no adversário Marco Materazzi ao final da Copa Mundial de 2006.

página 28

Figura 6: Em *Jeu du Scooter*, o jogador deve pilotar a lambreta de François Hollande alternando entre duas vias de passagem nas quais aparecem personagens como obstáculos.

página 30

Figura 7: *So you think you can drive, Mel?* zomba de atitudes condenáveis de uma celebridade. Ainda que dirigir alcoolizado seja passível de crítica, o tabloid game faz mais uma chacota exacerbada do escândalo.

página 31

Figura 8: *Hurricane Maker* é um infográfico jogável: tem exploração livre, porém com direcionamento a um objetivo intencionado.

página 33

Figura 9: *Berlin Wall* recria um espaço crucial da Guerra Fria para provocar uma sensação de presença.

página 35

Figura 10: *9-11 Survivor* é um newsgame que pretende passar emoção intensa, colocando o jogador na pele de quem foi obrigado a escolher entre maneiras de morrer.

página 36

Figura 11: Decisões difíceis nem sempre são as mais populares quando se trata de grandes lideranças. Lidar com insatisfação quando se toma medidas corretas é o que o newsgame documentário *PeaceMaker* mostra ao retratar o conflito israelo-palestino.
página 39

Figura 12: *Crickler* é um *newspuzzle*, uma adaptação das clássicas palavras cruzadas para o meio digital, pautada no jornalismo diário.
página 41

Figura 13: Em *Dead Rising*, o jogador passa pela experiência de fazer fotojornalismo em um contexto de perigo e medo. Além de sobreviver, é preciso documentar o que acontece.
página 43

Figura 14: *Global Conflicts: Latin America* simula um universo de tristes realidades nada estranhas ao Brasil. O jogador vive as dificuldades do jornalismo investigativo em meio a grandes riscos.
página 46

Figura 15: Proposta de interface para uma nova plataforma do NewsGames.
página 52

Figura 16: *Filosofighters* não é Newgame, pois constrói uma ficção inverossímil.
página 54

Figura 17: *CSI – Ciência Contra o Crime* é um exemplo de infográfico digital direcionado, que possui características de game.
página 56

Figura 18: *Corrida Eleitoral – Candidatos a presidente nas eleições de 2010* é um exemplo brasileiro de Newsgame. É um game reportagem com uma boa apuração jornalística feita em tempo oportuno.
página 58

Figura 19: O editorial game que satiriza o McDonald's deixa uma lacuna de simulação grande o suficiente para inverter sua opinião desejada.
página 60

Figura 20: *Madrid*, uma das produções do pai do Newsgame, Gonzalo Frasca, no excesso de sua abstração e não consegue passar com eficiência a retórica processual pretendida.
página 61

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Objetivo	10
1.2 Justificativa	11
1.3 Hipótese	11
1.4 Estrutura	12
2 METODOLOGIA	13
3 PRIMEIROS PASSOS PARA PENSAR O JORNALISMO NOS GAMES	14
4 COMO FUNCIONA UM NEWSGAME	16
5 PROPOSTAS DE MODELOS	18
5.1 Newsgames vs. Editorial Games	18
5.2 Newsgames como qualquer intersecção entre jornalismo e games	21
5.2.1 Current Event Games	22
5.2.1.1 Editorial Games	22
5.2.1.2 Reportage Games	26
5.2.1.3 Tabloid Games	27
5.2.2 Infographic Newsgames	31
5.2.3 Documentary Newsgames	34
5.2.3.1 Realidade Espacial	34
5.2.3.2 Realidade Operacional	35
5.2.3.3 Realidade Processual	37
5.2.4 Puzzle Newsgames	39
5.2.5 Literacy Newsgames	42
5.2.6 Community Newsgames	46
5.2.7 Newsgame Platforms	47
5.3 NewNews	49
6 EXEMPLOS BRASILEIROS	53
7 PROBLEMAS NA ESTRUTURA DE UM NEWSGAME	59
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	63

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
APÊNDICE — Entrevista em 23/03/2013 com Fred Di Giacomo, jornalista envolvido na criação de Newsgames da Revista Superinteressante	68
ANEXO A – “As 9 etapas de produção do Newsgame”	70
ANEXO B – “Infográfico aponta diferenças entre modelos de NewsGames”	71

1 INTRODUÇÃO

Os games são mais um produto da indústria cultural que impõe sua importância o suficiente para serem analisados mercadologicamente, artisticamente e academicamente. Segundo pesquisa da ABragames (Associação Brasileira dos Desenvolvedores de Jogos Digitais) de 2004, o segmento de jogos eletrônicos¹ ultrapassa os rendimentos de lucratividade do cinema mundialmente desde 2003. Um outro levantamento da entidade revela que o produto nacional bruto do setor de games em 2008 foi de R\$87,5 milhões.

Na mídia, ao se falar de cultura ou entretenimento, os jogos eletrônicos podem ser pauta, mas não seria possível uma abordagem inversa dessa dinâmica? Ou seja, ao invés de games no Jornalismo, pensaríamos o Jornalismo nos games.

Porém, não se trata apenas de uma mera transposição de plataforma. O Jornalismo já se viu diante de mudanças similares. O advento dos meios digitais, por exemplo, não agregou somente uma alteração material ao Jornalismo, mas também originou formatos diferentes. A plataforma da web foi determinante no surgimento de novos modos de produzir e ler notícias e, principalmente, de interagir com elas. O Jornalismo que era apenas impresso, televisivo ou radiofônico passou a ser tudo isso e mais. Além de todas essas mídias disponíveis na web, elas têm agora a capacidade de noticiar um mesmo assunto, podendo dialogar entre si. Ou seja, o conteúdo tornou-se não apenas multimidiático, mas transmidiático.

O Newsgame chega como um novo tipo de mídia — ou gênero, para os profissionais da área de game design — no conjunto de ferramentas comunicacionais, inclusive com aproximações ao webjornalismo (SEABRA, 2007). Trata-se do game como plataforma para o Jornalismo, objeto de estudo deste trabalho.

1.1 Objetivo

Os autoproclamados newsgames existentes podem e devem ser analisados mais a fundo para conferir se enquadram-se realmente como pretendem. Caso sim, por que seriam considerados como newsgames? Se não, o que seriam? Ademais, se há, na mídia,

¹ Usaremos a expressão “jogos eletrônicos” como sinônimo de “games”.

tentativas falhas de criar esses jogos eletrônicos noticiosos, onde estariam os erros? O que impede veículos que desejam produzi-los de alcançarem formas — mesmo que ainda não consensualmente teorizadas — de newsgames legítimos?

1.2 Justificativa

O Newsgame é uma possível solução para problemáticas atualmente enfrentadas pelo Jornalismo. A grande mídia passa por uma crise de financiamento, devido à migração do investimento publicitário para outros meios, e agora luta para oferecer conteúdo de qualidade que atraia atenção e recursos por si só (BORGES, 2013). O game pode ser uma nova plataforma para auxiliar na independência e valorização do Jornalismo na era digital.

Diante do presente conturbado e futuro incerto do Jornalismo, comprovar a viabilidade da produção de novos e diferentes artefatos midiáticos é talvez uma tarefa ainda mais importante que criar os próprios novos artefatos midiáticos. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 10, tradução nossa).

Considerando essa importância como possibilidade para o Jornalismo, a investigação deste trabalho pretende contribuir para o esclarecimento da definição de Newsgame.

1.3 Hipótese

O Newsgame traz características jamais vistas antes no Jornalismo. A mistura de jogos com notícias é relativamente nova, porém esse tipo de experiência já é tentada desde que palavras cruzadas são presentes nos jornais impressos, ainda que com intenções sociais e políticas quase ausentes. Conforme o game surgia por si só, décadas atrás, como plataforma exclusivamente de entretenimento, seus formatos foram experimentando trabalhar temas cada vez menos ficcionais. Não há um marco certo dessa transição, porém é possível apontar games que já aspiravam a um tipo de jornalismo.

A chegada do Newsgame é recente, suas definições são incertas e suas características polêmicas. Porém, ele já agrega grande valor mercadológico, mesmo havendo apenas um entendimento informal, senão superficial, da novidade, ao menos no

Brasil. O uso do rótulo talvez seja imaturo e oportunista, mistificando o verdadeiro conceito de Newsgame.

1.4 Estrutura

Primeiramente, no capítulo 2, apontaremos a metodologia pretendida e o porquê de sua utilização. Em seguida, situaremos o leitor quanto as premissas de se pensar a aproximação de games e Jornalismo. Depois, no capítulo 4, explicaremos o principal mecanismo de funcionamento de um Newsgame. Nas próximas páginas, discorreremos sobre três propostas de modelos: Newsgames vs. Editorial Games, uma distinção, discutida por múltiplos autores, polêmica e problemática entre equivalentes dos games para objetividade e opinião; Newsgames como qualquer intersecção entre jornalismo e games, uma categorização mais extensa e abrangente feita por Ian Bogost, Simon Ferrari e Bobby Schweizer (2010); e NewNews, estrutura específica teorizada pelo autor brasileiro Geraldo Seabra (2007).

Após conhecer tentativas existentes de conceituar o Newsgame, estudaremos, no capítulo 6, três exemplos brasileiros de jogos eletrônicos com esse rótulo. Tentaremos encaixá-los nas categorias analisadas ou propor novas caracterizações, para amadurecer o que se sabe sobre Newsgame no Brasil. Por fim, faremos considerações finais a respeito dos estudos de caso e do gênero e suas implicações para o futuro do Jornalismo.

2 METODOLOGIA

Analisaremos neste trabalho uma série de características de pressupostos newsgames: funcionalidades, modalidades, estéticas e tentativas de teorizações. Levaremos em conta principalmente fundamentações estrangeiras, com exceção de Geraldo Seabra, principal autor brasileiro que discorre sobre os jogos eletrônicos para uso jornalístico.

Baseando-nos nas teorias do Newsgame, faremos estudos exploratórios de forma descritiva (YIN, 2001) dos casos estrangeiros e suas categorizações. A partir desses modelos, investigaremos as características essenciais de Newsgame, além de apontar possíveis falhas, tanto de conceptualização quanto elementos estruturais que dificultam a produção física dos próprios jogos. Estudaremos, então, casos da Revista Superinteressante autorrotulados de newsgames, descrevendo suas características, para verificarmos se são, de fato, como se denominam.

“O estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos relevantes” (YIN, 2001, p. 27). Sendo o Newsgame fenômeno recente de comunicação, cujos comportamentos são um fator essencial a ser considerado, o método de Yin será a principal ferramenta de análise neste trabalho.

3 PRIMEIROS PASSOS PARA PENSAR O JORNALISMO NOS GAMES

Vários autores que tentam teorizar jogos eletrônicos como mídia jornalística citam o game designer Gonzalo Frasca como o pai dos Newsgames. Ele cunhou o termo como “newsgaming – que combina as características de charges políticas com videogames” (FRASCA, 2003, p. 233, tradução nossa)². Frasca também produziu alguns jogos eletrônicos com teor jornalístico, como *September 12th*, *Kabul Kaboom* e *Madrid*.

Mas antes que analisemos possíveis newsgames específicos, vamos elaborar as primeiras considerações para pensar no potencial dos jogos eletrônicos em retratar situações. Gonzalo Frasca, além de game designer, estuda como games podem ultrapassar suas características primeiras de entretenimento e ser políticos e sérios, são os *serious games*³.

Para Frasca (2001), representação é sempre uma tarefa incompleta.

Historicamente, nós sempre dependemos de representação para retratar tanto realidade quanto ficção, em geral as articulando na forma de narrativa. Entretanto, a introdução do computador propiciou uma nova forma de comunicar e entender nosso mundo e pensamentos: simulação. Simulação não simplesmente representa objetos e sistemas, mas também modela seus comportamentos. (FRASCA, 2001, p. 1, tradução nossa).

Ironicamente, um dos principais estudiosos na área, o pai do Newsgame não apoia a concepção majoritária de que games são narrativas interativas — o autor de “Cultura da Convergência”, Henry Jenkins, é um dos defensores dessa ideia. Segundo Frasca, jogos eletrônicos não são baseados em representação porque são ontologicamente diferentes. “Eles [games] dependem de simulação, que é uma forma de retratar a realidade que essencialmente difere de narrativa.” (FRASCA, 2001, p. 1).

Mas, por que, então, existe um certo consenso geral de que games são, de fato, narrativas interativas? Frasca explica que isso se deve ao fato de que, para um observador externo, o resultado de uma simulação é uma narração. “Mas a própria simulação é algo

² Originalmente “newsgaming- that combines the characteristics of political cartoons with video games”, pequeno comentário nas referências bibliográficas.

³ Termo cunhado por Ben Sawyer em “Serious Games: Improving Public Policy Through Game-based Learning and Simulation” (2002).

maior que narrativa. É um sistema dinâmico que, sim, contém milhares de potenciais ‘histórias’, mas é maior que a soma das partes.” (FRASCA, 2001, p. 2, tradução nossa).

A esse ponto, poderíamos pensar que, já que a simulação de um game não se configura como narrativa, uma mídia que usa jogos eletrônicos para fazer jornalismo não poderia existir. Afinal, as notícias “[...] são também ‘estórias’ que estão associadas à busca de um sentido de comunidade de pertença [...]” (SCHUDSON apud CORREIA, 2011, p. 57). Porém, o futuro da notícia ficará mais bem representado através da reportagem que tem por matéria-prima a informação constante, deixando a cargo da sociedade — leitor, espectador, jogador — o direito de avaliar a informação segundo o seu próprio repertório, independente de formato ou conteúdo (LAGE, 2011). Além disso, na Sociedade em Rede, funções e valores são fragmentados e simultâneos, sob um novo paradigma de tecnologia da informação (CASTELLS, 1999).

Informação constante e simultaneidade são elementos inerentes aos games.

[...] os jogos virtuais possibilitam aos usuários se relacionarem com vários aspectos simultaneamente, como memória (visual, auditiva, cinestésica), a orientação temporal e espacial (em duas e três dimensões), a coordenação sensório-motor (ampla e fina), a percepção auditiva, a percepção visual (tamanho, cor, detalhes, forma, posição, lateralidade, complementação), o raciocínio lógico-matemático, a expressão linguística (oral e escrita), o planejamento e a organização. (SILVA apud SEABRA, 2008, p.3)

Tudo isso oferece mais canais através dos quais um leitor pode captar informação. A partir deles, os newsgames funcionam de uma maneira própria de convencer um jogador para determinado argumento. É uma forma de retórica que desperta envolvimento direto através de simulações que constroem cenários — tanto no sentido estético como situacional — interativos e, às vezes, implicitamente persuasivos.

Em síntese, um game ideal deve oferecer simulação. Isso significa que há nele potencial para múltiplas narrativas interativas — não apenas uma — que, em conjunto, carregam uma significação da realidade que se pretende simular. Consequentemente, isso é característica primordial no Newsgame. Porém, neste, o desafio é maior, pois sua simulação deve ser capaz de gerar múltiplas narrativas interativas referentes às possibilidades do fato noticioso retratado — a realidade escolhida.

4 COMO FUNCIONA UM NEWSGAME

Um dos mais notórios exemplos de newsgame é *September 12th*⁴, um jogo que retrata, como o nome sugere, a reação ao atentado terrorista de 11 de setembro de 2001 do ataque ao World Trade Center. Criado pelo próprio Gonzalo Frasca e lançado em 2003, o jogo mostra uma vila no Oriente Médio, onde transitam terroristas e civis inocentes. O jogador vê o cenário de cima para baixo e tem o poder de lançar mísseis (um de cada vez) sobre o povoado. Porém, estes demoram alguns segundos até caírem onde foram mirados. Quando chegam ao chão, explodem numa pequena área, atingindo construções e pessoas. Acertos em civis fazem com que outros inocentes se juntem em volta dos cadáveres em luto e revolta, tornando-se novos terroristas após alguns segundos.

Figura 1: *September 12th* retrata o ciclo de vingança da Guerra ao Terror, dando um sistema sem saída.



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

⁴ Disponível em: <http://www.newsgaming.com/games/index12.htm>. Acesso em 04 de outubro de 2013.

Apesar de, como veremos depois, haver vários tipos possíveis de newsgames, *September 12th* ilustra muito bem uma mecânica persuasiva comum do gênero que deve ser entendida.

Diferentemente de notícias escritas para impresso ou programas editados para televisão, videogames são software de computador em vez de uma forma digitalizada de mídia anterior. Games exibem texto, imagens, sons e vídeo, mas também fazem muito mais: *games simulam como as coisas funcionam*, construindo modelos com os quais as pessoas podem interagir, uma capacidade que Bogost nomeou de *retórica processual*. Isso é um tipo de experiência irreduzível a qualquer outro meio anterior. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 6, tradução nossa).

Mais especificamente, em *September 12th*, ocorre uma “[...] *retórica da falha*, um design que comenta sobre uma situação política negando a condição de vitória aos jogadores” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 12, tradução nossa). A retórica processual é uma ferramenta poderosa, que traz ao Jornalismo uma capacidade maior de comunicação. Isso porque “quanto mais estivermos pessoalmente envolvidos com uma informação, mais fácil será lembrá-la” (LÉVY, 1993). Esse envolvimento, no Newsgame, provém do ato de jogar, experimentar tentativas e erros intimamente, revelando verdades que se tornam pessoais. É uma forma de empatia.

Em muitos casos, repórteres conectam histórias locais a lógicas gerais das quais surgem. Mas o gancho de um lide pode corroer a visibilidade de processos subjacentes. Exemplos específicos prevalecem sobre dinâmicas de sistemas. Em contraste, o game design coloca dinâmicas de sistemas em primeiro lugar, permitindo que exemplos específicos emergjam de brincos repetidos. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER; 2010, p. 126, tradução nossa).

Assim, vemos necessário explorar games que se aproximem de alguma maneira do Jornalismo — ou que declaram fazer isso — para clarificarmos noções gerais e específicas dos jogos eletrônicos aspirantes a Jornalismo. Para isso, apontaremos o que já se tem fundamentado academicamente como Newsgame, além de estudar descritivamente — e jogar — casos de games que são considerados como tal.

5 PROPOSTAS DE MODELOS

Em meio à confusão atual do conceito de Newsgame, uma lógica instintiva para delimitar sua natureza poderia ser agrupar todo tipo de game produzido em apenas duas categorias: ficcionais e não ficcionais. Estes seriam considerados como newsgames e aqueles não.

No entanto, o universo dos newsgames é devidamente tão diversificado quanto os diferentes conteúdos produzidos por jornalistas, em plataformas há tempos consolidadas para uso jornalístico e que, nem por isso, são necessariamente informações legitimamente — ou classicamente — jornalísticas. Um exemplo disso poderia ser uma revista de fofoca cujo principal interesse seja abordar de maneira sensacionalista a rotina das celebridades. No caso dos newsgames, não é diferente. Há muito que pode ser tratado neles e a simples ausência de ficção não configura, necessariamente, um newsgame. Assim como a definição geral de Jornalismo, a de Newsgame também é polêmica, como veremos a seguir.

5.1 Newsgames vs. Editorial Games

Com base na definição original de Gonzalo Frasca, alguns autores adotam a aproximação de charge política com simulação como característica essencial para um newsgame. Ou seja, um jogo eletrônico jornalístico deve, necessariamente, conter posicionamento editorial.

Newsgames são criados em resposta a um evento recorrente específico, lançados enquanto a notícia ainda está relevante na mente das pessoas. Newsgames também são feitos para serem jogados e entendidos num curto período de tempo. Muito como charges políticas, newsgames editorializam e geralmente resumem a notícia. Newsgames que não oferecem comentário editorial significativo parecem mais estar na categoria de charges de comentários sociais que políticas. (TREANOR; MATEAS, 2009, p. 4, tradução nossa).

Para Miguel Sicart (2008), os newsgames devem apenas ilustrar e não persuadir, diferentemente do que acreditam Treanor e Mateas. Diante do modelo de Sicart, fica simples definirmos, então, que os jogos eletrônicos que carregam persuasão e

posicionamento seriam *Editorial Games*. A expressão é recorrente nos estudos citados, mas de origem incerta.

Uma tentativa de comparação, tida como difícil, entre Newsgames e Editorial Games fala sobre um elemento importantíssimo a ser considerado: lacuna de simulação. Ferrari (2009) explica que, na criação de um jogo de simulação, não é possível incluir todo fato e possibilidade ao modelar processualmente um sistema ou evento. Em vez disso, o programador constrói algoritmos que criam a impressão do sistema que se deseja representar. É possível aproximar o sistema do game ao sistema real, porém sempre haverá uma lacuna, um intervalo, de possibilidades não previstas.

O objetivo de um criador de editorial game seria, então, estreitar a lacuna de simulação o máximo possível, para transmitir a “linha” [editorial] no assunto, enquanto um criador de newsgame se esforçaria para fechar a lacuna de simulação de tal modo que o menos possível de opinião passasse (já que Sicart afirma que newsgames “não persuadem”, nem têm “interesses políticos”). (FERRARI, 2009, p.1, tradução nossa).

Vale ressaltar que inclusão e exclusão de informação num produto midiático é um dilema de tempos no Jornalismo e nem por isso foram delimitadas manifestações específicas, mais ou menos opinativas — ou, por exemplo, a própria Agenda Setting (MCCOMBS e SHAW, 1972), teoria da comunicação centrada em inclusão e exclusão do que é determinado relevante ou não midiaticamente —, como sendo necessariamente não jornalísticas. Infelizmente, essa questão se potencializa quando usamos o game como suporte midiático para o Jornalismo. Isso se deve, justamente, à natureza simulatória, e não apenas representativa, dos jogos eletrônicos. Porém, ao mesmo tempo em que surgem desafios, aparecem também oportunidades transformadoras com as novas opções que o Newsgame traz.

Treanor e Mateas levantam outra questão na conceptualização dos jogos eletrônicos jornalísticos: efemeridade. Essa característica, para Sicart, é tida como definidora para o gênero — segundo o autor, os newsgames devem ser efêmeros como a notícia diária. Para se posicionarem contrários a essa crença, Treanor e Mateas usam, como exemplo, *September 12th*, que não apenas aproveitou um evento que se manteve recorrente por anos (o atentando às Torres Gêmeas), como também continua a ser jogado, citado e comentado. O game se manterá significativo enquanto o assunto que ele aborda

ainda seja relevante. “Nós sustentamos que a efemeridade de um newsgame é questão de conteúdo e não de forma.” (TREANOR; MATEAS, 2009, p. 5, tradução nossa).

Apesar de *September 12th* ser considerado um bom exemplo de newsgame, o jogo ainda está sujeito às lacunas de simulação, podendo ser considerado um editorial game, segundo Ferrari.

Essencialmente, ele [*September 12th*] poderia ser lido como um chamado para invasão militar — o bombardeio cria mais terroristas, e eles não vão embora por conta própria, então um ataque terrestre parece necessário. Um *reductio ad absurdum* reconhecidamente injusto como esse mostra a dificuldade em projetar em volta da ideia de exclusão e inclusão. (FERRARI, 2009, p. 1, tradução nossa).

Mais adiante, veremos que, independentemente da classificação em newsgame ou editorial game, um jogo eletrônico aspirante a Jornalismo sempre terá a tarefa de tentar antecipar, ao máximo possível, as lacunas de simulação. Citaremos outros exemplos onde essa problemática oferece resistência para que o gênero se consolide.

Outro ponto a ser analisado na possível diferenciação entre Newsgames e Editorial Games é a atualidade do assunto tratado. Para Sicart, o Newsgame deve ser atual e efêmero, uma simulação com menos lacunas possíveis, retratando fatos básicos de uma notícia. Já o Editorial Game seria uma análise mais aprofundada e carregada de opinião, uma simulação criada posteriormente, com lacunas arbitrariamente escolhidas (FERRARI, 2009). Um empasse nessas distinções são limites técnicos na criação de qualquer tipo de game. Quanto mais sofisticado um sistema simulatório e mais complexo o evento a ser retratado, mais tempo leva para produzir o jogo, oferecendo, assim, dificuldades para fechar a tempo todas as lacunas possíveis num newsgame ideal (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010).

Ferrari aponta a possibilidade de híbridos entre newsgames e editorial games, como, por exemplo, *Hothead Zidane*⁵, que retrata a cabeçada dada pelo jogador de futebol Zinedine Zidane no final da Copa Mundial de 2006. O game foi criado por um torcedor italiano anônimo após algumas horas do ocorrido e logo fez sucesso na internet. Jogadores controlam Zidane, que pode ser movido por parte do campo, enquanto clones

⁵ Disponível em: http://www.corriere.it/Primo_Piano/Sport/2006/07_Luglio/10/pop_zidane.shtml. Acesso em 17 de outubro de 2013.

de seu adversário italiano, Marco Materazzi, vêm até ele em ondas. Após algumas cabeçadas, um cartão vermelho é dado e o jogo acaba.

[...] o game nos apresenta com o fato básico da cabeçada e do cartão vermelho (a notícia), bem como oferece comentário fugaz e nada sutil sobre a vergonha que Zidane deveria ter sentido de suas atitudes (o editorial). (FERRARI, 2009, p.1, tradução nossa).

Em suma, podemos apontar três elementos que Ferrari coloca para fazer uma possível distinção entre Newsgames e Editorial Games: lacuna de simulação, efemeridade e atualidade. É importante destacar que o próprio autor aponta que, apesar dessas tentativas de delineamento, a separação é incerta. Porém, analisar a relação entre noticiar e editorializar, se não categoriza eficientemente jogos eletrônicos aspirantes a Jornalismo, ao menos oferece possibilidades dialéticas para reconhecer suas características. A dualidade informação/opinião é outro dilema de tempos no Jornalismo e não seria diferente nos Newsgames.

5.2 Newsgames como qualquer intersecção entre jornalismo e games

Diante de tantas variações nos newsgames, criando tentativas polêmicas de engessá-los em modelos fixos, há autores que, diferentemente, acolhem toda a gama de games aparentemente noticiosos em suas teorias conceituais. Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) não desconsideram a definição original de Gonzalo Frasca, porém, fazem uma grande adaptação, organizando subcategorias de newsgames. “Nós adotamos o termo de Frasca, mas também expandimos seu escopo: para nós, ‘newsgame’ sugere *qualquer* intersecção de jornalismo e game.” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 13, tradução nossa).

Bogost, Ferrari e Schweizer definem sete gêneros para os Newsgames: *current event games* (games de evento recente), que, por sua vez, subdividem-se em *editorial games*, *tabloid games* e *reportage games* (games de reportagem); *infographic newsgames* (newsgames infográficos); *documentay newsgames* (newsgames documentários); *puzzle newsgames* (newsgames de quebra-cabeças); *literacy newsgames* (newsgames de

instrução); *community newsgames* (newsgames de comunidade) e *newsgame platforms* (plataformas de newsgames).

Nesse modelo, um único jogo eletrônico jornalístico pode assumir mais de um subgênero se suas características atenderem às diferentes modalidades — lembremos que as possibilidades híbridas de Ferrari também computam newsgames que agreguem mais de uma categoria.

5.2.1 Current Event Games

Os newsgames de evento recente são curtos e pequenos, geralmente embutidos em sites, usados para transmitir pouca informação ou opinião. “Eles são os newsgames equivalentes a artigos ou colunas” (BOGOST; FERRARI, SCHWEIZER, 2010, p. 13). Suas três subcategorias podem ser vistas como intensidades gradativas de interpretação da informação jornalística: editorial game, que tem postura ideológica mais forte, tendendo à opinião; reportage game, a forma mais equilibrada de posicionamento, sendo objetividade uma prioridade; e tabloid game, um soft news sensacionalista.

Essas variações decorrem das possibilidades de manipulação das lacunas de simulação. Um jogo eletrônico de evento recente usa a mecânica essencialmente expressiva de um game e a torna persuasiva, criando o equivalente a uma linha editorial.

Simulações têm complexidades variadas. Muito de seu significado está nos fatos que um autor decide incluir ou excluir. Jornalistas adotam objetividade, incluindo todos os fatos confiáveis, enquanto editorialistas escolhem para persuadir seus leitores. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 25, tradução nossa).

5.2.1.1 Editorial Games

Diferentemente do modelo anterior, aqui, o editorial game é hipônimo, e não antônimo, de newsgame. A noção original de Gonzalo Frasca de newsgame é convertida para esse subgênero, juntamente com sua principal produção, *September 12th*. O game

fortemente coloca a opinião de que bombardeio em países que hospedam terroristas não é uma solução adequada no cenário geopolítico.

Um game que faz uso da retórica da falha, a mesma mecânica persuasiva de *September 12th*, é *Kabul Kaboom*⁶, também criado por Gonzalo Frasca. No jogo, de temática semelhante ao outro e de configuração simples, o jogador deve pegar hambúrgueres cadentes enquanto evita bombas. O único fim é ser atingido por uma delas.

O nome *Kaboom* vem da inspiração do game, um título do Atari 2600 de 1982, chamado *Kaboom!*, no qual o jogador move baldes d'água pela parte inferior da tela para pegar bombas jogadas por um prisioneiro no topo. *Kabul Kaboom* muda os baldes d'água para uma figura icônica de *Guernica* do Picasso e adiciona hambúrgueres além das bombas. Picasso pintou sua obra magistral em resposta ao bombardeio da cidade de Guernica por aviões de guerra alemães e italianos durante a Guerra Civil Espanhola. A obra de Frasca, então, faz conexões históricas explícitas — ataques aéreos estadunidenses e financiamento da Aliança do Norte para derrubar o Talibã são análogos ao envolvimento de forças aéreas estrangeiras na Guerra Civil Espanhola. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 13, tradução nossa).

Figura 2: *Kabul Kaboom* apresenta posicionamento opinativo através de um sistema com retórica da falha.



Fontes: <http://ludology.typepad.com/games/kabulkaboom.html>.

⁶ Disponível em: <http://ludology.typepad.com/games/kabulkaboom.html>. Acesso em 20 de outubro de 2013.

Outro exemplo de editorial game sob a ótica de Bogost, Ferrari e Schweizer é o *Layoff!*⁷, produzido pelo Tiltfactor⁸. Como muitos games de evento recente, este empresta mecânicas estruturais de outros jogos eletrônicos existentes. *Layoff!*, como o nome sugere, obriga o jogador a fazer demissões (*layoffs*) em massa. O game, cujo contexto é a recessão econômica de 2008-2009, que afetou principalmente os EUA, imita o sistema de *Bejeweled*, um jogo de *match 3*. Esse gênero envolve alinhar, através de substituições próximas, três ou mais elementos do mesmo tipo dentre vários dispostos pela tela para eliminá-los, obtendo pontos e fazendo com que novos elementos ocupem o espaço deixado — um título atualmente popular desse gênero é o *Candy Crush*, para smartphones, lançado em 2012.

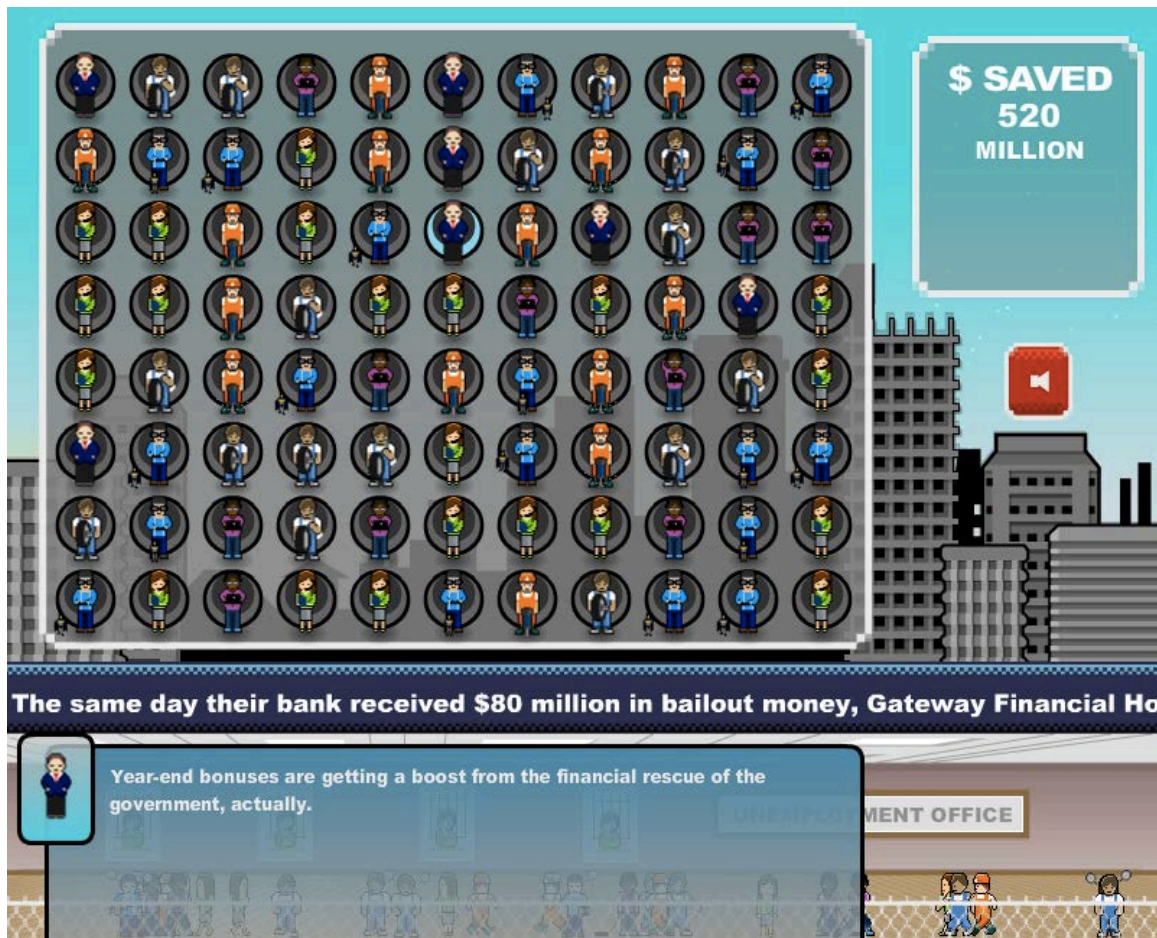
Em *Layoff!*, é preciso juntar três trabalhadores “redundantes” do mesmo tipo, para despedi-los, retirando-os do conjunto. O game gera nomes e pequenas descrições pessoais de cada indivíduo. *Layoff!* ainda adiciona uma característica inédita: um dos tipos de trabalhadores são os banqueiros, que não podem ser movidos, nem eliminados, além de terem descrições menos pessoais e por vezes sarcásticas.

A combinação de trabalhadores personalizados e banqueiros impessoais e imóveis forma o comentário do game: trabalhadores honestos perdem seus empregos para preservar o sustento dos mesmos economistas fraudulentos que causaram a crise pra começar. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 14, tradução nossa).

⁷ Disponível em: <http://tiltfactor.org/layoff/play.html>. Acesso em 08 de novembro de 2013.

⁸ Laboratório de serious games da Faculdade de Dartmouth, em Hanover nos EUA, fundado por Mary Flanagan.

Figura 3: *Layoff!* empresta a mecânica de um gênero popular de game para fazer uma crítica social.



Fonte: <http://tiltfactor.org/layoff/play.html>.

Em relação à reutilização de mecânicas preexistentes em games, vale apontar um caso brasileiro — ainda que não seja um forte candidato a newsgame — citado por Bogost, Ferrari e Schweizer (2010). É o *Calabouço Tétrico*⁹, produzido por Alvaro Cavalcanti, Caetano Borges e Raphael Aleixo. O game empresta o sistema do clássico *Tétris* e o remodela, fazendo suas peças em corpos humanos anônimos que são jogados em um buraco para serem encaixados. O jogo só chega ao fim quando as “peças” se acumulam ao topo (encaixadas inadequadamente), trazendo uma derrota horripilante: as vítimas saem do fosso para se vingarem do avatar do jogador, que é a figura de um executor encapuzado. Isso traz a retórica moral pretendida do game: atrocidades

⁹ Disponível em: <http://www.onlinespiele-sammlung.de/tetris/tetrisgames/loodo/>. Acesso em: 10 de novembro de 2013.

cometidas nunca podem ser desfeitas. “[...] *Calabouço Tétrico* mostra que comentários sérios podem surgir da redefinição de games familiares” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 24, tradução nossa).

O potencial dos jogos de evento recente para reciclar estruturas já consolidadas de games é uma capacidade que Bogost, Ferrari e Schweizer destacam por atrair atenção para conteúdos novos usando formas velhas.

Assim como notícias não reinventam formas comuns de composição, como a pirâmide invertida, com cada publicação, newsgames também não reinventam formas do videogame. Os videogames comerciais atuais podem vender milhões de cópias, mas eles ainda atingem uma população bem menor que um grande noticiário ou site. [...] games de evento recente podem focar seus jogadores para mensagens jornalísticas ao emprestar de videogames clássicos. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 24, tradução nossa).

5.2.1.2 Reportage Games

Tidos como o meio termo dos games de evento recente, os games de reportagem envolvem pesquisa cuidadosa e foco em descrição factual. Por isso, são menos comuns. Em vez de persuadir em direção a uma opinião, como os editorial games, reportage games educam seus jogadores. Lembremos do modelo de Miguel Sicart, no qual o newsgame não direciona o debate público, mas apenas oferece informação básica, semelhante ao que Bogost, Ferrari e Schweizer definem para o reportage game.

Um exemplo desse subgênero é o *Food Import Folly*¹⁰, produzido pela Persuasive Games¹¹ para o *New York Times*. O game foi publicado numa sessão opinativa do jornal, mas é uma boa amostra de *gamification*¹² de reportagem concisa e objetiva. Em *Food Import Folly*, jogadores devem inspecionar comidas importadas que chegam aos EUA por múltiplas entradas, simulando o papel da FDA (Food and Drug Administration), órgão governamental estadunidense responsável pelo controle de alimentos, medicamentos e cosméticos. Cada nível do game corresponde a um ano da década 1997-

¹⁰ Disponível em: http://select.nytimes.com/2007/05/24/opinion/20070524_FOLLIES_GRAPHIC.html. Acesso em 19 de novembro de 2013.

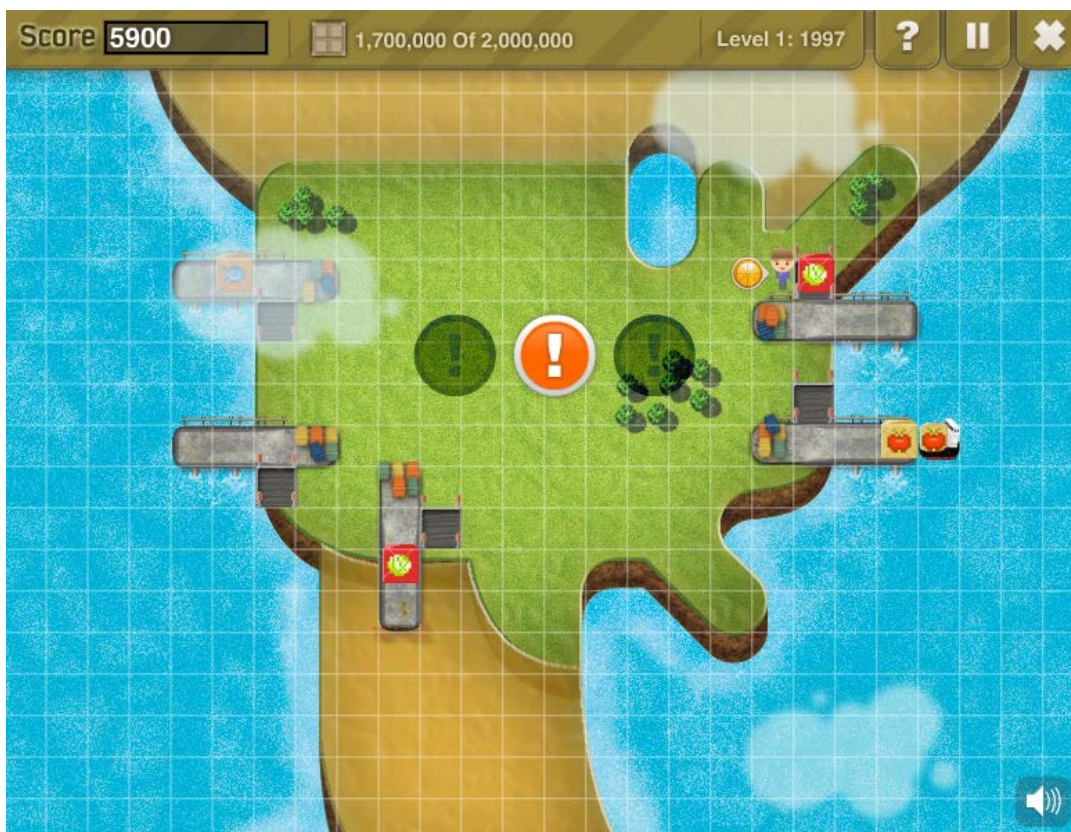
¹¹ Empresa desenvolvedora de games fundada por Ian Bogost.

¹² Traduzido como “gamificação”, significa utilizar mecânicas e pensamentos de jogos para enriquecer contextos não relacionados a jogos. O termo original foi cunhado por Nick Pelling em 2003 durante um trabalho de consultoria (MARCZEWSKI, 2013).

2007, período no qual as importações de alimentos aumentaram de dois milhões para nove milhões de remessas, enquanto que a equipe da FDA e seus recursos se mantiveram quase constantes.

Passando pela experiência da crescente incompatibilidade entre bens importados e recursos de inspeção, o jogador desenvolve um senso abstrato do problema, independentemente de qualquer opinião sobre sua causa ou solução. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 16, tradução nossa).

Figura 4: *Food Import Folly* funciona como reportagem objetiva através de uma retórica processual embasada em dados pesquisados.



Fonte: http://select.nytimes.com/2007/05/24/opinion/20070524_FOLLIES_GRAPHIC.html.

5.2.1.3 Tabloid Games

Tabloid games são versões gamificadas de soft news, como fofoca esportiva, política ou de celebridades. *Hothead Zidane* é um exemplo deste gênero. Apesar de ser

entendido por Ferrari (2009) como híbrido entre newsgame e editorial game, Bogost, Ferrari e Schweizer (2010) o consideram como algo mais fútil, com tendências ao sensacionalismo. A atitude condenável de Zinedine Zidane, aqui, seria vista apenas como algo cômico a ser exageradamente zombado para atrair atenção. “[...] tabloid games frequentemente tiram vantagem de controvérsia popular para transformar tráfego [de internautas] em impressões de anúncios.” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 18, tradução nossa).

Figura 5: *Hothead Zidane* ridiculariza o jogador de futebol Zinedine Zidane ao satirizar a cabeçada que ele deu no adversário Marco Materazzi ao final da Copa Mundial de 2006.



Fonte: http://www.corriere.it/Primo_Piano/Sport/2006/07_Luglio/10/pop_zidane.shtml.

Hothead Zidane é, originalmente, um jogo eletrônico simples, criado rapidamente. Porém, ele foi reestruturado pelo portal de games AddictingGames.com e relançado com um sistema de pontuação, múltiplos níveis e melhores gráficos e sons. “Tabloid games, por serem tão fáceis de produzir, são frequentemente melhorados e reinterpretados por outros game designers amadores.” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 16, tradução nossa).

Uma amostra recente que consideramos ser tabloid game, ao modo de Bogost, Ferrari e Schweizer (2010), é uma paródia gamificada do suposto caso amoroso de anos do presidente francês, François Hollande, com a atriz Julie Gayet. O escândalo repercutiu na mídia em janeiro de 2014¹³, inclusive com citação ao game, que virou viral nas redes sociais¹⁴.

*Jeu du Scooter: Aidez François Hollande à rejoindre Julie sans se faire prendre!*¹⁵, o título do game, traduz-se em “Jogo da Lambreta: Ajude François Hollande a reencontrar Julie sem ser pego”. No game, o jogador deve controlar o presidente pilotando uma lambreta — seria este o meio de transporte de Hollande em suas idas secretas ao encontro da amante — ao desviar de obstáculos, que incluem, além de paparazzi, a ex-parceira Segolene Royal e a primeira dama Valerie Trierweiler. Quanto mais longe o presidente percorrer sem ser atingido por um deles, maior sua pontuação. Mas *Jeu du Scooter* só chega ao fim quando o jogador não é capaz de desviar de um obstáculo, expressando a provável retórica processual do game: não é possível manter um segredo para sempre sem ser pego.

¹³ Reportagem da Revista Época: <http://epoca.globo.com/tempo/noticia/2014/01/caso-entre-bhollande-e-atrizb-comecou-em-2011-diz-revista.html>. Acesso em 18 de janeiro de 2014.

¹⁴ Publicação do jornal português Correio da Manhã: <http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/ultima-hora/jogo-online-ajuda-hollande-a-reencontrar-se-com-amante>. Acesso em 18 de janeiro de 2014.

¹⁵ Disponível em: <http://www.jeu-hollande.com>. Acesso em 17 de janeiro de 2014.

Figura 6: Em *Jeu du Scooter*, o jogador deve pilotar a lambreta de François Hollande alternando entre duas vias de passagem nas quais aparecem personagens como obstáculos.



Fonte: : <http://www.jeu-hollande.com>.

Um tabloid game semelhante à paródia das “fugidinhas” do presidente francês é *So you think you can drive, Mel?*¹⁶ (Então você acha que consegue dirigir, Mel?). Citado por Bogost, Ferrari e Schweizer (2010); Treanor e Mateas (2009), esse jogo ridiculariza o ator Mel Gibson quando este dirigiu embriagado e fez declarações antissemíticas em 2006¹⁷. No game, o jogador controla seu carro, em uma pista na qual é possível coletar garrafas de bebidas e desviar de policiais e estrelas de Davi arremessadas por judeus. A pontuação aumenta automaticamente de forma constante, mas ser acertado por uma estrela de Davi a diminui. Coletar uma bebida dá pontos adicionais, mas aumenta o teor alcoólico de Mel, diminuindo o controle que o jogador tem sobre o carro. Se cinco policiais forem atropelados, o jogo acaba e dá o seguinte recado em inglês: “Deixe a sua ‘Arma Letal’ e mantenha as duas mãos no volante”.

¹⁶ Disponível em: <http://www.freewebarcade.com/game/mel-gibson-drunk-driving/>. Acesso em 12 de janeiro de 2014.

¹⁷ Publicação da Folha de S. Paulo: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u62979.shtml>. Acesso em 11 de janeiro de 2014.

Figura 7: *So you think you can drive, Mel?* zomba de atitudes condenáveis de uma celebridade. Ainda que dirigir alcoolizado seja passível de crítica, o tabloid game faz mais uma chacota exacerbada do escândalo.



Fonte: <http://www.freewebarcade.com/game/mel-gibson-drunk-driving/>.

5.2.2 Infographic Newsgames

Os infográficos estão presentes no Jornalismo desde o começo do século XX. O gênero surgiu da necessidade de facilitar a compreensão de informações das quais era preciso fazer conexões. A partir daí, representação visual, e não apenas textual, passou a ser comum. Com a ascensão dos infográficos digitais, a interatividade ganhou espaço, oferecendo possibilidades ainda maiores de representatividade no webjornalismo.

Nesse contexto, surgem os infográficos aspirantes a games. Porém, em meio a definições incertas de Newsgame, esse subgênero oferece possibilidades para falácias. “Alguns infográficos podem tomar a forma de games adequados, enquanto outros são meramente similares a games, adotando algumas das convenções e sensações de games.” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 7, tradução nossa).

Bogost, Ferrari e Schweizer definem, então, quatro categorias para infográficos, cuja apenas a última é considerada como newsgame. As primeiras três são válidas tanto

para infográficos digitais quanto analógicos, uma distinção em relação à função. “[...] infográficos digitais genuínos fazem da interação uma parte da compreensão: infográficos analógicos são *lidos*, enquanto infográficos digitais são *operados*.” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 40, tradução nossa).

1. Infográficos Explanatórios: Apresentam informação sintetizada em formas relativamente estáticas. Resultados são priorizados em detrimento de processos.
2. Infográficos Exploratórios: Oferecem dados que devem ser sintetizados pelo usuário de maneiras independentes às expectativas de seus criadores.
3. Infográficos Direcionados: Guiam o leitor por dados dinâmicos, organizados para levarem a uma conclusão sintetizada de antemão pelo designer ou jornalista.
4. Infográficos Jogáveis: Adotam uma mistura de princípios dos infográficos exploratórios e direcionados, oferecendo múltiplas possibilidades com as quais brincar e jogar de tal forma visionada pelo criador.

Os melhores infográficos jogáveis oferecem direcionamento específico no contexto de exploração mais ampla de informação, usando o espaço da experimentação como o “livre movimento” que produz o brinco. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 47, tradução nossa).

Um exemplo de infográfico jogável é o *Hurricane Maker*¹⁸. Traduzido como “fazedor de furacão”, essa produção é uma ferramenta do *South Florida Sun Sentinel*, jornal diário do sul da Flórida nos EUA. *Hurricane Maker* permite ao usuário simular furacões num trecho do litoral atlântico da América. Primeiramente, é preciso colocar uma tempestade sobre o mapa. Em seguida, a altitude do cisalhamento do vento — fenômeno meteorológico que define as rápidas variações de direção e velocidade do vento — e umidade relativa do ar devem ser ajustadas. Quando o jogador estiver satisfeito, ele deve apertar os botões de confirmação respectivos a cada elemento. Se as condições estiverem ideais, a tempestade se transformará em um furacão de tamanho variado, dependendo das escolhas do usuário. Se a tempestade inicial for colocada por

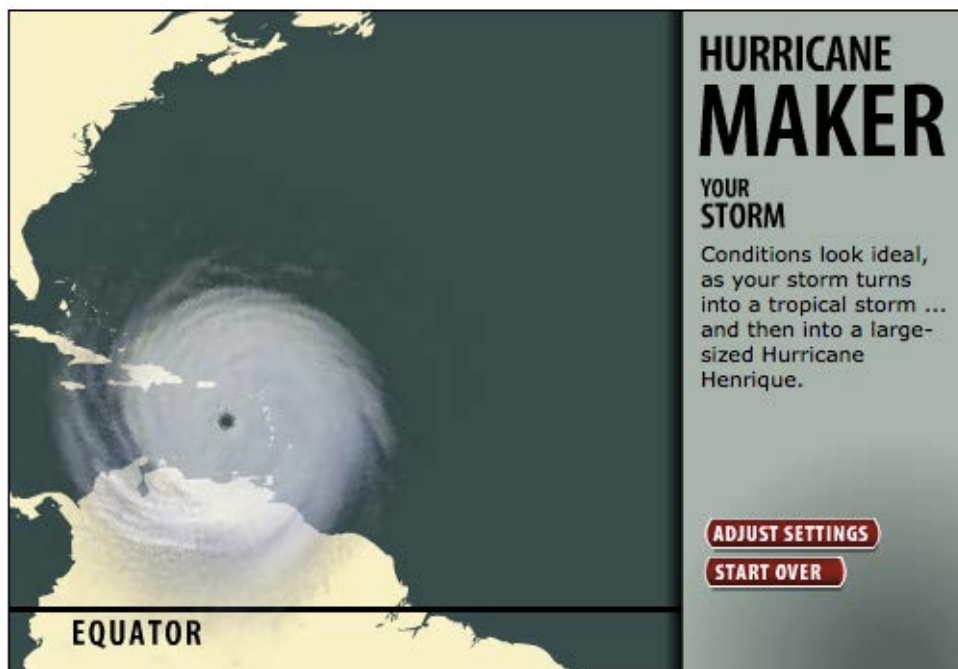
¹⁸ Disponível em: <http://www.sun-sentinel.com/broadband/theedge/sfl-edge-t-canemaker,0,4142989.flash>. Acesso em 23 de novembro de 2013.

cima de terra ou água de temperatura baixa, o infográfico informa que isso impossibilita a formação de um furacão e que é preciso escolher outro local no mapa. “Hurricane Maker tem qualidades lúdicas: jogadores tentam atingir um objetivo ajustando um sistema. Ensina usuários por tentativa e erro, direcionando a interação destes.” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 52, tradução nossa).

Figura 8: *Hurricane Maker* é um infográfico jogável: tem exploração livre, porém com direcionamento a um objetivo intencionado.

Make your own hurricane

Learn how hurricanes are formed.



Fonte: : <http://www.sun-sentinel.com/broadband/theedge/sfl-edge-t-canemaker,0,4142989.flash>.

Newsgames infográficos são uma solução jornalística de grande valor, pois podem ajudar na distinção entre dados e informação, oferecendo meios para que usuários percebam contextos e criem interpretações próprias de maneira mais intrínseca.

Criar um infográfico não é mais questão de tornar dados visuais. Em vez disso, envolve a criação de uma ferramenta para ajudar a entender esses dados visuais os sintetizando jogando. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 60, tradução nossa).

5.2.3 *Documentary Newsgames*

Este gênero merece atenção especial, pois envolve produções mais complexas, que elevam o nível de imersão do jogador leitor, colocando-o em universos muitas vezes tridimensionais, mais refinados e melhor detalhados. Assim como em outras mídias, no game, o documentário tenta construir contextualizações realísticas que despertam empatia. Trata-se de um *realismo social* (GALLOWAY, 2006).

O Newsgame documentário é evidenciado quando atinge uma das três formas de realidade: espacial, operacional ou processual. São maneiras diferentes pelas quais um newsgame tenta criar realismo social.

5.2.3.1 Realidade Espacial

“Espaço oferece um contexto para ações e sistemas; seus contornos possuem as memórias de eventos passados e a possibilidade de ocorrências futuras.” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 64, tradução nossa). Com isso em mente, sabemos que um newsgame documentário tem o potencial de tornar navegáveis os ambientes de eventos, recentes ou não.

Berlin Wall, uma modificação de *Half-Life 2* — semelhante à apropriação da mecânica de *Bejeweled* feita pelo *Layoff!* —, é um game documentário de realidade espacial que recria um trecho do famoso muro que separou a Berlim Oriental da Ocidental durante a Guerra Fria. O universo inclui pontos específicos, como torres de vigia, o posto militar *Checkpoint Charlie*, o “corredor da morte” e uma rede subterrânea de túneis de refugiados. Jogadores, com visão em primeira pessoa, são incentivados a cruzarem do lado Oriental para o Ocidental, pulando o muro, passando pelo *Checkpoint Charlie* ou usando os túneis. O game é detalhado com indícios visuais de resistência política, mas não permite encenar manobras de guerrilha como realmente ocorreram.

Em vez disso, *Berlin Wall* é uma recriação tridimensional minimamente jogável de um espaço que tenta preservar um senso de como seria estar presente na Berlim que já se foi há décadas. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 65, tradução nossa).

Figura 9: *Berlin Wall* recria um espaço crucial da Guerra Fria para provocar uma sensação de presença.



Fonte: <http://newsgames.gatech.edu/blog/2009/04/>.

Games de documentário espaciais enfatizam a importância dos elementos abstratos. Como no cinema ou teatro, inserir em cena objetos adequados ao universo pretendido contextualizam abstratamente o espaço. Isso influencia diretamente na escolha do que é mais relevante a ser retratado na mídia em questão.

Da perspectiva do realismo social, é menos importante encher um espaço com texturas fotorrealistas e modelos 3D de muitos polígonos [elementos de alta resolução] do que encher um espaço menos avançado tecnologicamente com objetos significativos e naturalmente arranjados. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 66, tradução nossa).

5.2.3.2 Realidade Operacional

Essa realidade “permite jogadores a *encenarem* eventos específicos, em vez de explorá-los atropeladamente” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 66,

tradução nossa). Nesse tipo de newsgame documentário, podemos inferir que há uma tentativa de diminuir as lacunas de simulação ao máximo possível, tendo em vista que o objetivo é traçar para o jogador um caminho sem variações cruciais. Na realidade espacial, isso não é um problema, já que o propósito é apenas construir abstrações acuradas para caminhos variáveis.

Um exemplo de newsgame documentário de realidade operacional é o *9-11 Survivor*, uma modificação do game *Unreal Tournament 2003*, que simula uma experiência que foi comum às vítimas dos atentados terroristas ao World Trade Center de 11 de setembro de 2001. O game, que esteve disponível brevemente na internet durante 2003, coloca o usuário na posição de alguém preso num andar muito alto de uma das Torres Gêmeas durante os atentados. Em um cenário, o jogador é um empresário incapaz de encontrar qualquer saída, podendo apenas escolher perecer em chamas ou se atirar de uma abertura. Em outras situações, é possível escapar, porque o jogador se encontra em um andar mais baixo.

Figura 10 : *9-11 Survivor* é um newsgame que pretende passar emoção intensa, colocando o jogador na pele de quem foi obrigado a escolher entre maneiras de morrer.



Fonte: <http://serious.gameclassification.com/EN/games/13321-9-11-Survivor/index.html>.

9-11 Survivor causou polêmica quando lançado, pois foi considerado como uma exploração comercial insensível¹⁹. Entretanto, indiferença é o último sentimento que esse game pretende causar dentro de sua operação. “*9-11 Survivor* convida reflexão sobre o evento traumático em nome de memória e não tomada de decisão.” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 67, tradução nossa).

5.2.3.3 Realidade Processual

Na realidade espacial, surgem questionamentos quanto à manipulação do curso real de eventos, colocando em dúvida se isso configuraria uma documentação histórica ou não. Na realidade operacional, o problema é a restrição da experiência em algo inteiramente linear, desperdiçando as capacidades do game como mídia diferenciada.

“Mas games de documentário processuais usam regras para modelar *comportamentos subjacentes a uma situação*, em vez de meramente contarem histórias de seus efeitos.” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 69, tradução nossa). Para Bogost, Ferrari e Schweizer, a realidade processual tem o potencial para o futuro mais promissor de games documentários.

Para descrever processos e consequências, é necessário explicitar um contexto de antemão e como foco constante, ao invés de deixá-lo apenas como segundo plano para personagens. Certos games descaracterizam personagens por completo, até mesmo colocando o jogador em posição de um deus ou grande líder onipresente e onisciente. As vertentes desse tipo de jogo eletrônico podem variar entre games de *Real Time Strategy* (Estratégia em Tempo Real), *God Games* (games de deus), ou então games de *construction and management simulation* (simulação de construção e gestão). Um exemplo clássico desse tipo de estrutura é o *SimCity*, game que simula a construção e o desenvolvimento de uma cidade, onde o jogador é o prefeito.

¹⁹ Os criadores John Brennan, Mike Caloud e Jeff Cole receberam ameaças de morte e foram acusados de mau gosto e indecência moral (RAESSENS, 2006).

Um jogo similar, o newsgame documentário *PeaceMaker*²⁰ é uma produção sofisticada, da desenvolvedora independente ImpactGames, que mostra a realidade processual no conflito israelo-palestino contemporâneo. O jogador assume o papel do Primeiro Ministro israelense ou do presidente da Autoridade Nacional Palestina, numa tentativa de trazer paz ao Oriente Médio. Para isso, é preciso gerenciar uma série de medidas, dentre elas: desenvolver infraestrutura, educação, saúde e cultura; investir em forças armadas; negociar com partidos políticos, governos aliados e a ONU. Enquanto isso, eventos aleatórios, como insurreições, ataques e protestos atrapalham os planos do jogador, desviando-o de negociações. Essas interrupções são ilustradas com fotos ou vídeos de acontecimentos reais, assim como a introdução do game, que faz uma retrospectiva histórica do conflito.

Na posição do Primeiro Ministro, é preciso satisfazer tanto o público israelense quanto o palestino, mas há recursos adicionais a serem usados e de maneira mais direta, como demolir assentamentos e lançar mísseis. Já como o presidente, o jogador deve atender às expectativas mundiais além das do povo palestino, através de opções limitadas pela hegemonia israelense em setores como transporte e controle de fronteiras. Em ambas as posições, cada escolha deve ser feita levando em consideração lados divergentes, já que a vitória é apenas atingida alcançando a pontuação máxima de satisfação de dois grupos distintos.

Em games como *PeaceMaker*, jogadores não perguntam “O que eu posso fazer em seguida?”, mas, em vez disso, “Como as dinâmicas dessa situação operam?”. Uma realidade processual vai além dos espaços e ações de um evento, explorando a realidade do comportamento de uma situação. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 75, tradução nossa).

²⁰ Disponível para download em: <http://www.peacemakergame.com/store/download.php>. Acesso em 11 de janeiro de 2014.

Figura 11: Decisões difíceis nem sempre são as mais populares quando se trata de grandes lideranças. Lidar com insatisfação quando se toma medidas corretas é o que o newsgame documentário *PeaceMaker* mostra ao retratar o conflito israelo-palestino.



Fonte: print screen do software do game, após ser baixado e instalado.

5.2.4 Puzzle Newsgames

Ao pé da letra, pensaríamos em newsgames quebra-cabeças, porém esse subgênero agrega um sentido maior no termo *puzzle*. São jogos que oferecem enigmas a serem solucionados por raciocínio lógico. Esse subgênero nos leva a refletir sobre os primórdios do newsgame, antes mesmo de Gonzalo Frasca. São as clássicas palavras cruzadas, as primeiras experiências de intersecção entre jornalismo e game, ainda que o segundo seja na forma mais primitiva, antes de ser eletrônico, fazendo alusão ao termo inglês original: *game* (jogo).

Apesar de uma origem mais remota, milenar, de charadas na antiguidade, a primeira palavra cruzada surgiu em dezembro de 1913, impressa no *The New York World*. O editor da época, Arthur Wayne, precisou preencher o espaço de entretenimento do jornal e, para isso, inventou uma forma preliminar do que depois passou a ser a atual palavra cruzada (SWIFT, 2007).

A princípio, esses enigmas corriqueiros não tratavam de assuntos pautados pelo jornalismo. Por terem uma estrutura complexa e rígida, apenas a criação de palavras nada relacionadas umas com as outras que tivessem letras coincidentes (para se cruzarem) já era uma tarefa trabalhosa. E, tendo em vista a periodicidade diária de jornais, palavras cruzadas jornalísticas seriam algo quase impossível, podendo, no máximo, fazer especiais temáticos, pouco informativos, como o *Patriot Games*²¹.

A solução foi, então, alterar a estrutura original das palavras cruzadas. Mas isso não perverte a essência do gênero.

Assim como a palavra cruzada tirou sua forma do acróstico [tipo de texto em que as primeiras letras de cada linha ou parágrafo formam verticalmente uma ou mais palavras] e do word square [um tipo especial de acróstico que consiste de um conjunto de palavras escritas em uma grade quadrada de tal modo que as mesmas palavras podem ser lidas horizontalmente e verticalmente], assim a própria palavra cruzada está agora se tornando uma inspiração para novas formas de quebra-cabeças. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 87, tradução nossa).

Um exemplo desse tipo de adaptação é o game *Crickler*²², cujo nome provem de seus criadores, Michael e Barbara Crick. Esses enigmas mantêm as dicas verbais e palavras únicas, mas são organizados em listas de respostas apenas horizontais e separadas em vez de grades com linhas também verticais e cruzadas. A única relação entre palavras é quando o acerto de uma letra automaticamente preenche espaços em outros termos que tenham a mesma letra, imitando as dicas de palavras cruzadas tradicionais nas soluções ortogonais. Michael e Barbara Crick explicam a evolução:

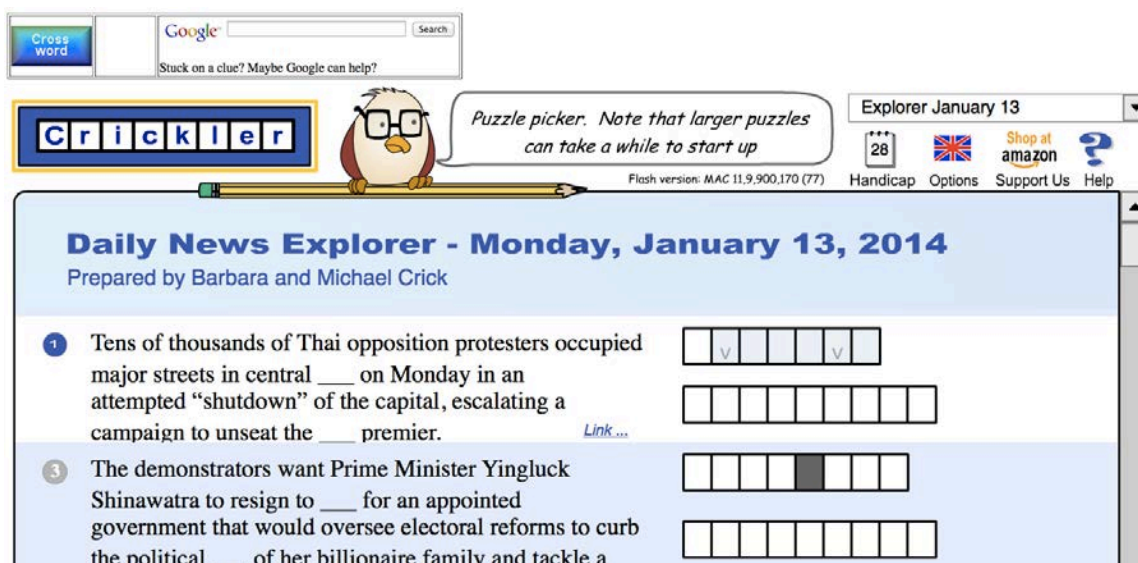
²¹ Publicado na edição impressa de 05 de julho de 2003 do *New York Times*, *Patriot Games* é um conjunto de quebra-cabeças pautados em feriados ou eventos patrióticos dos EUA. As resoluções de enigmas menores, juntos, dão a resposta a um quebra-cabeça central.

²² Disponível em: <http://crickler.com/crossword.html>. Acesso em 13 de janeiro de 2014.

Palavras cruzadas tradicionais são incrivelmente bem sucedidas, mas eles têm várias desvantagens: (1) Eles são difíceis de construir, (2) A maioria das palavras são curtas e muitas vezes escolhidas de maneira boba, só porque encaixam, (3) Corresponder dicas a números é uma distração e (4) Um determinado quebra-cabeça costuma ser muito fácil ou muito difícil. Cricklers resolvem todos esses problemas, mantendo a essência e a sensação de um jogo de palavras cruzadas tradicional.²³

Esse modelo menos engessado permite ao *Crickler* pautar o jornalismo diário. Inclusive, há a opção de obter uma dica de letra a cada minuto (disponível quando a cor da borracha do lápis estiver verde), clicando na coruja, que pode ser substituída por um clique no explicitado “link” (ver figura 12). Isso leva o usuário a uma notícia do dia que deve servir de dica para a palavra-chave pretendida.

Figura 12: *Crickler* é um *newspuzzle*, uma adaptação das clássicas palavras cruzadas para o meio digital, pautada no jornalismo diário.



Fonte: <http://crickler.com/crossword.html>.

Outro tipo de enigma é o *quiz* (questionário). Surgido em meados do século XIX, é um entretenimento baseado em perguntas e respostas, por vezes cômicas, que induzem um raciocínio lógico. Bogost, Ferrari e Schweizer afirmam ser uma forma simples de jogo, que pode tematizar assuntos jornalisticamente relevantes. Inclusive, citam exemplos

²³ Tradução nossa. Disponível em: <http://www.crickler.com>. Acesso em 13 de dezembro de 2013.

como o *New York Times* e *New Yorker*, respectivamente jornal e revista estadunidenses que publicam *quizes* rotineiramente, acerca de assuntos pautados.

No entanto, não vemos no *quiz* características que o definem como Newsgame, propriamente dito. Ainda que digitalizado, esse tipo de “jogo” não demonstra nenhuma estrutura gamificada. Mesmo que os *newspuzzles*, como o *Crickler*, não apresentem simulações sistemáticas, há, ao menos, elementos lúdicos — como a necessidade de encontrar uma palavra específica cujas letras preencham espaços predefinidos — que fazem da experiência algo maior que apenas uma interpretação. Consideramos os *quizes* como mero diálogo entre um leitor questionado por uma estrutura automatizada que possui respostas melhor comparadas a um gabarito de prova escolar do que às reações de um verdadeiro game.

5.2.5 Literacy Newsgames

“Jornalismo precisa ser aprendido de alguma maneira, seja pela escola ou experiência em campo. Demanda um tipo especializado de *instrução*.” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 107, tradução nossa). Os newsgames de instrução usam toda a capacidade de retórica processual para se voltarem ao próprio Jornalismo. Poderíamos dizer que são produções metalinguísticas, se pensarmos os newsgames como propriamente jornalísticos.

Mas não apenas para o ensino da prática servem esses jogos eletrônicos especializados. Ao destacar valores do Jornalismo, eles ilustram o propósito da profissão, modelando seus aspectos positivos e negativos. Além de suplementarem a educação jornalística, os newsgames de instrução podem despertar os primeiros interesses pela área de uma forma mais atrativa.

Um game que se encaixa nesse gênero é o *Dead Rising*²⁴, apesar de não ter sido criado originalmente para instruir jornalistas em potencial. As mecânicas principais giram em torno de combate, porém o jogador assume o papel do fotojornalista fictício Frank West. A mando de agentes da Agência de Segurança Nacional dos EUA (NSA), sua

²⁴ Game que funciona exclusivamente no console (plataforma específica que geralmente se conecta a uma televisão) Xbox 360.

missão é registrar, em três dias, um surto de zumbis num shopping, além de descobrir os porquês da história e resgatar sobreviventes no caminho. Um sistema automático de pontuação para fotografias incentiva o jogador a alternar entre documentarista de cenários bélicos e paparazzo de cenas fortes. Imagens de conotação sexual, violenta ou de outra maneira emocionalmente provocativas dão pontos extras.

Figura 13: Em *Dead Rising*, o jogador passa pela experiência de fazer fotojornalismo em um contexto de perigo e medo. Além de sobreviver, é preciso documentar o que acontece.



Fonte: <http://www.toplessrobot.com/zombies/>.

O game limita o número de fotos que podem ser tiradas na câmera de Frank. Simulando filme ou cartões de memória, o jogador deve reabastecer em um de dois quiosques situados cada um em um lado do shopping. Porém, alcançá-los é um processo demorado e perigoso, já que Frank deve passar por ambientes hostis e não pode perder a oportunidade de registrar os eventos mais importantes. Se o jogador falha em aceitar um caso no tempo e lugar devidos, o game informa que “a verdade foi perdida na escuridão”. Via radiotransmissor, o zelador Willy informa Frank sobre “furos”, missões opcionais

para resgatar sobreviventes, que às vezes revelam caminhos alternativos secretos no shopping como recompensa.

Quando o jogador estoura um deadline, o game pula para uma cena onde os sobreviventes são assaltados e transformados em zumbis. E, como só é possível salvar o progresso em poucos locais-chaves, perder um furo se torna um evento permanente, fazendo do jogo uma simulação mais próxima das frustrações reais de um jornalista.

Como *Dead Rising*, esses games podem não ser explicitamente projetados para educação jornalística. Em vez disso, através de seus status de entretenimento popular de consumidor, eles podem encorajar suporte para o papel do jornalismo na sociedade contemporânea. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 108, tradução nossa).

Um exemplo mais explícito do subgênero dos newsgames de instrução é a série de games *Global Conflicts*²⁵, desenvolvida pela *Serious Games Interactive* para computador. Criados com o intuito de serem usados em sala de aula como ferramenta didática, esses jogos eletrônicos ensinam história, geografia, cidadania e mídia para estudantes de 13 a 20 anos.

Em mundos extensamente detalhados tridimensionalmente, abordando conflitos globais e temas fundamentais, como democracia, direitos humanos, globalização e terrorismo, o jogador geralmente assume o papel de um jornalista investigativo que deve desvendar os mistérios por trás de uma boa reportagem. Para isso, é preciso entrevistar vários personagens, tendo cuidado para não intimidá-los, cujas respostas devem ser confrontadas, como no jornalismo real. Porém, as lacunas de simulação entram em ação, tornando a experiência incompleta, inevitavelmente.

Em *Global Conflicts: Palestine*, cujo tema é o conflito israelo-palestino — com visão interna, em primeira e terceira pessoas; diferente de *PeaceMaker*, que tem visão externa, em perspectiva divina²⁶ — as opções de aproximação às fontes são limitadas em apenas duas possibilidades parciais de pergunta: ora tendendo ao lado israelense, ora ao palestino. Cada escolha direciona os diálogos a discussões específicas, que continuam a

²⁵ Disponíveis em: <http://www.globalconflicts.eu>. Acesso em 05 de janeiro de 2014.

²⁶ *Global Conflicts: Palestine* e *PeaceMaker*, ainda que ambos tematizados no conflito israelo-palestino, não são similares. Isso se deve ao tipo de visão em cada game, que os torna essencialmente distintos (RYAN, 2001; TAYLOR, 2003).

oferecer bifurcações. Tudo que o jogador assimilar no papel de repórter será usado para publicar uma matéria ao final do enredo. Assim, mesmo que com estrutura que obrigue um viés opinativo, *Global Conflicts: Palestine* é constituído por grandes gamas de possíveis simulações de um fazer jornalístico. Isso ensina processualmente que

redigir uma boa reportagem não consiste em revelar uma simples verdade final, mas, em vez disso, envolve compreender e clarificar contextualmente informação relevante (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 119, tradução nossa).

Esse tipo de bifurcação encadeada durante as entrevistas às fontes também está presente em *Global Conflicts: Latin America*, que retrata violência, corrupção, escravidão por dívida e tráfico de humanos na Bolívia, Guatemala ou México. No entanto, esse game não obriga o jogador a assumir de antemão um lado da notícia em construção. Em vez disso, é necessário recolher informações de base, investigando fontes preliminares em um espaço geográfico virtual, para ao final confrontar um entrevistado chave.

No caso da missão de Guatemala, a entrevista foi [é] realizada com um general militar de caráter questionável que está concorrendo à presidência guatemalteca. [...] o argumento final permite ao jogador seguir uma linha de questionamento auxiliada pelos fatos comprobatórios e contra-argumentos coletados nas outras entrevistas. Dependendo da qualidade da informação, o usuário terá recolhido argumentos suficientes para essa última designação. Esta é uma tarefa vital que os jornalistas têm de realizar em entrevistas [...] (SCHWEIZER, 2009, p.1, tradução nossa).

Figura 14: *Global Conflicts: Latin America* simula um universo de tristes realidades nada estranhas ao Brasil. O jogador vive as dificuldades do jornalismo investigativo em meio a grandes riscos.



Fonte: <http://www.gameswelt.de/global-conflicts-latin-america-review/review/seite-1,5453>.

5.2.6 Community Newsgames

Qual o objetivo do Jornalismo se não instigar ações que movam uma comunidade?

Uma das metas do jornalismo é ajudar cidadãos a tomarem decisões em uma democracia. Mas a maioria dos games, como a maioria de escrita, filme, fotografia e outras mídias pelas quais a notícia é entregue, não produzem ação *direta* no mundo. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 129, tradução nossa).

E se um newsgame pudesse, através de uma simulação, provocar diretamente atitudes construtivas coletivas fora do jogo? É o caso do *World Without Oil*²⁷, um jogo de

²⁷ Disponível em: <http://www.worldwithoutoil.org>. Acesso em 16 de dezembro de 2013.

realidade alternada — diferente de realidade alternativa²⁸ — que simula o mesmo mundo em que vivemos, com uma diferença ficcional: a escassez de petróleo.

O site do game serve de sede virtual para quem quiser participar do cenário hipotético. O jogo em si não é hospedado ali, porque ele é imaginário. O site apenas oferece um espaço para jogadores publicarem, seja por escrita, fotos, vídeos ou áudio, relatos fictícios construídos verossimilmente, imaginando as consequências em suas rotinas caso não pudessem contar mais com o petróleo. Vale apontar que o jogo teve seu auge em 2007 e não apresenta publicações atuais.

Como em muitos jogos de realidade alternada, a brincadeira teve lugar não apenas em um tabuleiro de jogo ou numa tela de computador, mas no mundo, nas ruas e nos jardins e por uma variedade de canais midiáticos online como blogs e YouTube. Rainey era uma personagem ficcional, jogada por um de muitos “mestres das marionetes” humanos reais que puxam as cordas proverbiais do jogo, semeando cenários e problemas para os jogadores resolverem. Cada dia no jogo representava uma semana em ficção, com novos problemas geopolíticos e consequências aparecendo regularmente. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, pp. 127-128, tradução nossa).

Jogadores, na casa dos milhares em quantidade e provenientes de vários países, registraram atitudes que pudessem solucionar a crise global hipotética. Algumas dessas ações foram reais, como a criação de hortas comunitárias ou se transportar a pé ou de bicicleta para o trabalho no período em que durou o jogo.

World Without Oil é distinto de outros games em muitas maneiras. Mas talvez sua característica mais importante seja que seu brinco foca em produzir novos discursos sobre uma crise energética global, estendendo esses discursos em direção a ações reais. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 129, tradução nossa).

5.2.7 Newsgame Platforms

“Nos termos mais básicos, uma plataforma é um sistema que simplifica o desenvolvimento de outras coisas construídas em cima de si.” (BOGOST; FERRARI;

²⁸ Realidade *alternativa* é uma realidade escolhida entre várias. Já realidade *alternada* é um mundo real que usa o game como metáfora. (MCGONIGAL apud BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010).

SCHWEIZER, 2010, p. 156, tradução nossa). Um exemplo primordial são os tipos móveis de Gutenberg, que possibilitaram a reprodução mecânica do texto escrito. As melhorias dessa invenção propiciaram o surgimento da impressão massiva da notícia, que por sua vez criou uma nova plataforma: a indústria do jornalismo impresso. A partir daí, a pirâmide invertida serviu de outra plataforma para um padrão de resultados aceitáveis de notícia. Com isso, o papel perdeu importância; rádio, televisão e internet, mais plataformas, puderam oferecer novos meios para a propagação de conteúdo.

Por que o próprio Newsgame, surgido dos meios digitais, não poderia também tornar-se uma plataforma para um tipo nunca visto de conteúdo? Assim como, a cada nova mídia, o Jornalismo ganhava novos formatos de linguagem respectivos, o Newgame também não faz uma mera transposição da notícia para os jogos eletrônicos. Da mesma maneira que a mudança da linguagem jornalística para rádio fez deste uma plataforma para culminar na origem do conteúdo televisivo, a alteração da comunicação noticiosa para servir ao game fará deste uma plataforma que origine novos produtos. Em suma, plataformas transformam o Jornalismo para o surgimento de outras plataformas, gerando um ciclo, do qual o Newsgame fará parte.

Para clarificar essas nuances, voltemos ao exemplo do *PeaceMaker*, lançado em 2007 pela desenvolvedora ImpactGames. O game retrata com sucesso o cenário geral da crise israelo-palestina. No entanto, sua falha é não poder se adaptar a novos acontecimentos específicos que continuam a acontecer em meio ao conflito. Diante dessa incompletude, os fundadores da ImpactGames, Eric Brown e Asi Burak, partiram para superar *PeaceMaker*.

Games de evento recente visam eventos específicos assim que surgem, games documentários depois que já ocorreram. Ambos requerem algum grau de desenvolvimento longo e customizado. Brown e Burak imaginaram se num teria uma maneira de expedir o processo. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 152, tradução nossa).

Eles lançaram, em 2008, o *Play the News*²⁹ (Jogue o Noticiário), um newsgame incomum que dá a jogadores a oportunidade de brincar com a própria cobertura

²⁹ Disponível em <http://www.playthenewsgame.com>, segundo fontes, porém disfuncional. Última tentativa de acesso em 17 de janeiro de 2014.

jornalística e não com eventos já noticiados. Ou seja, trata-se de um conteúdo gerado pelo consumidor (CGC), fenômeno da web 2.0 (LEMES, 2008).

Play the News é dividido em três etapas. (1) Primeiramente, o jogador tem acesso a informações contextuais a respeito de um acontecimento de sua escolha, dentre as opções disponíveis. Os dados podem estar em forma de texto, áudio, fotografia, vídeo ou infográfico. (2) Depois de explorar conteúdo suficiente, o jogador deve escolher interpretar o papel de uma das partes envolvidas no assunto escolhido. O game explica os interesses específicos de cada uma e depois leva o usuário a decidir que atitude o protagonista definido deve tomar e a fazer uma previsão do que realmente aconteceria. (3) O jogo então revela, através de informações adicionais do acontecimento, o que de fato ocorreu. O jogador pode também consultar estatísticas que o game gera sobre a precisão de sua previsão e a tendência de sua opinião.

Play the News julga previsões pela acurácia, publicando pontuações no site sob o perfil do jogador. A ImpactGames espera que essas pontuações públicas criem um incentivo para jogar o game regularmente, superando alguns dos desafios de games de evento recente infrequentemente atualizados. Mas o sistema também oferece outro benefício: um mercado de previsão baseado na comunidade permite ao game reformular notícias sobre eventos no passado recente como cenários de causa e efeito no futuro próximo. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 153, tradução nossa).

5.3 NewNews

Termo cunhado por Geraldo Seabra (2007), NewNews significa, traduzido, “nova notícia”. O autor propõe um modelo que vai muito além que as ideias discutidas até então, com exceção à última, plataformas de newsgames. A proposta de Seabra se assemelha à mecânica de *Play the News*, pois fundamenta também conteúdo gerado pelo consumidor.

Na verdade, propomos um novo paradigma de produção e concepção de notícia. Como já frisamos, a técnica da pirâmide invertida sozinha não se sustenta mais no ciberespaço (Salaverría, 1999). Desta forma, a instituição do *NewsGames* contribui para a adequação da notícia tradicional ao mundo digital, originando o que denominamos de *NewNews*. A partir da fundamentação desse novo paradigma, a utilização da notícia em um suporte de *game online* não feriria nenhum pressuposto purista que aponta, até então, a pirâmide invertida como uma das principais formas narrativas da notícia,

mesmo em ambiente multimídia, caracterizado pelo fenômeno do hipertexto. Nesse limiar de quebra de paradigmas, o *NewsGames* propõe a subversão da edição e disponibilização tradicional da notícia. Ao mesmo tempo, a nova proposta também subverte a narrativa tradicional dos *games*, ao estabelecer um novo paradigma para as narrativas do *videogame*: abre possibilidade para o jogador criar seus próprios *games*, em tempo real, de acordo com suas afinidades e interesse. Assim, os jogadores podem desenvolver um jogo a partir de um *game* pré-formatado, ou até criar o seu próprio jogo, usando ferramentas virtuais de criação, munindo-se de informações noticiosas como mais um elemento narrativo. (SEABRA, p. 9, 2007).

Os NewNews estariam especificamente estruturados em jogos eletrônicos do gênero RPG — *Role Playing Game* (game de interpretação de papéis) —, um tipo de interatividade interna em universos exploratórios, cuja visão é em terceira pessoa (RYAN, 2001). Seabra justifica essa escolha dizendo que o RPG apresenta possibilidades de multinarrativas, ainda que Gonzalo Frasca (2001), pai dos Newsgames, distancie ontologicamente simulação — elemento essencial dos games — de narrativa. No entanto, valendo-se da perspectiva do observador externo, que, segundo o próprio Frasca, vê simulação como narrativa, o equívoco é compreensível. Nota-se, aliás, que “o brasileiro Geraldo Seabra nunca jogou videogame – o que parece irônico quando se conhece sua trajetória acadêmica”, segundo reportagem de 21/11/2012 publicada no blog jogodanoticia³⁰.

O autor ainda define um *NewGatekeeper* (novo gatekeeper), uma função assimilada à do mestre do jogo. Este é um usuário com poder e responsabilidade maiores em RPGs, muitas vezes conduzindo o game e definindo suas limitações funcionais para outros jogadores, além de criar narrativas (XAVIER, 2011). Apontamos, porém, que estas acontecem sobre um sistema simulatório preexistente — que funciona como plataforma — e não configuram estruturalmente os games, ainda que interativas. O *NewGatekeeper* é o editor dos newsgames, nos quais ele insere uma ou várias notícias captadas na web, criando narrativas temáticas (SEABRA, 2007).

Diferente do *Gatekeeper* original, da mídia tradicional, que filtra informações de acordo com seu próprio interesse (WHITE, 1950), o *NewGatekeeper* “trabalha a escolha de notícias de forma consensual com o grupo de *gamers*” (SEABRA, p. 11, 2007).

³⁰ Disponível em: <http://jogodanoticia.wordpress.com/2012/11/21/newsgames-a-teoria-leva-a-pratica/>. Acesso em 09 de dezembro de 2013.

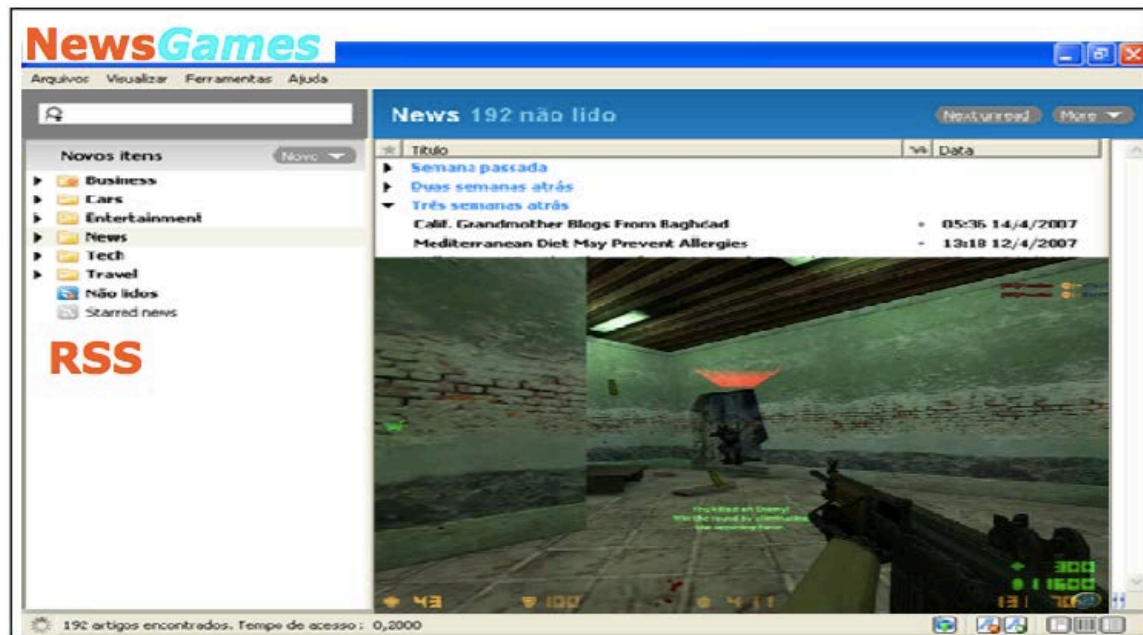
Assim, para Seabra, um Newsgame é a reprodução de um fato noticioso, por meio de recursos infográficos multimidiáticos, que ganha caráter de Mobilização Coletiva Segmentada (MCS) — agrupamento social na web pelo qual pessoas se unem em prol de um objetivo em comum. Seabra coloca ainda um terceiro termo para designar o *NewGatekeeper*, talvez de forma mais específica. Trata-se do *NewMaster*, referente à função da figura tradicional do mestre do RPG e que, a partir de interfaces, constrói cenários de jogos aos quais ele convida participantes.

Para tanto, ele terá ao seu dispor ferramentas e recursos digitais (mais fáceis de manipular), que permitirão a construção de *games online*, em tempo real. Uma vez concluída a plataforma do jogo (o tempo de construção varia conforme a complexidade de cada jogo) os *gamers* recebem uma senha – que aparece na tela de cada jogador inscrito – habilitando-os a jogar. Ao introduzirem o *login* e a senha, aparecerá na tela-base o cenário do jogo, quando o *NewMaster* proporá como meta a solução do problema [...] (SEABRA, p. 9, 2007).

Seabra propõe o RSS — *Rich Site Summary* ou *Really Simple Syndication* — como motor de seu modelo de Newsgame. Trata-se de uma tecnologia que permite leitura e disponibilização de informações em qualquer site. O acesso a dados variados é característica também de *Play the News*, assim como outras nuances, enquanto demais são acréscimos:

O jogo começa com a inscrição de uma “palavra-chave” na lacuna de pesquisa disponibilizada na interface do *game*, que passa a reproduzir em forma de infografia eletrônica os dados do fato noticioso, através de agregadores de conteúdo . Por um canal de voz dentro do jogo conhecido como *TeamSpeak* [software que permite falar com vários jogadores ao mesmo tempo, através de dispositivo de áudio], o *NewMaster* informará aos *gamers* regras do *game* específico. A partir daí, os jogadores começam a montar as suas estratégias de jogo, como se estivessem jogando *games* de vários formatos, como *SinCity* e *The Sims*. Cada um assume o papel de cada personagem inserido no contexto da notícia-tema, usada como elemento narrativo. O jogo pode durar (horas ou dias) mais que o tempo de veiculação da notícia tradicional, e ser interrompido e reiniciado a qualquer momento pelo *NewGatekeeper* . Mas quando o jogo for declarado encerrado pelo mestre, a possível solução da questão-notícia é registrada como resultado-notícia, que pode ser editado como informação nova na *Web*. (SEABRA, pp. 12-13, 2007).

Figura 15: Proposta de interface para uma nova plataforma do NewsGames.



Fonte: SEABRA, 2007, p. 13.

6 EXEMPLOS BRASILEIROS

Após conhecer várias modalidades dos jogos eletrônicos jornalísticos, analisaremos agora alguns exemplos nacionais que se autorrotulam como Newsgame. Especificamente, examinaremos produções da Revista Superinteressante, que tem uma seção de seu site exclusivamente para “newsgames”, como denominada.

*Filosofighters*³¹, um game de luta, é um deles. O jogador escolhe um entre oito filósofos renomados da humanidade que deve batalhar outro em um combate de melhor de três. Cada lutador tem, além de um golpe básico, dois ataques especiais baseados em suas ideologias icônicas. Por exemplo, Platão possui “O mundo das ideias”, que projeta uma forma perfeita do pensador para socar o adversário, e “A caverna”, que surge em cima do oponente para esmagá-lo. Os demais filósofos são: Santo Agostino, Nicolau Maquiavel, René Descartes, Jean-Jacques Rousseau, Karl Marx, Friedrich Nietzsche e uma dupla que funciona como único lutador composta por Simone de Beauvoir e Jean-Paul Sartre (que formavam um casal na vida real).

Apesar de criativo e educativo, visto que contém textos informativos de introdução e sobre os filósofos e seus “golpes”, não entendemos o *Filosofighters* como Newsgame. O jogo constrói cenários inverossímeis, com personagens fantasiosos, ainda que inspirados em indivíduos reais de relevância para a humanidade. Os filósofos lutadores são nada mais que alegorias para suas próprias ideologias e o game serve de plataforma para metaforizar uma explicação didática disso.

³¹ Disponível em: <http://super.abril.com.br/multimedia/filosofighters-631063.shtml>. Acesso em 12 de setembro de 2013.

Figura 16: *Filosofighters* não é Newgame, pois constrói uma ficção inverossímil.



Fonte: <http://super.abril.com.br/multimedia/filosofighters-631063.shtml>.

Outro autoproclamado newgame da Superinteressante é o *CSI – Ciência Contra o Crime*³². Trata-se de um game que aborda avanços tecnológicos na solução de crimes. O jogador, no papel de um policial forense (que não é ilustrado de forma alguma), deve investigar um assassinato misterioso. A retórica processual do jogo é demonstrar como as medidas policiais são meticulosas numa cena de crime e como a ciência contribui para solucionar esse tipo de caso. É preciso vasculhar clicando aleatoriamente em pontos de um cenário estático que mostra um defunto no escritório de sua casa. O jogador então passa a fazer o mesmo em cenários seguintes, como um necrotério, onde o corpo é analisado mais a fundo; um laboratório onde aparecem novas pistas. Com a possibilidade de alternar entre cada etapa, recolher as pistas necessárias é uma tarefa que não exige recomeçar o jogo, mas oferece possibilidades simulatórias diversificadas — a ordem da investigação varia, apesar de apenas um resultado solucionar o caso.

Nicolly Ribeiro (2012) categoriza *CSI – Ciência Contra o Crime* como *reportage game* (game de reportagem). Vemos isso como um equívoco, visto que essa é uma subdivisão dos *current event games* (games de evento recente). O game de investigação

³² Disponível em: http://super.abril.com.br/multimedia/info_405177.shtml. Acesso em 13 de setembro de 2013.

forense da Superinteressante, como outros da revista, é relacionado a reportagens de mesma pauta. Uma delas discorre sobre os métodos científicos usados em investigações criminais³³. Ainda que *CSI – Ciência Contra o Crime* seja um game construído através de pesquisa cuidadosa e não expressa nenhum posicionamento opinativo, o tema tratado não se refere a um acontecimento de relevância imediata. O defunto é introduzido apenas como “um juiz de 42 anos” e as circunstâncias de sua morte não são correlacionadas com nenhum caso policial noticiado na mídia. Um game de evento recente, como indica o nome, deve ser oportuno e sua criação deve tardar o menos possível em relação ao momento de acontecimento do fato pautado.

Diante dessa análise, podemos afirmar que *CSI – Ciência Contra o Crime* é composto por um sistema simulatório que se assemelha à realidade operacional de um newsgame documentário, porém não faz propriamente documentação de um fato noticioso. Sendo o cenário, ainda que verossímil, fundamentalmente ficcional, poderíamos considerar que esse jogo da Superinteressante se aproxima de infográfico jogável, um *infographic newsgame*. Porém, suas características falham em configurar idealmente esse subgênero, já que sua operação foi projetada visando um único resultado intencionado pelo criador: desvendar quem é o assassino. Assim, seria mais adequado afirmar que *CSI – Ciência Contra o Crime* é apenas um infográfico digital direcionado.

³³ Disponível em: <http://super.abril.com.br/ciencia/ciencia-crime-447772.shtml>. Acesso em 13 de setembro de 2013.

Figura 17: *CSI – Ciência Contra o Crime* é um exemplo de infográfico digital direcionado, que possui características de game.



Fonte: http://super.abril.com.br/multimedia/info_405177.shtml.

Por fim, trataremos de um exemplo da Revista Superinteressante cujas características consideramos válidas para a denominação em Newsgame. É o *Corrida Eleitoral - Candidatos a presidente nas eleições de 2010*³⁴, que metaforiza a disputa dos pretendentes à presidência brasileira com uma literal corrida entre pequenos carros. O jogador escolhe um candidato, entre nove que obtiveram uma quantidade relevante de votos na eleição de 2010. São eles: Dilma Roussef (PT), José Serra (PSDB), Marina Silva (PV), Plínio Sampaio (PSOL), José Maria Eymael (PSDC), Ivan Pinheiro (PCB), Levy Fidelix (PRTB), Rui Pimenta (PCO) e Zé Maria (PSTU). A tela de seleção ainda conta com as opções “voto branco” e “voto nulo”, respectivamente com as explicações “quando o eleitor não sabe em quem quer votar e aperta a tecla ‘branco’ na urna eletrônica” e “quando o eleitor decide não votar em nenhum dos candidatos e digita um número não existente”. Ambas escolhem aleatoriamente um corredor para o jogador. Cada candidato possui uma pequena descrição e informa o dinheiro gasto em campanha, além de incluir um link para uma página da própria Superinteressante com informações adicionais.

A velocidade de cada carrinho é proporcional ao desempenho nas pesquisas

³⁴ Disponível em: <http://super.abril.com.br/multimedia/corrida-eleitoral-595043.shtml>. Acesso em 10 de janeiro de 2014.

eleitorais dos candidatos e é possível competir em primeiro turno, uma corrida contra todos os oito concorrentes, ou em segundo turno, um confronto entre apenas dois. Durante as competições, há moedas de dinheiro na pista que concedem um turbo. Elas podem ser recolhidas e guardadas para uso posterior. A trajetória também contém obstáculos: buracos que os jogadores devem pular se não quiserem perder, situação na qual surge um recado alertando sobre a boca de urna; e um político vigarista que atira pizzas, também dando fim à corrida se o jogador as atingir, cenário em que aparece uma mensagem citando a corrupção que acaba em pizza. Ambos oferecem links para mais informações a respeito dos respectivos temas.

Independentemente de quem vence a corrida dos carros, a da eleição é sempre retratada de acordo com a realidade na pontuação final. Um gráfico do primeiro turno mostra 47% dos votos para Dilma, 33% para Serra, 19% para Marina, 1% para Plínio e os demais candidatos aproximados a 0%. Já as informações do segundo turno apresentam Dilma com 49% dos votos e Serra com 38%. Ainda há uma terceira ilustração que demonstra a quantidade de dinheiro gasto em campanha, que é proporcional às porcentagens de votos.

Corrida Eleitoral - Candidatos a presidente nas eleições de 2010 consegue fazer o papel de um newsgame muito bem, especificamente como *reportage game*. Segundo publicação do portal de publicidade da editora Abril³⁵, o game foi lançado em setembro de 2010, pouco antes das eleições, que aconteceram em outubro daquele ano. Além da pesquisa cuidadosa para criar o jogo, evitando excesso opinativo — explicitamente demonstrada em pequenos textos informativos —, a pauta escolhida foi oportuna à época de sua relevância, atendendo ao pré-requisito de game de evento recente.

³⁵ Disponível em: <http://www.publiabril.com.br/noticias/339>. Acesso em 10 de janeiro de 2014.

Figura 18: *Corrida Eleitoral – Candidatos a presidente nas eleições de 2010* é um exemplo brasileiro de Newsgame. É um game reportagem com uma boa apuração jornalística feita em tempo oportuno.



Fonte: <http://super.abril.com.br/multimedia/corrida-eleitoral-595043.shtml>.

7 PROBLEMAS NA ESTRUTURA DE UM NEWSGAME

Uma das maiores falhas que, mesmo antecipadas, podem causar interpretações indevidas em um newsgame é a já citada lacuna de simulação. Se criadores, sejam jornalista, designer ou ambos, não idealizarem todas as maneiras pelas quais as simulações podem ser vistas, o recado que um jogo eletrônico jornalístico pretende passar pode ser distorcido. Para evitar isso, é necessário, além de testar exaustivamente um newsgame, equilibrar divertimento — elemento fundamental num game — com retórica processual. Analisaremos, a seguir, dois exemplos que exageram cada um numa dessas características.

*McDonald's Videogame*³⁶, um editorial game do site de ciberativismo, Molleindustria³⁷, pretende demonstrar o abandono de valores morais necessário para se manter a rentabilidade de uma organização de fast-food multinacional. É uma simulação de dinâmicas corporativas que permite jogadores a controlarem quatro cenários: terras na América do Sul onde gado é criado e soja plantada; uma granja na qual os bois são alimentados com a soja e depois abatidos para a carne ser processada; um restaurante onde trabalhadores precisam ser contratados e manejados; e um escritório em que é preciso satisfazer acionistas e setores públicos. O jogador logo percebe que é necessário tomar atitudes corruptas para manter o lucro do McDonald's simulado: desmatar florestas para obter mais terras de criação e plantação; reaproveitar restos animais para produzir carne; subornar ambientalistas ou nutricionistas para melhorar a imagem do produto; entre outras ações moralmente condenáveis.

Interessantemente, muitos jogadores — especialmente aqueles que são de mentes técnicas e gostam de dominar seus videogames — encontram-se lamentando a dificuldade do trabalho dos executivos do McDonald's, em vez de indignados pelas políticas corporativas corruptas. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 27, tradução nossa).

³⁶ Disponível em: <http://www.mcvideogame.com/game-por.html>. Acesso em 04 de dezembro de 2013.

³⁷ Disponível em: <http://www.molleindustria.org>. Acesso em 04 de dezembro de 2013.

Figura 19: O editorial game que satiriza o McDonald's deixa uma lacuna de simulação grande o suficiente para inverter sua opinião desejada.



Fonte: <http://molleindustria.org/portfolio/>.

Bogost, Ferrari e Schweizer explicam que a natureza participativa da mídia computacional potencializa o poder de interpretação, que, em outras mídias, é mais brando. O *McDonald's Videogame* constrói uma simulação tão atraente e convincente, que a retórica processual intencionada é deturpada e uma mensagem contrária à desejada é expressada: empatia pelo esforço, e não pela sucumbência à corrupção, dos empresários responsáveis por manejar a rede de fast-food. No entanto, atentar-se apenas para o recado opinativo pretendido em detrimento da sofisticação do divertimento também causa problemas para um newsgame.

É o caso do *Madrid*³⁸, editorial game criado por Gonzalo Frasca. Ele e seu estúdio, *Powerful Robot Games*³⁹, conseguiram produzir esse jogo dentro de 48 horas

³⁸ Disponível em: <http://www.newsgaming.com/games/madrid/index.html>. Acesso em 22 de novembro de 2013.

³⁹ Site: <http://www.powerfulrobot.com>. Acesso em 22 de novembro de 2013.

após o evento retratado, os atentados terroristas de 11 de março de 2004 em Madrid. Trata-se de um bombardeio de trens que matou e feriu centenas de pessoas. O game não simula a tragédia em si, mas a desperta indiretamente, pedindo ao jogador que clique em velas seguradas por pessoas que estão honrando vítimas de violência em todo o mundo (suas camisetas indicam os locais). As velas têm brilhos que diminuem gradativamente e cada clique os renova por mais um tempo. Há, no canto inferior esquerdo da tela, uma barra que mede a intensidade luminosa. O objetivo, inalcançável, é preencher essa barra completamente. A retórica processual do game é abstrata e simples: para honrar vítimas, é preciso grande esforço para manter suas memórias vivas.

A mensagem de *Madrid* se torna confusa quando uma leitura mais literal é realizada. Porque as velas devem ser acendidas (clicadas) muito rapidamente, a fim de elevar o medidor de brilho, *Madrid* induz um estado frenético e ocupado no jogador. É preciso muito esforço e empenho esgotante para alcançar o estado de vitória do jogo. Devido a isso, *Madrid* tem sido descrito como o uso de uma retórica de “diligência e precisão”. Porque diligência esgotante e precisão têm pouco ou nada a ver com o memorial, a mensagem do game acaba sendo obscurecida e inconsistente. A resposta emocional do jogador para as regras de jogo de um newsgame deve ter alguma conexão com a mensagem do game. *Madrid* falha em fazer isso, porque a resposta emocional primária do jogador é frustração conforme o jogo essencialmente testa coordenação mão/olho. (TREANOR; MATEAS, 2009, p. 7, tradução nossa).

Figura 20: *Madrid*, uma das produções do pai do Newsgame, Gonzalo Frasca, peca no excesso de sua abstração e não consegue passar com eficiência a retórica processual pretendida.



Fonte: <http://www.newsgaming.com/games/madrid/index.html>.

Quanto às falhas do Newsgame, podemos apontar, além do desafio das lacunas de simulação, as dificuldades técnicas para a sua produção. Os newsgames devem atender ao imediatismo do jornalismo diário e corriqueiro ao mesmo tempo em que transcendam à efemeridade e se mantêm evidentes enquanto os assuntos que retratam ainda sejam relevantes. A solução virá com a evolução profissional dos jornalistas.

Criar software eficaz é difícil e requer treinamento especializado. Criar videogames eficazes é ainda mais difícil, já que jogos são subjetivos, artefatos expressivos que dependem de mérito artístico, tanto quanto de ofício. Além disso, as plataformas de computador evoluem rapidamente, introduzindo novos recursos muito mais rapidamente do que jamais foi o caso nas indústrias editorial e de radiodifusão. Da perspectiva de um jornalista, dominar as plataformas de hardware e software para a construção de newsgames pode parecer uma tarefa impossível. No futuro, as notícias serão beneficiados pela adoção geral de alfabetização computacional, enquanto mais novos jornalistas desenvolvem proficiências com software como parte de sua formação profissional. Estes *jornalistas computacionais* manejarão ciência da computação e engenharias, mas também poderão aprender de experiências de desenvolvimento de software em suas vidas rotineiras. (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, p. 161, 2010, tradução nossa).

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acerca dos Newsgames, muito não se sabe, principalmente no Brasil. Além de jogos eletrônicos existentes que utilizam erroneamente o rótulo, vimos que há fundamentação teórica incompleta (SEABRA, 2007), pois esta está ainda imersa em um paradigma anterior, cuja ótica está inteiramente baseada na observação e não se atenta às implicações da simulação. Diferentemente, autores internacionais (FRASCA, 2001, 2003; BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010) são capazes de repensar as bases da comunicação, resgatando valores primeiros e os confrontando com crenças majoritárias. Por exemplo, jargões, como “realidade alternativa” e “narrativa interativa”, são desmistificados e devidamente conscientizados para compreendermos a real natureza do Newsgame.

A Revista Superinteressante possui uma série de jogos eletrônicos autorrotulados como newsgames. Abordamos três exemplos dentre os quais apenas um consideramos essencialmente como Newsgame. Evidenciamos *Corrida Eleitoral – Candidatos a presidente nas eleições de 2010* como um *reportage game*, por ser oportuno e cuidadosamente pesquisado. Já *CSI – Ciência Contra o Crime* apresenta algumas características, porém insuficientes, para ser um newsgame infográfico, encaixando-se apenas como infográfico digital direcionado e *Filosofighters* foge totalmente do gênero, não contendo elementos de Newsgame, podendo ser considerado como mero jogo educativo.

Simular realidades traz uma gama maior de compreensão de acontecimentos e isso é uma capacidade do game diferenciada das demais plataformas. Em outras mídias, por maior o esforço em prol da objetividade — que fundamentalmente é utópica —, a mais imparcial das reportagens sempre relatará eventos de maneira limitada: ora por espaço do texto ou tempo de exibição/difusão, no caso do jornalismo diário; ora pela observação unilateral consequente dos documentários mais extensos e periódicos de maior intermitência. Já na web, a riqueza da informação é maior. O ciberespaço oferece a possibilidade do hipertexto, aumentando o escopo e efetividade da comunicação, mas apenas para o leitor curioso e investigador. Assim, o webjornalismo, como as demais mídias anteriores, é também incompleto para o público geral, desprovido de ceticismo.

Há newsgames opinativos e unilaterais também, como o *Kabul Kaboom*, onde o poder de convencimento da limitação do sistema jogado — as regras — impõe uma situação só. A retórica processual pode direcionar a opinião pública, sim, até mesmo fazer sensacionalismo, como em *Jeu du Scooter* — neste sentido o Newsgame pode ser usado futilmente —, mas essa mecânica é capaz de sintetizar e completar informação juntamente, ainda que isso pareça paradoxal. O Newsgame pode compactar as diferentes realidades, pois consegue as retratar espacialmente, operacionalmente e, mais importantemente, *processualmente*. Isso significa repetir o relato de uma história a fim de obter finais diferentes, talvez aqueles que passem despercebidos ou excluídos pelas mídias anteriores.

Em virtude das teorias apresentadas, entendemos que o Newsgame se encontra, como não é incomum ao Jornalismo, diante do paradoxo da informação completa produzida rapidamente. Porém, acreditamos que, com futuros avanços tecnológicos e uma formação de jornalistas mais próxima à ciência da computação, a plataforma do game para a notícia será uma alternativa que diminuirá a distância entre precisão de conteúdo e efemeridade temática. O Newsgame ideal não pode ser descartável, porque sua leitura não deve ser única. É preciso repetir seus processos simulatórios para se obter os múltiplos resultados referentes à realidade retratada. No entanto, o lançamento de um newsgame ainda assim poderá ser oportuno em relação ao acontecimento que ele simula.

Se repensarmos os paradigmas, olharmos para estruturas diferentes, poderemos ver o potencial do Newsgame como solução que agregue novos valores ao Jornalismo. Esses jogos eletrônicos são capazes de expressar muito mais, explicar o *comportamento* de situações, não meramente relatar eventos isoladamente; persuadir através de processos, em vez de simplesmente opinar estaticamente. No Newsgame, pode haver várias histórias de um mesmo fato, múltiplas narrativas visíveis a observadores externos diferentes, mas experimentáveis a um mesmo jogador leitor, hábil para simulá-las.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS DESENVOLVEDORES DE JOGOS ELETRÔNICOS. **Plano Diretor da Promoção da Indústria de Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos no Brasil - Diretrizes Básicas**. Dezembro, 2004. Disponível em <http://www.abragames.org/wp-content/uploads/2013/04/Diretrizes_B%C3%A1sicas_Prom_Ind_de_Desenv_de_games_2004.pdf> Acesso em 13 de março de 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS DESENVOLVEDORES DE JOGOS ELETRÔNICOS. **A indústria brasileira de jogos eletrônicos - um mapeamento do crescimento do setor nos últimos 4 anos**. Julho, 2008. Disponível em <http://www.abragames.org/wp-content/uploads/2013/04/Abragames-Pesquisa_2008.pdf> Acesso em 13 de março de 2014.

BOGOST, Ian; FERRARI, Simon; SCHWEIZER, Bobby. **Newsgames, Journalism at Play**. Cambridge: The MIT Press, 2010.

BORGES, Pedro. **O que podemos fazer para mudar o jornalismo**. Oene [revista digital], 2013. Disponível em <<http://www.oene.com.br/reinventando-o-jornalismo/>> Acesso em 14 de setembro de 2013.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CORREIA, João C. **O admirável Mundo das Notícias: Teorias e Métodos**. Covilhã: Livros LabCom, 2011. Disponível em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110524-correia_manual_noticial.pdf> Acesso em 12 de dezembro de 2013.

FERRARI, Simon. **Newsgame, or Editorial Game?** Newsgames [blog], 2009. Disponível em <<http://newsgames.gatech.edu/blog/2009/06/newsgame-or-editorial-game.html>> Acesso em 15 de dezembro de 2013.

FRASCA, Gonzalo. **Simulation 101: Simulation versus Representation**, 2001. Disponível em: <<http://www.ludology.org/articles/sim1/simulation101.html>> Acesso em 04 de janeiro de 2014.

FRASCA, Gonzalo. Simulation versus Narrative. In: WOLF, Mark J. P. and PERRON, Bernard. **The Video Game Theory Reader**. New York, Routledge, 2003. Disponível em <http://interactive.usc.edu/blog-old/wp-content/uploads/2011/01/Simulation_vs_Narrative.pdf> Acesso em 05 de janeiro de 2014.

FULLERTON, Tracy. Documentary Games: Putting the Player in the Path of History. In: WHALEN, Zach; TAYLOR, Laurie. **Playing the Past: Nostalgia in Video Games and Electronic Literature**. Los Angeles: Vanderbilt University Press, 2008.

GALLOWAY, Alexander. **Gaming Essays on Algorithmic Culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 1ª ed. São Paulo: Editora Ática, 2011 (Princípios; v.29).

LEMES, Rafael P. **Consumidor 2.0.1: social media e conteúdo gerado por usuários**. 2008. 42f. Monografia (Conclusão do curso) - Centro Universitário de Brasília, Brasília. Disponível em <<http://web2brasil.pbworks.com/f/Monografia+Consumidor+2.0.1.pdf>> Acesso em 07 de janeiro de 2014.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência coletiva - por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1988.

MARCZEWSKI, Andrzej. **Gamification: A Simple Introduction** [autopublicação], 2013.

MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. The Agenda-Setting Function of Mass Media. In: **The Public Opinions Quarterly**, v. 36, n. 2, pp. 176-187, 1972.

PINHEIRO, Cristiano Max Pereira. **A história da utilização dos games como mídia**. Anais do 4º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. São Luis: Rede Alcar, 2006. pp.1-14. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/4o-encontro-2006-1/A%20historia%20da%20utilizacao%20dos%20games%20como%20midia.doc>> Acesso em 13 de março de 2014.

RAESSENS, Joost. Reality Play: Documentary Computer Games beyond Fact and Fiction, **Popular Communication**, Utrecht, v. 4, n. 3, pp. 213–224, 2006.

RIBIERO, Nicolly S. V. **Newsgames: que relação pode haver entre jogos e notícias?** 2012. 59f. Monografia (Conclusão de curso) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. Disponível em <<http://pt.slideshare.net/NicollyVimercate/newsgames-que-relao-pode-haver-entre-jogos-e-notciasdoc>> Acesso em 11 de janeiro de 2014.

RYAN, Marie-Laure. Beyond Myth and Metaphor - The Case of Narrative in Digital Media. **Game Studies**, v. 1, n.1, julho 2001. Disponível em <<http://www.gamestudies.org/0101/ryan/>>. Acesso em 06 de julho de 2013.

SAWYER, Ben., & REJESKI, David. **Serious Games: Improving Public Policy Through Game-based Learning and Simulation**. Washington D.C.: Woodrow Wilson International Center for Scholars, 2002.

SEABRA, Geraldo. **NewsGames – Games como emuladores de notícia**: Uma proposta de modelo de Jornalismo Online. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Presidente Antônio Carlos, Juiz de Fora. Disponível em <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/80/Artigo_Games_Not%C3%ADcia.PDF> Acesso em: 10 de agosto de 2013.

SEABRA, Geraldo; SANTOS, Luciene. **Do Odyssey 100 à Teoria dos Newsgames**. 2008. Disponível em <<http://pt.slideshare.net/BlogNewsGames/artigo-cientfico-do-odyssey-100-teoria-do-newsgames-uma-genealogia-dos-games-como-emuladores-de-informao-presentation-726566>> Acesso em 03 de dezembro de 2013.

SCHWEIZER, Bobby. **Global Conflicts Pt. 1: Teaching Journalism**. Newsgames [blog], 2009. Disponível em <<http://newsgames.gatech.edu/blog/2009/02/global-conflicts-pt-1-teaching-journalism.html>> Acesso em 09 de janeiro de 2014.

SICART, Miguel. **Newsgames: Theory and Design**. International Conference on Entertainment Computing. Pittsburgh, 2008.

SILVA, Maria Alice Baggio da. **Narrativa multimídia utilizando realidade virtual aplicada à aprendizagem**. Dissertação de Mestrado submetida ao programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. UFSC, Florianópolis, 1999.

SWIFT, Olivia. **The People’s Puzzle: Crosswords and Knowledge Politics**. London: Goldsmiths College, 2007.

TAYLOR, Laurie. When Seams Fall Apart - Video Game Space and the Player. **Game Studies**, v. 3, n. 2, dez. Disponível em <<http://www.gamestudies.org/0302/taylor/>> Acesso em 02 de julho de 2013.

TREANOR, Mike; MATEAS, Michael. **Newsgame: Procedural Rhetoric Meets Political Cartoons**. Brunel University, London, 2009. Disponível em <<http://games.soe.ucsc.edu/sites/default/files/newsgames-DiGRA2009.pdf>> Acesso em 04 de janeiro de 2014.

WHITE, David M. The “Gatekeeper”: A Case Study in the Selection of News. **Journalism Quarterly**, [s. l], n. 27, p. 383-391, 1950. Disponível em <<http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Quarterly-1950-White-383-90.pdf>> Acesso em 14 de setembro de 2013.

XAVIER, Raphael. RPG e o ensino de história: diálogos e perspectivas. **Revista Encontros de Vista**, Garanhuns, n. 7, p. 86-93, jan./junho 2011. Disponível em <http://www.encontrosdevista.com.br/Artigos/artigo_7_08.pdf> Acesso em 14 de janeiro de 2014.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

**APÊNDICE — Entrevista em 23/03/2013 com Fred Di Giacomo, jornalista
envolvido na criação de Newsgames da Revista Superinteressante**

1) O que difere um newsgame de um jogo educativo/editorial game? Joguei o Filosofighters, achei super bacana, mas me causou esse questionamento.

Olha, na verdade, gostaria de saber o que você define como um “editorial game”? A diferença entre newsgame e jogo educativo é mais fácil: um jogo educativo visa ensinar um conceito a alguém. Pode ser um jogo que ensina matemática ou física. Um newsgame é um jogo que informa e diverte, baseado em apuração jornalística. A principal característica de um newsgame é ser baseado em apuração jornalística. Ele também tem que informar (se ele não informa acaba sendo só um jogo comum ou um casual game) e divertir (se ele não diverte ele, provavelmente, não é um game é, no máximo, um infográfico interativo). Outra característica definidora dos newsgames (e que os diferenciam dos infográficos interativos) é que um game tem um objetivo a ser cumprido.

O Filosofighters realmente está na intersecção entre um game educativo e um newsgame, assim como muitas matérias da SUPER poderiam estar presentes em um livro paradidático.

2) Como se dá o processo de criação dos newsgames da Superinteressante?

Bom, geralmente as etapas da criação do game são:

- 1) Reunião de pauta/Brainstorming
- 2) Criação da mecânica do jogo
- 3) Apuração jornalística
- 4) Roteiro

5) Storyboard/Wireframe

6) Ilustrações e animações

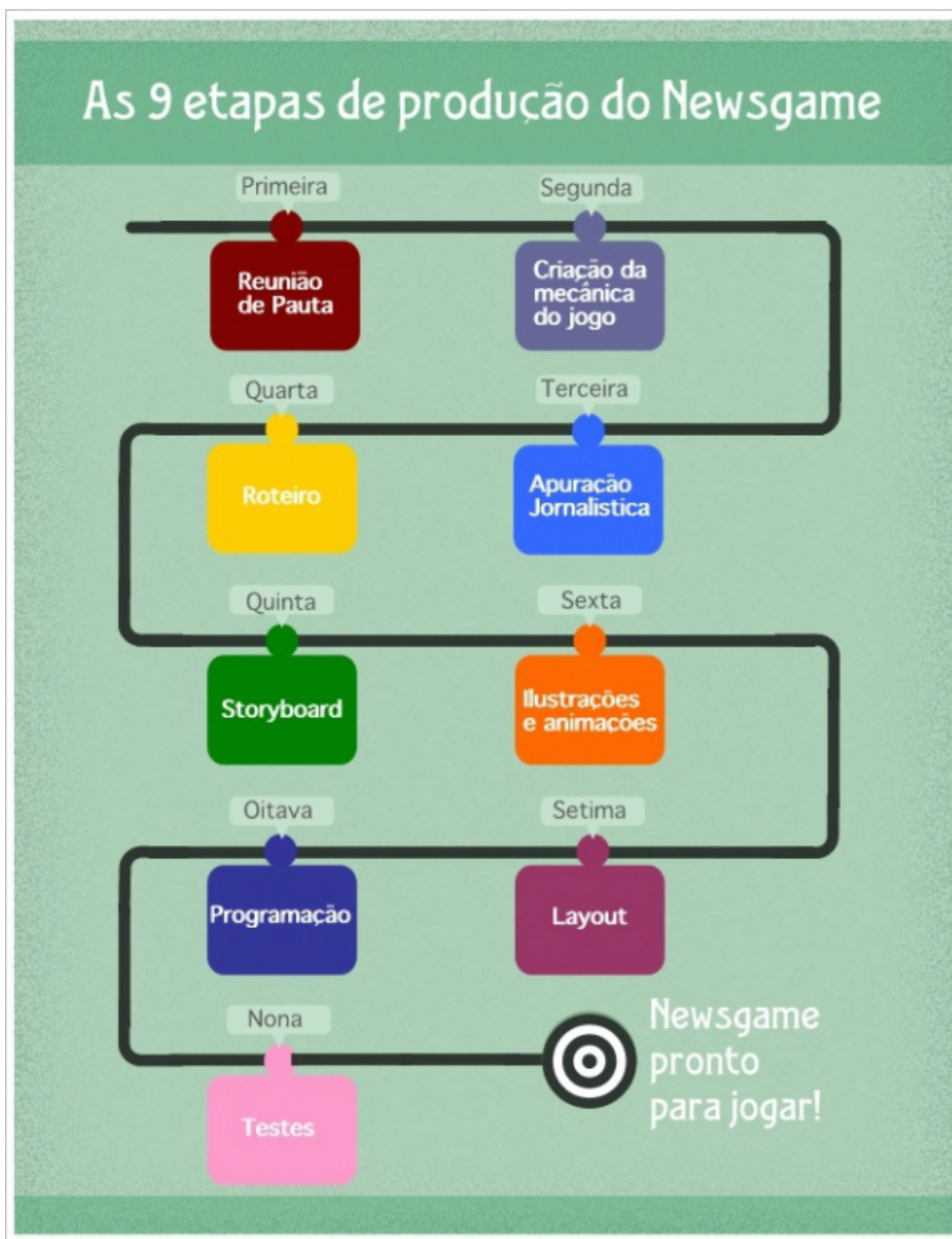
7) Layout

9) Programação

10) Testes

Na média trabalhamos com 3 jornalistas por projeto. O mínimo são dois: um pra fazer a apuração e outro que é o editor do game. Newsgames são jogos jornalísticos, eles devem informar e divertir, sem o jornalista o newsgame perde seu lado “News” e vira só game. O jornalista é fundamental, quando se fala na aliança de informação apurada com jogos. Um newsgame leva em média 3 meses para ser finalizado. Já toquei um projeto de um mês e também me estendi por 6 meses em jogos mais elaborados. São necessários cerca de 6 profissionais (no mínimo) para finalizar um projeto.

ANEXO A – “As 9 etapas de produção do Newsgame”



Fonte: <http://jogodanoticia.wordpress.com/tag/geraldo-seabra/>. Acesso em 09 de dezembro de 2013.

ANEXO B – “Infográfico aponta diferenças entre modelos de NewsGames”



Fonte: <http://webinsider.com.br/2013/03/22/infografico-aponta-diferencas-entre-modelos-de-newsgames/>.
Acesso em 08 de dezembro de 2013.