

APLICATIVOS INFORMATIVOS PARA GAMES: PRÁTICAS DE COLABORAÇÃO ENTRE USUÁRIOS E CONSTRUÇÃO DE INFORMAÇÃO

Letícia Medeiros Dorneles ¹

Eloisa Klein ²

Resumo:

Este trabalho analisa o potencial informativo e colaborativo em aplicativos de games, considerando-se a expansão deste público consumidor no Brasil e a necessidade da preparação do jornalista para atuar neste mercado. Num primeiro momento, foi feita uma pesquisa de todos os aplicativos que poderiam conter conteúdo informativo ou jornalístico sobre games em plataformas Android e IOS. A partir de uma observação inicial dos aplicativos notou-se que havia maior prática colaborativa entre os próprios jogadores que um trabalho jornalístico sobre consumo e uso de games. Com base nesta análise preliminar, construímos a problemática aqui apresentada: como os aplicativos sobre games são também informativos e em que a colaboração dos usuários auxilia na construção deste caráter informativo? Para a análise, foram selecionados dois aplicativos, o Voxel e o Tribo Gamer, por serem os mais completos. Ambos contêm matérias com fotos, texto, links externos, apresentam número de visualizações, comentários, vídeos, créditos da fonte e perfil do autor. As notícias podem ser compartilhadas através do aplicativo para outras redes sociais. O grande diferencial vem do Tribo Gamer, que tem como um dos objetivos realizar a tradução de jogos estrangeiros para o português, para que o seu público passe a conhecer mais a história de seu jogo preferido. Assim, notamos que este game utiliza a possibilidade de colaboração na internet (KEMIENSKI, Carlos et al, 2005) para aprimorar a experiência de jogos dos indivíduos envolvidos. No estudo, nos interessa analisar como o aplicativo explora o capital informativo destas operações de tradução. O universo dos games se consolidou como a indústria midiática mais rentável no século XXI, ganhando até mesmo do cinema e música. Martins e Turquiai analisam que os games contêm "características como a narrativa alinear e literária, a interatividade, o conteúdo multimídia, a inteligência artificial e a imersão do receptor pela realidade virtual" (MARTINS & TURQUIAI, p.2, 2017), o que abre várias possibilidades de construção informativa e jornalística. Marciano analisa que é possível utilizar jogos não somente para entreter o usuário, mas, ao permitir uma imersão lúdica na notícia, fazê-lo refletir sobre o conteúdo noticiado (MARCIANO, p. 1, 2014). Nos casos analisados, observamos que há um capital informativo presente no resultado da colaboração entre os usuários. Há também um modo de apropriação do jornalismo deste setor, com vocabulário, compreensão de narrativas, explicação de recursos que extrapolam a dimensão do enfoque da interface do jornalismo com os games para questões sociais complexas.

Palavras-chave: #jornalismogames #aplicativosdegames #jornalismodigital

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

APLICATIVOS INFORMATIVOS PARA GAMES: PRÁTICAS DE COLABORAÇÃO ENTRE USUÁRIOS E CONSTRUÇÃO DE INFORMAÇÃO

¹ Aluno de graduação. leticiamdorneles@gmail.com. Autor principal

² Docente. eloisa.klein@gmail.com. Orientador

Anais do 10º SALÃO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO - SIEPE
Universidade Federal do Pampa | Santana do Livramento, 6 a 8 de novembro de 2018



APLICATIVOS INFORMATIVOS PARA GAMES: PRÁTICAS DE COLABORAÇÃO ENTRE USUÁRIOS E CONSTRUÇÃO DE INFORMAÇÃO

INTRODUÇÃO

Este trabalho analisa o potencial informativo e colaborativo em aplicativos de games, considerando-se a expansão deste público consumidor no Brasil e a necessidade da preparação do jornalista para atuar neste mercado. Num primeiro momento, foi feita uma pesquisa de todos os aplicativos que poderiam conter conteúdo informativo ou jornalístico sobre games em plataformas Android e IOS. A partir de uma observação inicial dos aplicativos, notou-se que havia maior prática colaborativa entre os próprios jogadores que um trabalho jornalístico sobre consumo e uso de games. Com base nesta análise preliminar, construímos a problemática aqui apresentada: como os aplicativos sobre games são também informativos e em que a colaboração dos usuários auxilia na construção deste caráter informativo?

METODOLOGIA

No primeiro momento, foi feita uma pesquisa exploratória, quando observamos todos os aplicativos encontrados disponíveis a partir das palavras “game” e “jogo”, que poderiam conter conteúdo informativo ou jornalístico sobre o assunto em plataformas Android e IOS, utilizando palavras-chave sobre o tema. Dentre os aplicativos encontrados, foram selecionados sete para fazer parte de uma observação inicial, com a construção de uma tabela para análise dos elementos mais frequentes. A pesquisa exploratória “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009 p. 35), a partir de bibliografias, entrevistas, análises de exemplos.

A partir desta pesquisa exploratória, foram selecionados dois aplicativos de jogos para análise sistemática. Esta fase está em processo de realização, com coleta de dados de postagens informativas. A análise é feita a partir da literatura acadêmica, compreendendo tipos de informações postadas, características de usabilidade da interface, adoção de multimídia, proposta de interatividade e participação dos usuários.

Outra instância da pesquisa é a realização de entrevistas. Como não temos um endereço físico para entrar em contato com os responsáveis pelas plataformas, os contatos serão feitos pela internet. Bonini analisa que um complicador é “em virtude de ser um bloco de questões que podem ser lidas como um texto único”. Por isso, o autor sugere que este bloco tenha um padrão, começando por “questões mais amenas que não revertam em respostas ameaçantes à face do repórter” seguidas de “questões mais interligadas em direção a uma unidade temática,

de modo que haja um campo menor de sentidos dúbios e as respostas possam ser mais previsíveis em termos dos riscos à interação e às faces envolvidas” (BONINI, 2000 p. 11).

RESULTADOS e DISCUSSÃO

Na análise exploratória, observamos que os elementos mais frequentes eram trocas de informações sobre jogos, informações sobre outros tipos de produtos comunicacionais associados aos jogos (como filmes, séries, produtos de consumo), traduções de narrativas de jogos, entre outros. Poucos destes aplicativos continham informações noticiosas. Desta constatação, observamos que seria pertinente dar ênfase ao estudo de aplicativos que tivessem informações em destaque e talvez algum trabalho jornalístico. Assim, foram selecionados dois aplicativos como objeto de estudo, buscando aprofundar a problemática construída, sobre como os aplicativos sobre games são também informativos e como este caráter pode ser construído a partir da colaboração dos usuários.

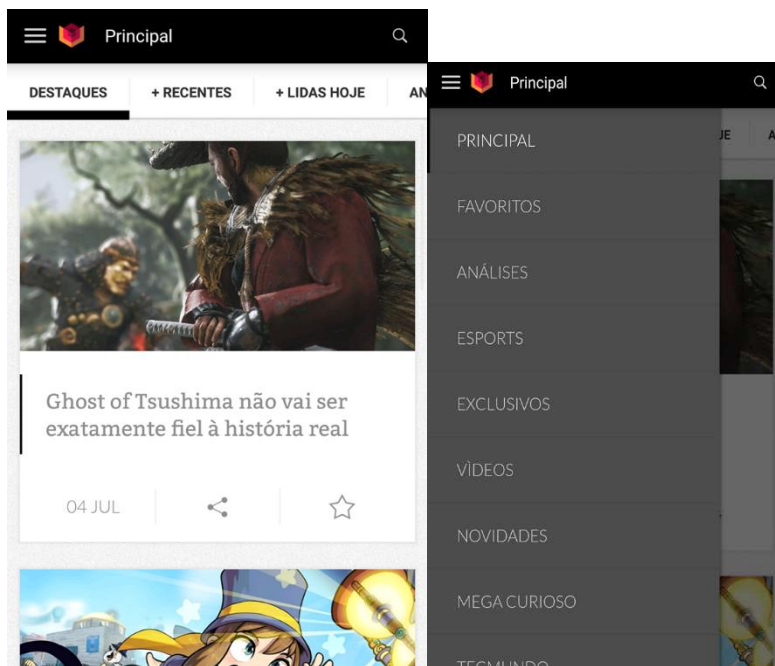
Para a análise, foram selecionados o Voxel e o Tribo Gamer, por serem os mais completos dentre aqueles encontrados. Ambos contêm matérias com fotos, texto, links externos, apresentam número de visualizações, comentários, vídeos, créditos da fonte e perfil do autor. As notícias podem ser compartilhadas através do aplicativo para outras redes sociais. O grande diferencial vem do Tribo Gamer, que tem como um dos objetivos realizar a tradução de jogos estrangeiros para o português.

As traduções dos jogos contam com a ajuda dos usuários do aplicativo. Assim, notamos que este game utiliza a possibilidade de colaboração na internet (KEMIENSKI, Carlos et al, 2005) para aprimorar a experiência de jogos dos indivíduos. No estudo, nos interessa analisar como o aplicativo explora o capital informativo destas operações de tradução e da divulgação em geral dos games.

A partir da seleção dos dois aplicativos para estudo, na primeira parte da análise, foi realizada uma tabela para analisar as características presentes em ambos os aplicativos. A coleta de dados foi feita entre os dias 13 e 17 de setembro de 2018, a coleta de dados foi feita pelo celular. No aplicativo Tribo Gamer, foram encontradas 88 matérias nos três dias, entre elas 203 imagens, 43 vídeos, dois infográficos, e uma média de 100 comentários por matéria. Também se identificou que algumas das postagens tinham autoria designada. Todas as publicações continham texto, porém existiam 25 matérias apenas com texto, sem fotos ou vídeos.

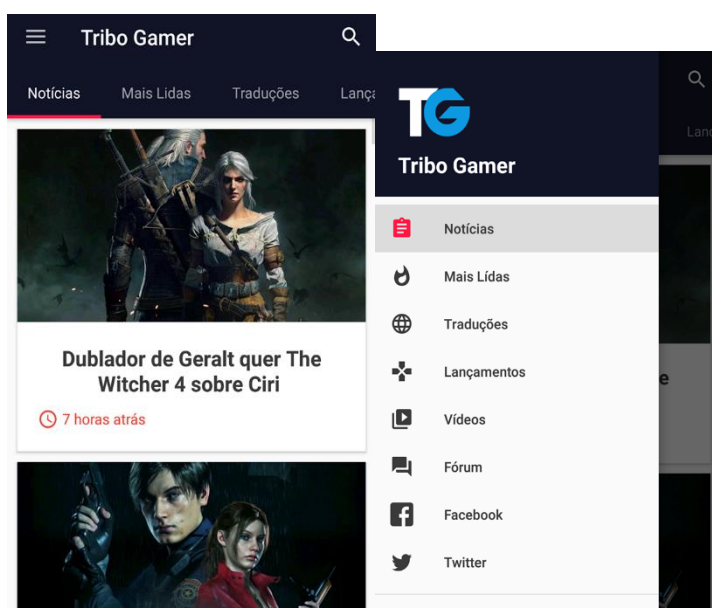
Apesar da existência de publicações apenas com texto, a multimídia é uma das características que se sobressai no processo de produção destas notícias nos aplicativos. Podemos notar que a maioria das publicações contém fotos e vídeos além dos textos. “Nesse leque de possibilidades oferecidas, os recursos multimídia estão sempre à disposição do leitor como uma ferramenta de divulgação e disseminação das informações colocadas em rede.” (SUERDIECK, Stephanie, p.6, 2008).

Figura 1 e 2: Printscreen da entrada e do menu do aplicativo Voxel.



As fotos são usadas já para o chamamento da postagem. Ao abrir a seção de notícias, o usuário já se depara com uma sequência de posts, que aparecem na tela principal majoritariamente com imagem e manchete principal. A imagem é trabalhada a partir de seus aspectos narrativos, com trechos de ação dos personagens. O recurso desperta a atenção do leitor, que quer saber como aquela ação remete à proposta de leitura indicada pelo aplicativo. Assim, há uma maior probabilidade de estes textos serem lidos.

Figura 3 e 4: Printscreen da entrada e do menu do aplicativo Tribo Gamer.



Nas figuras 1, 2, 3 e 4, é possível analisar que há um estímulo à interatividade nos aplicativos, a partir da construção visual e opções disponíveis em suas plataformas. Textos e vídeos são trabalhados de maneira a estimular a possibilidade de compartilhamento para redes sociais, como Facebook e Twitter. Além disso, o Aplicativo do Tribo Gamer também conta com um Fórum para discussão sobre games, jogos e tecnologias.

A interatividade é uma característica fundamental e pode ser definida como a possibilidade do público construir uma relação com os conteúdos (Canavilhas, 2007). Quanto maiores forem as possibilidades dos usuários moldarem os conteúdos aos seus interesses, maior será o grau de interatividade do meio ou conteúdo. A personalização é o ponto máximo da interatividade, pois permite ao usuário transformar o conteúdo em algo único.” (CANAVILHAS & SANTANA, p. 3, 2011)

Um dos elementos que apareceu na análise foi a presença de postagens assinadas por autores, que não eram referenciados como jornalistas, mas cujos perfis remetiam à ideia de que se tratava de usuários comuns, postando a partir de seus perfis. Constatamos que seria necessário entrevistar os proprietários sobre este aspecto, de maneira a deixar esta informação precisa para fins de análise. Elaboramos um questionário, que também seria usado para entender como funcionam os aplicativos, suas equipes e como são usadas as colaborações dos usuários. O primeiro contato com uma apresentação foi feito através da página do Facebook de ambos, sem êxito. A segunda medida foi pesquisar os autores de algumas das matérias em seus perfis pessoais, como Instagram e Facebook, mas nenhum perfil foi encontrado. Outras formas de contato serão testadas para a conclusão deste aspecto da pesquisa.

O universo dos games se consolidou como a indústria midiática mais rentável no século XXI, ganhando até mesmo do cinema e música. "O videogame tornou-se objeto de cobertura jornalística com o crescimento do mercado e indústria, resultando numa espécie de editoria especializada ramificada do jornalismo de tecnologia" (BOAVENTURA, p.1, 2016). Martins e Turquiai analisam que os games contêm “características como a narrativa alinear e literária, a interatividade, o conteúdo multimídia, a inteligência artificial e a imersão do receptor pela realidade virtual” (MARTINS & TURQUIAI, p.2, 2017), o que abre várias possibilidades de construção informativa e jornalística.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diferentemente de apenas tratar sobre as perspectivas das newsgame, observamos que há um capital informativo presente no resultado da colaboração entre os usuários. Há também um modo de apropriação do jornalismo deste setor, com vocabulário, compreensão de narrativas, explicação de recursos que extrapolam a dimensão do enfoque da interface do jornalismo com os games para questões sociais complexas.

Marciano analisa que é possível "utilizar jogos não somente para entreter o usuário, mas, ao permitir uma imersão lúdica na notícia, fazê-lo refletir sobre o conteúdo noticiado" (MARCIANO, p. 1, 2014). Nos casos analisados, observamos que há um capital informativo presente no resultado da colaboração entre os usuários. Há também um modo de apropriação do jornalismo deste setor, com vocabulário, compreensão de narrativas, explicação de recursos

que extrapolam a dimensão do enfoque da interface do jornalismo com os games para questões sociais complexas.

REFERÊNCIAS

BOAVENTURA, João - **O Jornalismo de games e a cultura do Hype como estratégia de venda - SBC – Proceedings of SBGames 2016**. Disponível em: < <http://www.sbgames.org/sbgames2016/downloads/anais/157265.pdf> >

BONINI, Aldair – **Entrevista por e-mail: Pragmática de um gênero (des)conhecido ou problemas comunicativos na variação do gênero**. Disponível em: < <http://www.revistadeletras.ufc.br/rl22Art01.pdf> >

CANAVILHAS, João, SANTANA, Douglas Cavallari – **Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação**. Disponível em: < <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/688/1/jornalismoparaplataformasmoveis.pdf> >

GERHARDT, Tania, CÓRDOVA, Fernanda - **Métodos de Pesquisa**. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf> >

KAMIENSKI, Carlos – **Colaboração na Internet e a Tecnologia Peer-to-Peer**. Disponível em: < <http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/jai/2005/004.pdf> >ⁱ

MARCIANO, Carlos - **Jornalismo em jogo: Novas perspectivas do newsgame e sua aplicabilidade na compreensão da ética jornalística**. Disponível em: < http://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/carlos_nascimento_marciano_94.pdf >

SUERDIECK, Stephanie - **A interatividade através da multimidialidade no portal G1**. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0858-1.pdf> >

TURQUIAI, João, MARTINS, Serjey - **A Linguagem do Game na Produção de Reportagem Jornalística: o Webjornalismo Reconfigurado para a Sociedade Pós-moderna**. Disponível em: < <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0930-1.pdf> >