

FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO (FNPJ)
XIV ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO
X CICLO NACIONAL DE PESQUISA EM ENSINO DE JORNALISMO
Comunicação Científica
Produção Laboratorial: Eletrônicos

JORNALISMO E VIDEOGAMES:
DESAFIOS PARA A FORMAÇÃO PROFISSIONAL E A PRODUÇÃO DE NOVOS
CONTEÚDOS JORNALÍSTICOS
Por Antonio Brasil¹

Resumo

Este trabalho tem como objetivo apontar o potencial dos “jogos eletrônicos” ou Videogames como nova forma de narrativa para o Jornalismo na Era Digital além de propor o seu uso como recurso didático para o ensino. A pesquisa analisa alguns exemplos de jogos eletrônicos que divulgam notícias e auxiliam na capacitação de uma nova geração de jornalistas acostumada a utilizar tecnologias digitais interativas como a internet e os videogames. O uso de novas tecnologias é fundamental para quem produz, ensina e aprende jornalismo. Esses desafios podem abranger desde conceitos fundamentais e tradicionais como a ética profissional até as práticas e os pensamentos computacionais contemporâneos possibilitando, desta forma, novas vertentes metodológicas para a produção e o ensino de Jornalismo. O artigo também procura propor o desenvolvimento de jogos eletrônicos voltados para a produção de conteúdos jornalísticos e para a formação de jornalistas ambientados na realidade brasileira.

Palavras-chave: Jornalismo. Novas tecnologias. Interatividade. Jogos eletrônicos. Videogames.

A escola não ensina as habilidades necessárias no século XXI, que são, entretanto, desenvolvidas jogando games. A escola separa radicalmente prazer e aprendizagem.
(Lynn Alves)

¹ Professor dos cursos de graduação e pós-graduação em Jornalismo do Departamento de Jornalismo da UFSC e co-líder do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTLE). antonibrasil@gmail.com

Introdução

Estamos diante de novos conceitos contemporâneos para definir ambientes virtuais de produção e ensino de Jornalismo, principalmente para um jornalismo em plataformas de Multimídia. Esses ambientes são apropriados para a elaboração de novas linguagens narrativas e materiais didáticos com estruturas diferenciadas que privilegiem a individualidade do consumidor de notícias ou do aluno de jornalismo. Nesse sentido, o espaço virtual possui grande relevância para as pesquisas sobre os novos desafios de um jornalismo em crise de identidade. Não é novidade para ninguém que as redações de Jornalismo e os cursos de Jornalismo ainda utilizam técnicas do século XIX para produzir notícias e preparar os profissionais do século XXI. A maioria dos alunos demonstra desinteresse, insatisfação e decepção com esse ensino de jornalismo que se mostra distante das práticas sociais e de integração comunicacional, mesmo as mais comuns. Se este é o contexto com tantas questões a serem enfrentadas, como melhorar a produção de notícias e o ensino do jornalismo?

Diante do exposto, pode-se dizer que estamos diante do desafio de produzir notícias e ensinar jornalismo para uma geração acostumada a utilizar tecnologias digitais poderosas como a internet e, até mais os videogames. Mas como todas as novas tecnologias, a Internet e os jogos eletrônicos encontram resistências em relação ao seu potencial inovador e, principalmente, seu potencial educativo. Para muitos críticos, esses jogos não passariam de mais uma nova tecnologia “perigosa e ameaçadora” que aliena os jovens, uma forma de escapismo social e cultural além de incentivar o aumento da banalização da violência². Outros, ainda preferem dizer que os jogos eletrônicos ou videogames refletem a falta de cultura de uma geração perdida que não lê livros, jornais e revistas, que não costuma concentrar-se em nada e que reverencia a diversão em detrimento do desenvolvimento socioeconômico e social ou seja, “não leva nada a sério” (idem).

No entanto, poucos conhecem ou possuem livre acesso a esse novo mundo dos jogos eletrônicos. Desse modo, a tendência natural é temer as mudanças sobre aquilo que não se compartilha e, por isso mesmo, não se entende. Poucos se interessam em investigar a realidade ou o potencial positivo dos videogames. Em parte, porque é uma

² <http://www.bogost.com/downloads/I.%20Bogost%20Comparative%20Videogame%20Criticism.pdf>

indústria cara e a disponibilidade de recursos para ser investida nessa tecnologia, com fins educativos, por exemplo, ainda é limitada. Embora vários estudos indiquem sobre a sua importância (Mattar, 2010, Bogost, 2011, Alves, 2009).

Do ponto de vista mais geral, o jornalismo e a educação podem estar em crise, mas talvez, esse seja o estado natural dos setores estratégicos da sociedade, na medida em que pode também significar evolução. Afinal, as duas áreas têm como característica fundamental a busca contínua por novos desafios em prol da qualidade cada vez maior e efetiva de seus resultados. Mas, apesar das novas crises com riscos e ameaças, também podemos estar diante de uma grande oportunidade para melhorarmos o jornalismo e o ensino do Jornalismo. Para isso não podemos prescindir da seara da tecnologia. Segundo o Prof. Sebastião Squirra estamos diante de “um segmento que vem atraindo decididamente a atenção da população, mas também dos estudiosos pela sua importância e números: os videogames. Tal segmento é tão expressivo que, recentemente, foi divulgado que os norte-americanos estavam substituindo seus atos costumeiros (assistir TV, por exemplo) pela prática do videogame, uma vez que volume significativo de adolescentes está dedicando uma média de sete horas por semana jogando nas telas dos computadores, chegando a substituir uma das refeições para ficar na frente das telas”.³

Corroborando a esta premissa, um estudo publicado nos Estados Unidos⁴ os jogos interativos já representam o quarto meio de comunicação mais importante para toda uma geração de jovens americanos entre 18 e 34 anos e já teria superado o interesse pelos meios impressos como jornais e revistas. A pesquisa também revela que esses jovens já utilizam entre 6 a 15% do tempo dedicado as mídias, somente com os videogames. E esses números tendem a crescer rapidamente nos próximos anos.⁵

Outra pesquisa mais recente⁶ indica que uma grande parte dos americanos reduz ainda mais o tempo na frente da telinha e optam pelas aventuras interativas dos jogos virtuais eletrônicos. Os dados, no entanto, também revelam que algumas das mídias tradicionais não deveriam temer essas mudanças. Apesar da diminuição do tempo

³ Peter Cohen, MacWorld, citado or IDG Now de 16/05/2007 apud Squirra, S. A TV Digital e as Tecnologias na Comunicação, 2009.

⁴ www.mediapost.com

⁵ <http://www.abragames.org/>

⁶ <http://www.reuters.com/news>

dedicado a mídias como a TV, por exemplo, os jovens entrevistados garantem que ainda assistem a muitas horas da programação televisiva. O segredo estaria na convergência de mídias. Ao contrário de outras gerações, eles conseguem se concentrar em várias tarefas ao mesmo tempo. Além disso, eles possuem a capacidade e os instrumentos para selecionar o conteúdo da programação televisiva. Surge um novo tipo de telespectador convergente. TV como mera forma de passar o tempo tende a desaparecer. Além da questão do tempo dedicado às mídias, os videogames também tendem a influenciar a forma como esses jovens lidam com a TV ou o cinema. Para os jovens da Geração X, informação se confunde com interação. Mas não só a programação da TV está sendo afetada por uma geração mais interativa. O cinema sofre os efeitos dessas mudanças e se torna refém de novas técnicas de comunicação. O produtor dos novos filmes tem consciência que depende de uma parceria com os videogames para sobreviver. Eles não só procuram heróis e conteúdos nos jogos interativos, mas eles também buscam novas linguagens cinematográficas inspiradas nos jogos interativos. Sentar durante horas na frente da tela do cinema ou da TV sem poder interferir na narrativa, deve ser uma verdadeira tortura para essa nova geração. Eles estão acostumados a desconstruir narrativas e não aceitam os finais únicos ou preestabelecidos. As novas formas de comunicação privilegiam as soluções segmentadas a níveis extremos, quase individuais.

São exatamente estas questões que o presente artigo que enfrentar ao propor um começo de discussão: pensar em possibilidades de integração entre o jornalismo e os videogames. Mas, para tanto, é preciso antes contextualizar o objeto videogames ou jogos eletrônicos.

2. O contexto dos jogos eletrônicos

Em relação ao nosso objeto de estudo, os Jogos Eletrônicos, em seu artigo, Fantin e Côrrea, distinguem terminologias diferenciadas:

- jogos eletrônicos (Murray, 2003),
- videojogos (Orozco, 2006),
- jogos digitais (Buckingham, 2006),
- jogos de computador,
- games (Santaella e Feitoza, 2009),

Outros autores como Jonhson (2003) e Alves (2005) também se referem a games, jogos eletrônicos e videogames como sinônimos. Dessa forma, empregamos o conceito de videogames em sua concepção mais ampla, que “envolve a especificidade dos jogos eletrônicos, computacionais, digitais e jogos online” (Idem). Desde sua criação, em 1958, os videogames foram concebidos como formas de entretenimento. Para Fantin e Corrêa, “esse é um dos fatores desencadeantes das muitas barreiras a ser enfrentadas por aqueles que se propõem a investigar as relações entre videogames e aprendizagem” (Fantin e Corrêa, 2010). Embora os discursos sobre a necessidade do entretenimento para os processos de aprendizagem tenham se tornado mais contundentes nos últimos anos, nem sempre a cultura lúdica tem espaço garantido como prática efetiva até mesmo na formação profissional, onde aprender ainda está ligado ao esforço e trabalho em oposição à diversão.

Diante dessa realidade, não há como negar a utilidade e expressividade dos videogames. Eles podem ser entendidos tanto como:

- mídias – na medida em que são meios que comportam um complexo sistema de comunicação, armazenando dados, imagens, sons e vídeos.
- tecnologias – artefatos que se podem utilizar no dia-a-dia, resultado da criação humana.

Segundo os estudos de Rushkoff, o surgimento do game é polêmico e objeto de controvérsias para muitos pesquisadores. No MIT consta que o primeiro jogo eletrônico criado é o Space War, desenvolvido em 1961, por M. Graetz, S. Russel e W. Wiitane. Atualmente os historiadores de games acreditam que o primeiro jogo foi criado por W. Higinbotham, em 1958, o Tennis Programming ou Tennis for Two que não patenteados. Tal jogo era motivo de visita ao laboratório do poderio militar dos Estados Unidos (EUA), que se encontrava em plena Guerra Fria (Moura, 2007). O avanço dos videogames ao longo das três últimas décadas se baseou no surgimento de novas tecnologias. Para Frantin e Corrêa “foi menos um desenvolvimento artístico, conscientemente dirigido do que uma corrida para utilizar os novos chips, técnicas de criação de imagens e placas gráficas” (2010). Dessa forma, toda vez que surgia uma nova tecnologia, os criadores redefiniam a essência de seus jogos em função do novo hardware (Rushkoff, 1999). Ou seja, assim como o Jornalismo, os videogames também

sempre foram “reféns” dos avanços das tecnologias. Seguindo esse raciocínio, podemos ressaltar que, com o incremento da internet no sistema computacional, foi possível fornecer o potencial interativo de diversos recursos a distância, como, por exemplo, o desenvolvimento de games on-line para multi-usuários, o que acabou por permitir diferenciados modos de compartilhamento entre seus jogadores (sejam eles conhecidos ou não). Chamamos atenção para esta situação, visto que um dos pontos de investigação que está em questão nesta pesquisa, é o estudo de games como material didático via web. Isso se deve, em parte, ao fato de a internet possibilitar outras formas de percepção sensorial/motora aos indivíduos, ampliando os processos interativos entre os mesmos, podendo beneficiar diversos aspectos das relações humanas, como as possibilidades de ensino/aprendizagem nos ambientes virtuais educacionais. Por isso, a interação no ciberespaço, por meio dos jogos eletrônicos, pode:

- apresentar-se como mais uma possibilidade de recurso digital pedagógico, através de ambientes de ensino/aprendizagem via web.
- permitir que as pessoas tenham acesso a esses games como material didático (gratuitos ou não) via rede, podendo escolher entre jogar por meio da própria internet ou fazer download dos games para o seu computador.
- consentir que o jogador possa interagir sozinho (single-player) com games on-line ou não, pois podemos considerar, nesse caso, que o participante poderá jogar por meio do computador, sem o auxílio da internet e aceitar a interação entre vários jogadores (multi-player), com games on-line ou não, pois também podemos considerar, neste caso, que os participantes poderão jogar por meio do computador, como dito anteriormente, sem o auxílio da internet. (Ref.Fantin e Corrêa, 2010).

O livro *Homo ludens*, Huizinga (1990) foi pioneiro e se tornou um clássico sobre os estudos sobre videogames. O autor procurou definir um conceito de jogo integrado ao de cultura que se torna fundamental para essa pesquisa. Para Huizinga, o jogo possui uma realidade autônoma que “não é passível de definição exata em termos lógicos, biológicos ou estéticos” (idem). O autor procura descrever as principais características do jogo. Deve-se destacar a atividade voluntária em que o jogador demonstra prazer, a atividade livre, com liberdade de ação do jogador, o caráter não sério de sua ação, a separação do jogo dos fenômenos do cotidiano, a limitação do tempo e espaço em que o jogo possui um caminho e um sentido próprio, a existência de

regras onde a menor desobediência estraga o jogo e, por último, o caráter fictício dos videogames.

Ao destacar seu caráter social, Vigostky (1984) compreende o jogo como o principal tipo de atividade das crianças e constrói hipóteses de fundo psicológico a respeito do jogo. Para ele, as crianças experimentam desejos impossíveis de serem realizados imediatamente e para resolver essa tensão, envolvem-se em mundo imaginário para realizar tais desejos. Esta situação fictícia da imaginação seria o caminho da abstração. Por outro lado, Caillois (2001) procura reafirmar e discordar de algumas características dos games citadas neste estudo. Para ele o jogo eletrônico é essencialmente uma atividade:

- a) livre/voluntária;
- b) separada (no tempo-espço);
- c) incerta (não se pode prever os resultados);
- d) improdutiva;
- e) regida por regras;
- f) fictícia.

Dessa forma, Caillois distingue cinco categorias fundamentais de jogos:

- 1. de competição (agon),
- 2. de azar (alea)
- 3. de simulação
- 4. de representação (mimicry)
- 5. vertigem ou desorientação perceptiva (ilinx)

Em resumo, podemos considerar que no jogo “a partir de uma livre escolha, existe uma situação imaginária e uma trama em que a criança assume ou representa papéis, utilizando-se de objetos substitutos em que representam as interações presentes na sociedade orientadas por determinadas regras que são combinadas pelas próprias crianças que possuem o controle do jogo” (Fantin, 2000, p.53).

Procuramos destacar algumas propriedades essenciais dos ambientes digitais, Murray (2003). Ela oferece importantes informações em relação ao poder atrativo dos videogames pois eles nos oferecem:

- 1. Uma variedade de comportamentos complexos e aleatórios, dando ao jogador a possibilidade de experimentar sentimentos diversos e de identificar-se com eles; provocam a sensação de potência devido à oportunidade de ação por conta própria; permitem vivência e engajamento; incorporam uma possibilidade ilimitada de ações e simulações;

2. Possibilitam a realização de ações e a observação do resultado dessas ações; permitem a realização de transformações constantes, a experimentação de diferentes soluções para um mesmo problema, a possibilidade infinita de reinícios e a manutenção do engajamento pela via do adiamento da resolução do enigma.

Outros autores também justificam a atração provocada pelos videogames. Johnson enfatiza que o que atrai o jogador é o sistema de recompensa existente no jogo: “Quando você está preso a um jogo, o que o atrai é uma forma elementar de desejo: a vontade de ver a próxima coisa” (Johnson, 2005). Para ele, a recompensa como premiação por um desafio vencido funciona muito bem nos videogames porque certos jogos são absolutamente difíceis. Do mesmo modo, Gee (2009) e Orozco (2006) consideram que o elemento que mais atrai nos videogames é o desafio. Tanto as possibilidades de ação como as dificuldades e os desafios evidenciam esse tipo de jogo como uma tarefa complexa que exige que o jogador mobilize uma série de habilidades e/ou competências enquanto joga. Ao lado dos jogos provenientes da indústria das mídias, certos videogames e jogos on line fogem dos limites espácio-temporais da relação face a face e criam novas formas de interação entre os sujeitos e, conseqüentemente, dos sujeitos com a cultura, natureza e o mundo. Em tal cenário, o grande interesse de crianças e jovens pela internet parece não ser só de “interagir com o computador” e sim de interagir com outras pessoas através da tecnologia” (Idem) Para os objetivos deste estudo, o importante são os “vínculos construídos e não a interatividade em si, pois em diferentes contextos socioculturais e nas mais adversas condições, crianças e jovens aprendem a jogar, a ganhar, a perder, a socializar e a se organizar em redes através da cultura digital. E isso sugere não apenas novas e diversificadas formas de participação na cultura, como também novas formas de consumo e práticas sociais” (Idem).

3. Jornalismo e videogames: convergência.

Do ponto de vista dos estudos cognitivos relacionados aos videogames, diversas pesquisas realizadas nos últimos anos analisam a presença dos videogames na vida de crianças e jovens a partir de diferentes ênfases sintetizadas por Fantin (2010). As novas formas de cultura participativa propiciada pelas mídias digitais, particularmente

pelos videogames são trabalhadas por H. Jenkins (2006). Ao analisar as aprendizagem que os jogos eletrônicos podem promover, J. P. Gee (2009) destaca a similaridade entre algumas atitudes desenvolvidas por crianças quando jogam videogames e os princípios do método científico (sondagem, hipótese, nova sondagem, novo pensamento). Princípios também enfatizados por Orozco (2006) quando relaciona as aprendizagens com videogames e o desenvolvimento de habilidades hipotético-dedutivas, essenciais para a formação do pensamento científico. Relacionado a esse universo, Pecchinenda (2010) destaca tanto a mudança no imaginário coletivo como na concepção de si provocada pelos videogames no contexto da cultura da simulação. Para X, nesse contexto, “é comum associar as influências dos jogos eletrônicos a possíveis implicações que se manifestam em comportamentos violentos, reflexão que é feita por Alves (2005)”.

Esses e outros comportamentos podem estar presentes na ideia do videogame como narrativa, enfatizado por Murray (2003) e como possibilidade de aprendizagens diversas, como sugere Corrêa (2010). Enfim, são muitos os mapas para estudar os videogames e problematizar suas relações e práticas culturais. De posse desses mapas, nos perguntamos como a diversidade de olhares ajuda a entender as múltiplas produções de sentidos que os jogadores constroem quando jogam, o que os atraem e o que tais práticas promovem de “novo”?

E é neste ponto que ele passa a interessar ao jornalismo e às práticas de ensino do jornalismo. Presenciamos uma explosão de alternativas tanto de comunicação como de linguagens e narrativas. E assim como existe um Jornalismo considerado de baixa qualidade ou “sensacionalista” em relação aos games, como procuramos destacar no presente estudo, também há games para o mero entretenimento e os jogos considerados “sérios”. Já temos os primeiros jogos interativos, ou mesmo simuladores, que recriam as redações de jornais em ambiente virtual ⁷.

Neste contexto, para algumas empresas jornalísticas, videogames também podem significar uma oportunidade para realizar bons negócios. Recentemente, um artigo publicado pela imprensa americana revelava que as empresas de videogames já são consideradas clientes importantes para as agências internacionais de notícias para TV

⁷ <http://www.newsu.org/courses/be-reporter-game>

como a APTN ou Reuters. Os produtores de videogames de guerra, por exemplo, estão sempre à procura de imagens cada vez mais realistas, sofisticadas e complexas, já está sendo superada pelas imagens produzidas pelos jornalistas das agências e utilizadas pelos produtores de jogos eletrônicos militares ⁸.

Os games ou jogos digitais estão cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas. O Brasil é o 4º maior mercado do mundo de jogadores de videogames, com cerca de 35 milhões de usuários. Esses brasileiros gastam 10,7 horas por semana jogando, quase o dobro do dedicado a assistir TV (5,5 horas por semana) e bem superior ao período destinado a ouvir rádio (4 horas) ou a ler revistas e jornais (1,8 horas). Grande parte desse número se deve ao rápido avanço dos jogos online e dispositivos móveis. A partir do reconhecimento e do interesse em expansão pelo mercado dos games, o Brasil também passou a investir nessa indústria com a criação de empresas que se dedicam ao desenvolvimento de jogos eletrônicos (Brasil, 2003).

Nos EUA, um grupo de professores resolveu encarar o problema da convergência dos games com o ensino de Jornalismo de forma inovadora. Eles propõem a utilização de videogames como ferramentas de ensino para reconquistar a geração Y, a geração que foi criada com computadores, games e internet. Apesar das enormes dificuldades, os professores Matt Taylor e Nora Paul do Instituto de Estudos de Novas Mídias da Universidade de Minnesota nos EUA convenceram os executivos da instituição de ensino a investir em um videogame que recria situações típicas da rotina jornalística. Não foi tarefa fácil. Mesmo nos EUA, ainda há grande resistência na academia contra os games. Ainda somos reféns das técnicas de ensino do passado. Assim como a televisão ou mesmo o cinema, muitos professores ainda consideram os games, mero entretenimento ou escapismo lúdico (Idem).

Mas o principal objetivo dos games de instrução jornalística é desenvolver os princípios éticos da profissão. Afinal, jornalismo é antes de tudo, uma técnica de investigação e narrativa dependente de um código de ética específico. Ao contrário de outros “contadores de histórias”, temos que dizer a verdade e temos uma responsabilidade social enquanto prestadores de serviço, enquanto “olhos e ouvidos” da sociedade.

⁸ <http://www.aptn.com/>

O surgimento dos estudos no campo da Mídia-Educação traz novos e diversos questionamentos para a sociedade em geral, para as redações de Jornalismo e, principalmente, para a formação dos profissionais da área. Vivemos num mundo intensivamente midiático e estamos conscientes de que não podemos escapar à mídia, uma vez que ela está no centro da experiência humana (Silverstone, 1999). Dessa forma, pensar a presença das mídias no cotidiano das redações e dos cursos de Jornalismo, escola, as interações dos sujeitos com esses meios, as consequências nos processos de ensino e aprendizagem e nos processos de formação dos sujeitos torna-se uma pauta cada vez mais presente. Nesse caso, faz sentido pensar nos videogames, suas relações com as rotinas profissionais, com a aprendizagem e por consequência, com os desafios dos cursos de Jornalismo em uma era de transformações tecnológicas. À primeira vista, dada a rapidez com que um jogador realiza as ações num jogo, é fácil constatar que os videogames exigem coordenação visual e motora, agilidade, destreza e rapidez no raciocínio. Aptidões consideradas essenciais para o exercício da profissão jornalística. Mas, características importantes para o público consumidor de notícias. Contudo, se procurarmos conhecer mais atentamente o nível de concentração de um jogador enquanto joga, é possível supor que os videogames podem ir além. Eles parecem usar um tipo peculiar de habilidade com as quais muitos de nós talvez não estejamos acostumados a trabalhar. E quais seriam as habilidades e as competências são necessárias para jogar videogames que possam interessar aos jornalistas? Elas seriam “exclusivas” de quem joga videogames ou seriam inerentes à produção e divulgação de notícias? Como podem contribuir para outros processos de produção de informação ou de formação dos jornalistas?

Ao pensar sobre essas questões procura-se manter um foco positivo, inovador e inquisitivo em relação ao potencial dos videogames. Esse olhar pode ser realizado a partir de diversos estudos sobre as características dos videogames:

1. Esse tipo de entretenimento pode ser saudável, uma vez que estimula e potencializa a complexidade cognitiva (Johnson, 2005);
2. Os jogos auxiliam o desenvolvimento de diversas destrezas cognitivas, em especial, habilidades hipotético-dedutivas, essenciais para a formação do pensamento científico (Orozco, 2006);

3. O ambientes dos videogames instauram uma lógica diferenciada pela via do entretenimento como possibilidade de construir espaços de aprendizagem para diferentes saberes: afetivos, cognitivos, sociais, culturais (Alves, 2005).
4. Os games podem conter narrativas dentro deles, esses jogos são um novo meio de expressão que ampliam possibilidades de leitura de mundo, alimentando capacidades de criação, de responder com flexibilidade às novas situações e aumentando repertório de comportamentos de sobrevivência (Murray, 2003);
5. Os jogos incorporam alguns princípios de aprendizagem: identidade, interação, produção, riscos, customização, agência, problemas bem ordenados, desafios (Gee, 2009).

Concebidos como “tecnologia” e “produções culturais”, os videogames implicam produções de sentido que se dão a partir da articulação das esferas de produção, mediação e recepção. Sob esse ponto de vista, devemos nos perguntar:

- O que transmitem os videogames culturalmente?
- Que significados são atribuídos pelos jogadores a partir das narrativas e imagens veiculadas nesses jogos?
- Que modelos estão sendo oferecidos e o que está sendo aprendido?

Sob o ponto de vista tecnológica, a velocidade com que tais jogos são desenvolvidos em séries e pacotes de expansão os tornam comparáveis aos fundamentos do Jornalismo. Ao se adquirir a técnica do jogo ou a informação, os usuários de games ou o público de Jornalismo se familiariza com um determinado jogo, com uma determinada notícia, imediatamente já são lançadas as continuções, as suítes, os jogos ou as notícias “mais interessantes” em um fluxo contínuo, que pequenos aprendizados ou conhecimentos insinuam o caráter de “obsoleto” dos anteriores, promovendo o desejo da substituição.

Jogos eletrônicos e Jornalismo possuem muito pontos em comum, e essa dinâmica convergente é o nosso objeto de estudo. Por outro lado, é necessário levar em conta a evolução e o aumento da sofisticação técnica desses jogos e do Jornalismo na Era Digital que rapidamente fazem envelhecer a informação, a tecnologia e as narrativas atuais, provocando a necessidade da aquisição da novidade (News). “A sociedade de

consumo consegue tornar permanente a insatisfação (...) os consumidores experientes não se incomodam em destinar as coisas para o lixo; aceitam a curta duração das coisas e seu desaparecimento predeterminado com tranquilidade (Bauman, 2000).

Serious games ou “jogos sérios” são projetados com a finalidade de resolver um problema. Embora os jogos podem ser divertidos, o seu principal objetivo é formar, investigar, ou anunciar. Às vezes, um jogo deliberadamente sacrifica a diversão e o entretenimento, a fim de alcançar um progresso desejado pelo jogador. Considerando os gêneros de jogos de vídeo que costumam ser classificados pela “jogabilidade”, jogos sérios não são um gênero de jogo, mas uma categoria de jogos com diferentes propósitos. Esta categoria inclui jogos educativos e advergames, jogos políticos, ou jogos evangélicos.⁹ A categoria de jogos sérios para a formação também é conhecido como “jogo-aprendizagem”.

Ian Bogost, no entanto, prefere utilizar a nomenclatura de “Persuasive Games” ou “Jogos Persuasivos”, em substituição a “Serious Games”. Para ele, a retórica procedimental ou a arte da persuasão se manifesta mediante representações e interações baseadas em regras, em vez de palavras faladas e escritas, imagens fixas ou em movimento. Nesse contexto, os games persuasivos constroem argumentos sobre como os sistemas funcionam no mundo real, levando o jogador a modificar a sua opinião fora do jogo. Potencial de criticar visões de mundo estabelecidas¹⁰. Para Mattar, o objetivo principal é “enfrentar os desafios e dar a voz à geração dos nativos digitais” (Idem). Dessa forma, devemos decidir com eles, ou seja, incluir os alunos em tudo, desde o design instrucional até as atividades em sala ou online, envolvê-los em discussões sobre o desenvolvimento do currículo, métodos de ensino, organização da escola, disciplina e avaliação deixar as crianças reinventarem a escola. O universo dos games é uma pista e uma trilha a seguir no design instrucional.

Estudos recentes conduzidos pelas professoras Frantin e Corrêa da UFSC e pelas nossas próprias pesquisas procuram confirmar a possibilidade de aprendizado com os videogames. No caso específico da prática jornalística, foram analisados os seguintes tópicos:

- Aprende a lidar com várias situações diferentes encontradas pelos jornalistas

⁹ http://www.gamasutra.com/view/feature/4074/the_designers_notebook_sorting_.php?page=2

¹⁰ Mattar, 2010.

- Ensinar a prática da reportagem
- Aprende a se arriscar e a sobreviver. (Obs. práticas profissionais de repórteres no cotidiano da cobertura jornalística, e principalmente para os correspondentes de guerra).
- Ser veloz e enfrentar tudo o que vem pela frente
- Aprende a prestar atenção ao que está na sua volta
- Pensar antes de agir
- Ensinar os outros quando eles não sabem jogar. (Prática comum e tradicional de transmissão de conhecimento nas redações jornalísticas).
- Lidar com o tempo e pressão. (Deadlines jornalísticos).
- Descobrir jeitos de melhorar nos obstáculos.
- Aprende a ter agilidade, pensar rápido, outras coisas. (Característica típica da profissão de jornalista).

4. Videogames para jornalismo

Dentro desse cenário de games para Jornalismo deve-se citar as novas propostas das narrativas transmidiáticas. Para Cannito, “narrativa transmidiática é uma referência ao surgimento de uma nova estética que responde à convergência das mídias, exigindo mais de seus consumidores e das comunidades ativas de conhecimento” (Cannito, 2010). Esse tipo de narrativa estaria intimamente ligado à criação de um universo ficcional, no qual seja possível viver uma experiência plena, em que os consumidores assumam diferentes papéis e persigam a história por diversos meios, compartilhando ou comparando suas observações com as de outros fãs, o que asseguraria uma experiência de entretenimento mais rica. Os videogames, no entanto, podem oferecer uma alternativa factual para as narrativas transmidiáticas. Uma alternativa ao afastamento do Jornalismo e dos meios de comunicação de massa tradicionais por parte do segmento mais jovem da sociedade.

Neste cenário, a cada dia surgem novos exemplos de simuladores instrucionais (jogos para a formação de jornalistas) e Newgames (jogos com conteúdo de notícias jornalísticas). No ambiente comunicacional das narrativas transmidiáticas para simulação de práticas profissionais, após alguns anos de trabalho e alguns milhares de dólares, professores norte-americanos desenvolveram uma série de jogos educativos que visam ensinar jornalismo de uma forma inovadora. O título da série é “Playing the News” ou “Jogando as notícias”¹¹ da Universidade de Minesotta e o game premiado pela

¹¹ <http://www.destructoid.com/gdc-08-journalistic-integrity-via-neverwinter-nights-71015.phtml>

Knight-Ridder foundation é You be the repórter - Ethanol as a fuel.¹² <http://www.inms.umn.edu/projects/bethereporter/>. Trata-se de um exemplo pioneiro e emblemático dos jogos educativos com elementos específicos das rotinas profissionais dos jornalistas. Ainda é uma proposta simples, mas que já apresenta um grande potencial de desenvolvimento para o futuro dos games para aperfeiçoamento dos jornalistas.

Deve-se destacar outro exemplo referencial de games que visam incentivar os jovens a conhecer melhor a profissão e ao mesmo tempo demonstram grande potencial para a capacitação de jornalistas. Produzidos pela News University dos Estados Unidos, é To be a Reporter Game e To be an Editor¹³ se tornaram referências para a produção de games instrucionais para os futuros jornalistas. Esses jogos podem ser acessados gratuitamente por estudantes, professores e pesquisadores interessados no potencial dos games para o Jornalismo. Esses videogames foram produzidos com uma narrativa cinematográfica que utiliza atores profissionais, ambientações em cenários sofisticados e realistas além de gráficos complexos. Os jogos ensinam jornalismo e podem ser supervisionados pelos professores dentro e fora das tradicionais salas de aulas dos cursos de Jornalismo. Mas os mesmos jogos também podem ser utilizados de forma lúdica para o entretenimento como uma apresentação das rotinas profissionais dos jornalistas. Deve-se destacar que estes projetos estão sendo desenvolvidos por especialistas que contam com recursos financeiros mediante de instituições privadas norte-americanas como a Fundação Knight-Ridder¹⁴.

Grandes empresas norte-americanas também perceberam o potencial dos games para treinamento de jornalistas. A Ubisoft dos Estados Unidos produziu o game Imagine Reporter ou “Imagine-se Repórter”¹⁵. Esta primeira versão é para crianças e adolescentes que almejam serem jornalistas. Jovens que desejam conhecer as rotinas de trabalho de um repórter por meio dos jogos eletrônicos. Esses videogames de última geração procuram simular a realidade profissional dos jornalistas com a utilização de gráficos e recursos digitais sofisticados. Mas também discutem questões

¹² <http://www.inms.umn.edu/projects/bethereporter/>.

¹³ <http://www.newsu.org/courses/be-reporter-game>

¹⁴ <http://www.knightfoundation.org/>

¹⁵ <http://www.ubi.com/US/Games/Info.aspx?pId=8481>

éticas ou processos decisórios de uma forma dinâmica típica dos videogames. Questões profissionais se misturam a questões lúdicas ou estéticas, aparentemente consideradas supérfluas ou desimportantes pelos manuais tradicionais ou pelos professores de jornalismo como a importância da escolha do vestuário dos futuros repórteres.

Na série “Imagine” produzida pela Ubisoft, a lógica é invertida. Em vez da fantasia, os games dessa linha adotam simuladores de profissões. Sai a carga dramática e entram licenças poéticas como repórteres trabalhando de bicicleta. O jogador é convidado a começar sua carreira como colunista em um jornal regional para, no final, ser uma estrela internacional de televisão com seu programa próprio. Entre um e outro, o jornalista virtual tem uma vida profissional cheia de atribuições, como montar capas de revistas, tirar fotos, ir a coletivas de imprensa, entre outros. É uma simulação limitada, porém, educativa sobre as peculiaridades da profissão jornalística.¹⁶

Outro exemplo de game educativo de jornalismo, mas dessa vez para os mais jovens, os estudantes secundários, é "Being Brian Crecente: Using an Off-the-Shelf Role-Playing Game to Teach Journalism."¹⁷Essa proposta educacional utiliza as técnicas de RPG para transformar o aluno em um jornalista em situações difíceis e delicadas. O segredo é manter o glamour da profissão, incentivar novas carreiras e preparar melhor o futuro jornalista.

Dentro da presente proposta de estudos sobre os videogames para jornalistas é igualmente importante destacar a relevância do trabalho de um segmento representativo e referencial da profissão: os correspondentes de guerra. A título de contextualização das dificuldades das condições de trabalho e da necessidade de aprimoramento da formação profissional desses jornalistas, 2011 foi o pior ano da última década para os correspondentes de guerra. Cerca de noventa e sete jornalistas morreram cobrindo conflitos em mais de 30 países segundo dados da International News Safety Institute (INSI), 2011.¹⁸

Este cenário de dificuldades e violência motivou o professor de Jornalismo Internacional da Universidade de Tecnologia de Sidney na Austrália e veterano

¹⁶ http://www.youtube.com/watch?v=PDIzS_GlvxY

¹⁷ <http://blog.wired.com/games/2008/02/sim-journalist.html>

¹⁸ <http://www.newssafety.org/images/pdf/KillingtheMessenger.pdf>.

produtor da Australian Broadcasting Company (ABC) Anthony Maniaty a desenvolver um projeto inovador para a preparar jornalistas a trabalhar em zonas de conflito por meio de videogames com o título de WARCO¹⁹, acrônimo de “war correspondent”, ou correspondente de guerra. Trata-se de um jogo eletrônico no formato de “simulador” desenvolvido para treinar jornalistas para trabalhar em zonas de combate. Este game ainda não possui versão finalizada, mas já é possível avaliar a qualidade e complexidade do projeto em amostras disponíveis na Internet.

Em WARCO, a repórter-avtar, DeMarco, opera câmeras de vídeo ou câmeras fotográficas para produzir matérias que serão exibidas nos telejornais noturnos. Mas, para isso, o jogador precisa, antes de tudo, sobreviver aos perigos típicos de diversas zonas de conflito. O jogador ultrapassa diversas fases para conseguir um material adequado para suas histórias e é avaliado para continuar suas tarefas jornalísticas. Para o Prof. Maniaty o objetivo é “trazer a experiência jornalística para o universo dos games”.²⁰O jogo, no entanto, não se destina aos correspondentes mais experientes. Muito pelo contrário. A proposta é treinar os jornalistas recém-formados ou aqueles que ainda não possuem experiência de cobertura em zonas de conflito. Dessa forma, o videogame também apresenta ao público o trabalho dos correspondentes de guerra, suas dificuldades e riscos. Com os recursos da simulação eletrônica combinados com o entretenimento proporcionado pelos games de guerra, WARCO procura oferecer aos jornalistas a oportunidade de experimentar os perigos da Guerra sem o risco de morte. Por outro lado, essa mesma proposta de videogame pode ser transposta para outros cenários ou realidades encontradas pelos jornalistas. No caso do Brasil, seria o equivalente a preparar os jornalistas para enfrentarem os perigos da cobertura em áreas de conflito nas favelas do Rio de Janeiro, por exemplo. Uma forma de evitar a morte recente de cinegrafistas como Gelson da Silva da Rede Bandeirantes ou produtores experientes e premiados como Tim Lopes da Rede Globo. ²¹

Games semelhantes também podem ensinar ao jornalista a reconhecer o funcionamento e potencial destrutivo de armas diversas. Isso pode ser fundamental para a sua performance profissional ou até mesmo para sua sobrevivência. Games

¹⁹ . <http://defiantdev.com/warco/>

²⁰ <http://www.bbc.co.uk/news/technology-15166663>

²¹ http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_a_morte_da_imagem_de_novo

também podem ensinar técnicas de Primeiros Socorros que podem ser igualmente úteis nas coberturas diárias. Os jornalistas costumam estar expostos a inúmeros perigos, inclusive a acidentes de tráfego.

Os jogos eletrônicos podem colaborar para a melhoria do jornalismo e aperfeiçoar o treinamento de jornalistas, mas também podem salvar vidas. Nos últimos anos, grandes empresas jornalísticas como a Associated Press e a rede de TV Norte-americana ABC News têm investido maciçamente no treinamento de seus jornalistas que atuam em zonas de conflito²². Somente a utilização de games não seria considerado suficiente para a capacitação de jornalistas. Mas passaram a ser um recurso poderoso. Os jogos eletrônicos possuem potencial para melhorar o jornalismo e auxiliar na formação dos profissionais da imprensa. Mas ainda é necessário aumentar a complexidade dos games e acrescentar ainda mais componentes audiovisuais representativos da cobertura jornalística. Os futuros correspondentes precisam aprimorar a capacidade de decidir sob todas as formas de pressão. Elas podem ser de natureza “emergencial”, o jornalista está sempre lutando contra o tempo para cumprir os deadlines ou prazos para finalização de matérias, cobranças das chefias editoriais ou pressões oriundas da competição dos demais veículos.

Em relação os jogos eletrônicos com conteúdo inovador para o jornalismo, deve-se apontar os Newsgames ou “jogos de notícias”. Trata-se de um segmento específico do gênero “jogos sérios” que divulga notícias consideradas importantes que se tornaram muito populares nos últimos anos²³. Eles se caracterizam pela criação rápida em resposta a eventos atuais. Os Newsgames também podem ser pensados como o jogo eletrônicos que se equivalem a mobilizações políticas. Para Miguel Sicart são jogos que "utilizam o meio com a intenção de participar no debate público".²⁴ Os principais exemplos são Madrid, um jogo que relembra as bombas no transporte público de Madrid na Espanha ²⁵, September 12, jogo sobre as vítimas civis na guerra contra o terror²⁶ e Darfur is Dying, um jogo sobre a crise dos refugiados em Darfur ²⁷.

²² <http://www.wired.com/gamelifelife/2011/09/warco/>

²³ <http://www.wingchunsantacruz.com/gamesandart/research/newsgames-DiGRA2009.pdf>

²⁴ Sicart, M. “Newsgames: Theory and Design”. International Conference on Entertainment Computing. Pittsburgh, PA. 2008.

²⁵ <http://newsgaming.com/games/madrid/>

²⁶ <http://newsgaming.com/games/index12.htm>

²⁷ <http://www.darfurisdying.com/>

Conclusões

Os pontos em comum entre os jogos eletrônicos e a prática do Jornalismo são inúmeros. No entanto, é importante resguardar as especificidades dos jornalistas, dos estudantes de Jornalismo e do público consumidor de notícias dentro de cada contexto. As declarações dos diversos segmentos retratados nesse estudo revelam que há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam desenvolver novas formas de aprendizado que procuram convergir o tempo de lazer, que influenciam opiniões políticas, direcionam comportamentos sociais, e fornecem material para que as pessoas desenvolvam sua identidade e que profissionais com os jornalistas possam ser melhor capacitados.

É evidente que vivemos numa sociedade competitiva e violenta, onde aprender a sobreviver, obter treinamento profissional adequado ou conhecer e fazer Jornalismo são práticas importantes e relevantes. Assim como nos games, também é importante aprender a se defender, a sobreviver.

Ainda temos muito a aprender sobre o potencial comunicacional, artístico e educacional ou jornalístico dos videogames. Com pesquisas aplicadas e menos preconceito, os jogos eletrônicos ainda podem ser reconhecidos como nova forma de arte ou nova forma de narrativa para um Jornalismo em crise de identidade.

O jornalismo pode estar em crise. Talvez, esse seja o seu estado natural. Sempre insatisfeito com suas realizações e em busca contínua por novos desafios. A crise afetaria principalmente o Jornalismo considerado “sério” ou Jornalismo de qualidade. Mas, apesar da nova crise com riscos e ameaças, também podemos estar diante de uma grande oportunidade para melhorarmos o jornalismo e o ensino de jornalismo. Em vez da ênfase excessiva em teorias, no excesso de autocrítica ou autoflagelação, talvez pudéssemos aproveitar a oportunidade para buscarmos uma identidade para o jornalismo e para as escolas de jornalismo em nosso país.

Diante de tantas oportunidades, por que não ensinar também jornalismo com técnicas digitais como os videogames? O maior problema, no entanto, é a resistência das instituições de ensino, dos professores e dos próprios jornalistas. O jornalismo em sua longa história sempre aproveitou das crises para utilizar de forma criativa, as novas tecnologias como o telefone, os telégrafos, o rádio, a TV e agora a Internet. Jornalismo sempre foi sinônimo de inovação, ousadia e novas tecnologias. Afinal, a profissão exige

tomar decisões importantes e relevantes em curtíssimo espaço de tempo. Isso pode ser aprendido na prática profissional durante muitos anos, mas também pode ser aprendido em cenários digitais virtuais nas escolas.

Na sua essência, os games promovem um método interessante, intuitivo e interativo de ensinar os princípios de integridade e eficiência jornalística. Trata-se de uma solução ousada e criativa para encarar o problema do ensino de uma profissão tão dinâmica como jornalismo. Para uma geração que prefere obter informações nos computadores e na rede, a solução dos professores americanos para os problemas de ensino de jornalismo pode indicar novas soluções. Ou seja, nem todos os jogos recriam violência.

Videogames podem mudar um jornalismo em crise de público e identidade. O mais importante é que os jogos interativos possuem o potencial para recuperar um público mais jovem que se afasta do jornalismo. Criticar os videogames sem um conhecimento maior pode ser um grande erro. Para quem gosta, se interessa e pesquisa o maravilhoso mundo dos videogames, além de entretenimento interativo típico do século XXI, eles também representam uma ferramenta para expressão social, política e artística. O seu propósito primordial, no entanto, ainda não está bem definido. Assim como o cinema no início do século XX, ainda temos muito a aprender sobre o potencial artístico, educacional ou jornalístico dos videogames. Os jogos eletrônicos podem ser considerados uma nova tecnologia, forma alternativa narrativa, ferramenta de ensino ou nova forma de arte.

Para o Jornalismo, é evidente que os games educacionais podem estimular boas práticas de reportagem e aperfeiçoar técnicas de entrevista com utilização de soluções inovadoras, não lineares que nos remetam a diálogos com as nossas próprias rotinas profissionais. Afinal, como procuramos demonstrar neste estudo, fazer jornalismo e jogar games têm muito em comum. Os jogos eletrônicos podem nos ensinar técnicas da profissão para um jornalismo cada vez mais virtual. Os jogos eletrônicos podem e devem ser considerados como ferramentas inovadoras e fundamentais, principalmente para avaliar o interesse e capacidade dos alunos dos primeiros períodos dos cursos de jornalismo.

Também acreditamos que futuras pesquisas devem indicar e confirmar outras características comuns entre os jogadores de Videogames e os jornalistas. A próxima

etapa de nossas pesquisas inclui o desenvolvimento do primeiro jogo eletrônico produzido no Brasil para a capacitação de jornalistas dentro das especificidades da nossa realidade cultural, social e econômica. O objetivo é não desperdiçarmos tempo e recursos preciosos. Afinal, preparar bons jornalistas é tarefa longa, cara e difícil. Mas, não deve ser relegada ao descaso ou ao comodismo.

Ao recriar ou simular as situações típicas e emblemáticas da nossa profissão, talvez consigamos evitar que os jornalistas brasileiros e os nossos alunos nos cursos de Jornalismo decidam que não gostam ou não querem mais praticar o que Gabriel Garcia Marques descreve como a “melhor profissão do mundo” ²⁸.

Referências bibliográficas

- ABT, C. Serious Games. New York: The Viking Press. 1970.
- ALVES, L. Game Over. São Paulo: Futura, 2005.
- BRASIL, Antonio. Telejornalismo e Guerrilha Tecnológica, Ed. LCM, RJ, 2003.
- CAILLOIS, R. Lês jeux et lês hommes. Lisboa: Cotovia, 1990.
- CANNITO, N. A Televisão na Era Digital. Summus Editoria, SP, 2010.
- CORRÊA, E. Aprende-se com videogames? Com a palavra os jogadores. Dissertação de Mestrado PPGE/UFSC, Florianópolis, 2010.
- FANTIN, M. No mundo da brincadeira: jogo, brinquedo e cultura na educação infantil. Florianópolis, Cidade Futura, 2000.
- GEE, J. P. Bons videogames e boas aprendizagens. In Perspectiva. Florianópolis: UFSC/CED/NUP, 2009.
- HUIZINGA, J. Homo Ludens o jogo como elemento da cultura. 2.ed. São Paulo, Perspectiva, 1990
- JONHSON, S. Surpreendente. A televisão e o videogame nos tornam mais inteligentes. Rio de Janeiro, Campus, 2005.
- OROZCO, G. Aprendiendo com videojuegos . Conferencia no III Congresso Educared de São Paulo, 2006
- PEREIRA, L. O papel dos videojogos no desenvolvimento de competências digitais. In; Revista Comunicação e Sociedade, vol. 3, 2008, p.135-144.
- SANTAELLA, L.; FEITOZA, M. (orgs). O mapa do jogo: a diversidade cultural dos games. São Paulo: Centage Learning, 2009.
- SILVERSTONE, R. Por que estudar a mídia? São Paulo: Loyola, 1999.
- STEINBERG, S.; KINCHELOE, J. (orgs.). Cultura infantil: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- VIGOTSKY, L. S. A formação social da mente. São Paulo: Martins Fontes, 1984.