

News games: Como Interagir Com a Informação

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.180.15>

Cátia Barros

Jornalista
Jornal *Expresso*
cbarros@expresso.impresa.pt

Descrição

Os *news games*¹ conseguem aliar diversas áreas, tornando possível construir narrativas jornalísticas com elementos de gamificação. Isto pode acontecer em diversos níveis, sendo possível ter trabalhos jornalísticos que são autênticos jogos ou notícias que apresentam um nível menor de gamificação, como é o caso dos *quizzes* ou gráficos interativos. Em todo o caso, o grande objetivo é, com foco na interatividade, aplicar elementos de gamificação para explicar narrativas mais complexas.

É verdade que um jogo, pelo seu caráter lúdico, pode parecer que não tem conteúdo informativo. Contudo, aqui estamos perante jogos que se baseiam nos princípios e tópicos do jornalismo. Estes podem ser aplicados a vários estilos de jornalismo, desde a apresentação de crónicas neste formato a estilos mais densos.

O mais importante é pensar qual é o objetivo para a introdução de um elemento de gamificação e como aplicá-lo no teu caso concreto (há algumas perguntas que podes fazer para te ajudar, como verás a seguir). Pensa neste formato como uma forma de tornar o teu trabalho diferente dos já existentes e de cativar a atenção de quem te lê.

¹ *News games* são videojogos que usam acontecimentos reais ou notícias na sua narrativa e nas mecânicas de jogo. São também produções jornalísticas que utilizam elementos típicos dos videojogos – como desafios, regras, objetivos, escolhas e *feedback* – para informar, envolver e ajudar o público a compreender melhor uma determinada história ou tema.

Mãos à Obra

O desenvolvimento de uma narrativa com elementos de gamificação é um processo complexo e começa logo com o seu planeamento. O primeiro passo é fazer uma pesquisa sobre o tema que escolheste e responder a algumas perguntas fundamentais:

Que história quero contar?

Tenta pensar qual é a mensagem que queres passar. Por exemplo, queres informar, educar ou sensibilizar o público sobre um determinado tema? Definir o propósito principal ajuda a estruturar melhor a narrativa e a escolher os elementos de gamificação mais adequados. Imagina que queres mostrar as desigualdades que existem na tua escola entre alunos imigrantes e não imigrantes; podes criar um jogo em que quem interagir com o mesmo tenha de enfrentar os desafios desses colegas. Ou, então, no aniversário da tua escola podes realizar um *quiz* sobre a história da mesma.

Quem são as minhas personagens?

Um jornalista tem sempre por base as suas fontes, que podem ser pessoas ou documentos. No caso dos *newsgames*, essas fontes podem ser pensadas como personagens. Por exemplo, se estiveres a desenvolver um *newsgame* sobre as desigualdades entre estudantes, poderás entrevistar alunos para entender os desafios que enfrentam e incorporá-los no jogo. Além disso, a pesquisa de estudos e de estatísticas ajudará a construir uma história mais realista. A dimensão humana é essencial, pois são as histórias pessoais que conferem autenticidade à narrativa. Já no caso de um *quiz* sobre a tua escola, conversar com funcionários ou explorar documentos e notícias antigas pode enriquecer o conteúdo com factos interessantes. Podes tentar aliar estas narrativas a formas mais convencionais de jornal – isto acaba por tornar o teu trabalho mais completo e, por vezes, mais interessante –, apresentando as entrevistas ou desenvolvendo uma notícia ou reportagem com o mesmo tema que gamificaste. Mas lembra-te, só deves fazê-lo se estiveres a acrescentar valor ao teu trabalho como jornalista.

Para que meio quero criar a minha narrativa?

Pensar para que meio (rádio, televisão, imprensa ou online) queres apresentar a tua narrativa acaba por trazer especificidades para cada formato. Imagina que queres desenvolver o teu jogo na versão física do teu jornal; podes ter de alterar a paginação de forma a criares um jogo de tabuleiro. No caso da rádio, podes recorrer a *quizzes* em tempo real. No online, acabas por ter à tua disposição mais ferramentas para criares mapas/gráficos interativos, *quizzes* ou pequenos jogos. Não te esqueças que podes também pensar em trabalhos multiplataforma; podes ter um texto na versão imprensa sobre o tema com um código QR para uma versão online e mais interativa desse trabalho.

Que elementos de interação quero incluir?

Depois de desenvolveres as tuas ideias e planeares o que queres fazer, estás em condição de pensar quais são os elementos interativos que te permitem chegar ao teu objetivo. Podes incluir botões, desenhos, entre outros.

Planear todas as etapas e definir objetivos com uma equipa pode ajudar a manter-te motivado durante o processo. Além disso, como se tratam de trabalhos longos, é importante dividir funções e discutir, com várias pessoas, soluções para possíveis problemas que surjam ao longo do decorrer do trabalho. É importante pensar num cronograma de tarefas e, nele, deves incluir espaço para realizar testes em diferentes etapas do trabalho. Estes testes devem ser realizados por elementos fora e dentro da equipa que desenvolve o trabalho (colegas de turma, professores e familiares). Com os *feedbacks* recebidos, é essencial refletir sobre melhorias e garantir que a mensagem final e a interatividade com o público sejam eficazes.

Há algumas ferramentas online (com versões gratuitas) que te podem ajudar a realizar trabalhos com elementos interativos:

- Datawrapper: para fazer gráficos, mapas e tabelas interativos;
- Flourish: tem funções semelhantes ao Datawrapper, mas também permite fazer *quizzes*, calendários e *slides* de fotografias;
- Twine: permite escrever narrativas visuais interativas.

Não Esquecer

- Escolhe um tema a pensar no teu público: pensa bem para quem estás a desenvolver o trabalho e o que pretendes mostrar;
- Define o teu objetivo: qual é a mensagem que queres transmitir?
- Pensa qual é a melhor ferramenta para desenvolveres o teu trabalho;
- Não te esqueças que este é um trabalho de jornalismo: mantém a precisão da informação e não alteres os factos da narrativa;
- Realiza testes e faz melhorias no teu trabalho.

Uma Citação

“Os jogos noticiosos que já existem demonstram a capacidade de chegar a novos públicos, explicar sistemas complicados de forma eficaz e colocar os jogadores na pele de outra pessoa” (Cabales, 2019, para. 5).

Uma Curiosidade

Há quem defenda que este é um formato jornalístico narrativo muito recente, mas também há quem considere que “sempre jogamos com as nossas notícias”. A verdade é que, apesar de ser um estilo que exige alguns recursos (especialmente tempo), tem conseguido reter leitores em jornais. Em 2017, o *Financial Times* lançou um jogo sobre como ser condutor da Uber e constatou que o tempo médio passado na página foi de 20 minutos, muito mais do que os restantes conteúdos interativos do mesmo jornal.

Ideias Para o Jornal Escolar

Tal como referido, o importante é teres em conta o teu público.

- Desenvolve *quizzes* sobre as propostas das listas para o parlamento de jovens ou para a associação de estudantes. Podes também, em parceria com a psicóloga da tua escola, desenvolver um *quiz* psicotécnico;
- Além das dificuldades dos alunos imigrantes, podes pensar em problemas que outros alunos tenham. Por exemplo, todos os alunos têm transporte para a escola? Como é que podes retratar a vida dos alunos que não têm? Que profissionais tem a tua escola, como é a vida de um deles?
- Podes também pensar numa questão temporal, como desenvolver uma cronologia interativa sobre o ano letivo;
- Imagina que estão a planear uma visita de estudo, podes criar uma forma de comparar custos dessa viagem.

Referências

Cabales, V. (2019, 10 de junho). *A brief introduction to newsgames*. Northwestern University Knight Lab. <https://knightlab.northwestern.edu/2019/06/10/newsgames-intro/>