 ISBN: 978-989-20-2190-4

Newsgames e Social Games como ferramentas atuantes em novos modelos comunicativos de engajamento

Talita Déda

Universidade do Minho

Email: talitadeda@hotmail.com

Nelson Zagalo

Universidade do Minho

Email: nzagalo@ics.uminho.pt

Resumo

Com o crescimento das indústrias dos videojogos e devido às gigantescas proporções na mudança da comunicação visual interativa; os jogos desenvolvidos em sistema digitais e angariados as narrativas interativas, difundidas nos ambientes virtuais deixam de ser ferramentas únicas de entretenimento e passam a ser agentes transmissores de informação e formadores de engajamento social. Aos jogos como ferramenta decorrente da comunicação interativa deve-se a mudança nos padrões de processos comunicativos da atual sociedade.

Palavras-chave: Comunicação visual interativa, Newsgames, e jogos sociais

Abstract

With the growing of game industry and the enormous transformations in the interactive and visual communication; the games and the interactive narratives are not anymore only tools for entertainment but also agents for information transmission. Games with the potential for interactive comunication will be then responsible for the changings ocurring in the society of comunication

Key words: Visual and Interactive communication, newsgames and social games

 ISBN: 978-989-20-2190-4

Introdução

A comunicação mediada pelos computadores (CMC) unida aos aparatos tecnológicos originados no século XXI serve como um médium das novas formas de relacionamento e atividades humanas. A este fator, respondem as novas práticas interativas encontradas em um plano híbrido de atuações para com a comunicação visual interativa, com o objetivo de criar novos modelos comunicativos e remodelar os já existentes. Para Lemos (1997) A comunicação interativa pode ser dificilmente contornada com um discurso da "informação centralizada distribuída", que caracterizou a cultura de massa e do espetáculo do século XX.

Esta comunicação surgiu para substituir os antigos modelos de comunicação analógicos e frisar a aproximação do homem com a máquina, impulsionada pela interatividade, procedida pela geração de manipulação no conteúdo que permitem formas de acesso a representação, aonde o sujeito pode exercer a ação e assim manipular o que lhe é apresentado diante da perspectiva do mundo virtual (Zagalo, 2009).

Os Newsgames como assim são denominados, são jogos baseados em notícias jornalísticas que configuram uma nova forma de transmitir um fato mergulhado no campo imersivo dos vídeos Jogos. Esta ferramenta permite criar um modelo de transmissão informativa interativa tornando o jornalismo mais participativo e ainda atuando como uma plataforma móvel de divulgação.

"Configuram uma relação de intimidade com funções do jornalismo, dentre elas sua versão online e respectivos ambientes eletrônicos participativos, como os weblogs, graças às características midiáticas de linguagem, narrativa e interatividade dos jogos eletrônicos" (Andrade, 2008:2).

A potencialidade expressiva desta ferramenta é unir um jogo a uma narrativa, dando a sensação de criação ao jogador, conotando uma estratégia criada no intuito de atrair os usuários de games para o universo do jornalismo online estreitando o laço entre videojogos e comunicação social.

A notícia é encarada como o fio condutor da trama do jogo e que exige uma postura mais ativa do jogador- leitor. Assim a multimídia é sustentada por uma mistura de imagem e som em uma narrativa escrita na forma de jogo e elaborada a partir de uma notícia. A interatividade pode ser sentida, no contato do usuário com o newsgames (Andrade, 2008) quando ele reconhece prazeres inerentes às histórias contadas nos jogos eletrônicos.

 ISBN: 978-989-20-2190-4

Não é só pelo modo de transmissão do fato que distingue o newsgames das outras ferramentas de produção e divulgação de notícias, o grande objetivo desta ferramenta é adicionar aos videojogos uma estrutura narrativa condizente à notícia e torná-la mais participativa e integrada a uma forma de entretenimento.

"Na narrativa do Newsgames o ponto de partida do jogo pode ser a inserção de uma ou várias notícias captadas na web pelo" mestre do jogo" que assume o papel de um news gatekeeper" (Seabra, 2007:10).

Se para o campo comunicacional-informativo o jogo atribui importantes contribuições, quanto ao campo social este cenário não é diferente. A abrangência das redes sociais trouxe a dinâmica do mundo virtual e atreladas a elas estratégias de ações do nível pessoal e grupal, para gerar instrumentos de mobilização de recursos midiáticos disponíveis e de fácil transmissão em cadeia. Uma cadeia que é desenvolvida não só no âmbito informacional, mas também, em um ambiente lúdico atrelado ao entretenimento gerado através dos jogos sociais, ou como é conhecido mundialmente por Social Games.

Ventrice (2009) argumenta na sua análise os objetivos desse gênero de jogos que se destacam: a construção de uma sociedade persistente, promovedora da cooperação entre os participantes; a manutenção do sentido de descoberta construindo e alimentando atividades novas no ambiente do jogo, sendo (necessária a percepção da evolução do personagem e de sua influência no mundo do jogo) e finalmente, a promoção de recrutamento de amigos. Para O´Neil(2008) o jogo social permite o revezamento de usuários, fazendo com que as pessoas joguem em turnos diferenciados, inseridas numa plataforma social que fornece aos usuários uma identidade, além de servir como uma simples espinha dorsal de comunicação.

Partindo da análise desses dois gêneros de jogo estando um voltado para as bases informativas e o outro voltado para as bases sociais, é necessário fazer uma co-relação entre as suas ações estratégicas e buscar algo incomum a esses dois gêneros com o intuito de formar um fundamento funcional entre os modelos.

Quadro Comparativo

Propomos assim; já que as ferramentas de comunicação interativa, newsgames e social games pertencem ao modelo comunicação visual atrelada ao social, fazer-se jus expondo as características interativas de cada uma e como um modelo pode integrar com o outro. Ambos são modelos de Comunicações Visuais Interativas disseminadas através dos jogos.

 ISBN: 978-989-20-2190-4

Newsgames	Social Games
Objetivos	
Notícia em forma de jogo	Social em forma do jogo
Factual	Entretenimento
Base Narrativa	
O acontecimento midiático que foi marcante é sustentado pela "midialidade" (imagem+som+ texto) sobre uma narrativa escrita com base no jogo.	O compartilhamento de ações sociais como base de evolução no jogo
Ambos possuem uma força simulativa que preza a comunicação como a energia animadora dessas ferramentas. Servem como novos modelos de comunicação na sociedade contemporânea.	
Simplicidade de interfaces	
Atribui elementos gráficos semelhantes aos da infografia interativa, mas com a estrutura correspondente aos vídeos jogos	Atribui elementos gráficos semelhantes aos antigos vídeo jogos devido ao processamento do jogo estar atrelado as redes. Com isso, é necessário utilizar programas leves, com fáceis aplicativos para abrangência do público
Ambos vêm sendo desenvolvidos em plataformas Adobe Flash.	
A atração do público é feita a partir das estratégias interativas	

A partir desse quadro comparativo podemos então destacar que a importância dos Newsgames atuam sobre:

Produção de notícias fazendo uso do jogo como estratégia interativa fundamental devido às circunstâncias atreladas ao jogo, que a partir do mergulho em um ambiente lúdico gera o desenvolvimento cognitivo envolvido pela estrutura narrativa proposta. A causa disto será o aprimoramento da faculdade mental voltada para:

- **Intuição:** transportar a idéia narrativa do jogo na mente e tentar desenvolver o problema proposto de modo a relembrar os fatos que já foram notícias e tentar aproximar o leitor ao fato divulgado, a partir da construção de idéias dentro e fora do jogo.
- **Aprendizado:** a cada jogo é contada uma história com elementos e gêneros narrativos que servem de auxílio para desvendar o mistério de cada jogo. Essas informações estimulam um caráter educativo devido a palavras técnicas utilizadas que fornecem uma boa capacidade de aprendizado.

 ISBN: 978-989-20-2190-4

- **Estímulo a criatividade:** normalmente os jogos são estratégicos, o que força o jogador a ter boa capacidade criativa em tentar resolver a questão. Ele cria na mente do jogador todo o enredo da história contada e liga os fatos a cada elemento proposto, objetos, personagens, enredo.

Como o objetivo do jogo é relembrar os fatos que um dia foram notícias e que ficaram na história, o jogador tem a oportunidade de fazer o seu próprio enredo entorno do que lhe é contado, podendo ou não seguir as pistas, a partir desses elementos, fazendo uso da intuição, criatividade, aprendizado e a capacidade cognitiva facultada durante o jogo de que é feito o newsgames.

Por outro lado, seguindo a proposta de importância para este gênero, a estratégia interativa nos Social Games concretiza-se através de duas funções básicas: a persistência e o engajamento social. A integração de pessoas através de redes sociais faz com que haja uma formação de um núcleo de agentes que alimentam a sua capacidade criativa e a integração social através do jogo. Apresentam-se como base de comunicação interpessoal, do qual a cooperação e a reciprocidade alimentam os objetivos do jogo.

Este gênero que podemos classificar como um jogo comunicativo voltado para o social, desenvolvido nas redes comunicacionais possui algumas funções interativas que podemos destacar como:

- **Reação em cadeia:** As pessoas dialogam entre si com a finalidade de divulgar as suas ações ou firmar estratégias de jogo aonde a cadeia de amigos sustenta o ambiente de jogo que leva ao segundo ponto que é o compartilhamento.
- **Compartilhamento** de utilitários do jogo faz com que alimente a reação em cadeia e mantenha o equilíbrio do jogo instituído com base na recíproca entre os agentes
- **A atividade intrínseca** aos instintos humanos ao aonde o ato de jogar pode está associado ao raciocínio e a fabricação de objetos atrelados a prática
- **A intuição** é difundida pela estratégia do jogador em conseguir diariamente habilidade que trarão êxitos durante e após a jogada

Através deste nivelamento de atuações e comparações julga-se que estes dois gêneros se co-relacionam quando falamos que ambos dispõem de recursos extremamente recompensadores, com jogadores imersos e aptos as estratégias do jogo e a simplicidade das interfaces. Estes jogos por sua vez, possuem uma informação diversional, ou seja, a

 ISBN: 978-989-20-2190-4

comunicação aglutinada ao entretenimento, que sem dúvida é a maior co-relação entre os dois jogos.

Enquanto um representa novas formas de relacionamento humano, o outro explora novas fontes para o jornalismo tendo como público-alvo novos leitores e atores integrados a redes sociais e as tecnologias do século XXI. Isto gera um estímulo cognitivo feito através de ações e descobertas que exploram além das fronteiras imaginárias, as faces educativas para o aprendizado, ou por novas palavras ou pelas aptidões criativas.

O ambiente simulativo expressado nos dois jogos possibilita que os jogadores mergulhem temporariamente em um universo paralelo condizente e criado por ações pessoais, difundidos em narrativas não lineares subsidiadas pelo imaginário. Contudo, ambos são construídos a priori de uma narrativa inicialmente proposta pelos programadores, mas que as formas navegativas ficam a critério do jogador.

Embora os newsgames não sejam divulgados nas plataformas de redes sociais, tais como: Facebook, Orkut, Hi5, entre outras, assim como é disseminado os Social Games; tais plataformas seriam um rico campo exploratório para difundir a estrutura dos newsgames já que é notório que as redes sociais são excelentes plataformas de informação e entretenimento inseridas no mundo dos jovens, o seu principal consumidor.

Referencias bibliográficas

Andrade, Luis Adolfo (2008) Games em Pauta: A relação entre jogos eletrônicos, weblogs e jornalismo online, 20 de janeiro de 2010, http://realidadesintetica.com/pdfs/andrade_coneco2008.doc

Branco, Marsal A. & Pinheiro, Cristiano Max(2006) “Uma tipologia dos Games”, 18 de abril de 2010, http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_BrancoPinheiro.PDF

Lemos, Andre L.M (1997) “Anjos interativos e retribalização do mundo sobre interatividade e interfaces digitais”, 10 de junho de 2010, http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf.

O'Neill, Nick(2008) “What exactly are social games?”, 15 de dezembro de 2009, http://www.socialtimes.com/2008/07/social-games/

Seabra, Geraldo(2007) “NewsGames - Games como emuladores de notícia: Uma proposta de modelo de Jornalismo Online”, 20 de junho de 2010,

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/80/Artigo_Games_Not%C3%ADcia.PDF

Ventrice, Tony(2009) “Building the Foundation of a Social Future”, 15 de dezembro de 2009, http://www.gamasutra.com/view/feature/4210/building_the_foundation_of_a_.php

Zagalo, Nelson (2009), Emoções Interactivas, do Cinema para os Videojogos, Gracio Editor e Universidade do Minho, Coimbra, ISBN: 978-989-96375-1-1