

ViaJango: um newsgame histórico e transmídia como material informacional e educativo para o público infantil ¹

Fábio GIACOMELLI²

Janine MOTTA³

Vivian BELOCHIO⁴

Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA - São Borja/RS

RESUMO

O game do Projeto *ViaJango* ⁵ foi criado com o propósito de auxiliar na aprendizagem do público da faixa etária entre 9 e 12 anos sobre a história do ex-presidente João Goulart. Para construir este produto, utilizamos os conceitos propostos por JENKINS (2003), que conceitua a cultura da convergência, por HUIZINGA (2000), que fala dos games como elementos culturais e por FURTADO (2013), acerca da definição de jornalismo infantil. Este *paper* tem como finalidade apresentar o produto, criado de forma simples e que conta com complemento narrativo para que ao final do game o jogador possa buscar conteúdos extras acerca da temática.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Infantil; Game; Narrativa Transmídia; João Goulart; História

1 INTRODUÇÃO

Desenvolvido na disciplina de Agência de Notícias I, do curso de Comunicação Social - Jornalismo da [Universidade Federal do Pampa \(UNIPAMPA\)](http://www.unipampa.edu.br), Campus São Borja, o game do *ViaJango* surgiu com a proposta de integrar a universidade com as escolas locais e também com a ideia de colaborar no ensino-aprendizagem dos alunos dos quartos e quintos anos dos educandários da cidade. A escolha pela temática surgiu em novembro de 2013 quando a cidade de São Borja vivia a efervescência da exumação⁶ dos restos mortais do ex-presidente João Goulart⁷, sepultado em um dos cemitérios da cidade.

Se, por um lado, o município de São Borja vivenciava intensamente o processo de exumação do ex-presidente, mostrado todos os dias pela grande mídia, por outro, eram

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014 na modalidade de Produção Transdisciplinar categoria games (avulso)

² Aluno do VI semestre do curso de Jornalismo. Contato: fabio@fabiogiacomelli.com

³ Aluna líder do trabalho e estudante do VI semestre do curso de jornalismo. Contato: mottajanine@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora Doutora do curso de Jornalismo. Contato: vicabel@terra.com.br

⁵ *ViaJango* é um projeto informativo transmídia criado para o público infantil e aplicado em oito escolas da cidade de São Borja. O trabalho visa explicar sobre um período histórico do Brasil para o público infantil. Mais informações: www.viajango.blogspot.com.br

⁶ Os restos mortais de João Goulart foram exumados, pois a família contesta o atestado de óbito expedido na Argentina em 1976, que diz que o ex-presidente morreu de causa natural, devido a um ataque cardíaco

⁷ João Belchior Marques Goulart foi presidente do Brasil de 1961 à 1964, quando foi deposto pelo Golpe Militar que neste ano completa 50 anos.

perceptíveis o desconhecimento e a falta de informação das crianças de 9 à 12 anos das escolas de São Borja, referenciado por um questionário aplicado em sete escolas municipais e uma privada da rede de ensino da cidade. No dia 06 de dezembro de 2013, data que marcou a volta do esquife com os restos mortais do ex-presidente; observamos uma maciça presença do público infantil no aeroporto local. Após essa percepção, traçamos como objetivo principal criar artifícios educacionais que pudessem esclarecer e apresentar a elas a história de João Belchior Marques Goulart, o Jango. Neste *paper*, referenciamos o *newsgame* educativo produzido pela equipe, que integra uma produção transmídia, toda voltada para o público infantil e que visa esclarecer para estes, fatos históricos desta figura importante de nosso País.

A escolha do nome - *ViaJango* - foi criado através do conceito muito utilizado pela publicidade e propaganda⁸, o *brainstorming* que, segundo Sampaio é:

Tempestade cerebral, em inglês. Técnica utilizada para gerar ideias publicitárias. Consiste em propor e relacionar todo tipo de associações que vierem à cabeça, sem nenhuma análise sobre sua pertinência, para avaliação posterior. Geralmente é feita por duas ou mais pessoas, em conjunto." (SAMPAIO, 2003, p. 324-325).

Então, o nome busca fazer um trocadilho entre a palavra “viajando” e o apelido do ex-presidente, “Jango”. Com isso o game busca viajar entre fatos que marcaram a exumação e a inumação do ex-presidente utilizando de conteúdos extras em áudios redirecionados depois da conclusão do jogo. Além disso, instigar as crianças sobre um conteúdo importante em seu aprendizado: a história do nosso país. O *newsgame* utilizado foi o quebra-cabeça. Exploramos o lado impresso e virtual deste game. Como exposto acima, o *ViaJango* é uma produção com diversos suportes midiáticos, conta-se a história do ex-presidente desde um blog a um jornal impresso, passando por uma página no facebook, um *newsgame* impresso e virtual, áudios e vídeos. O conceito utilizado para essa produção é a transmidialidade, segundo JENKINS, 2008.

No *ViaJango* optamos por produzir um jornalismo infantil, que, segundo FURTADO (2009), é voltado a um público com o qual, cada vez mais, as mídias se preocupam: “As crianças formam um grupo de alto interesse das empresas, pois não só

⁸ O campus São Borja da Universidade Federal do Pampa conta também com o curso de Publicidade e Propaganda. Neste caso, colegas foram consultados para auxiliar na produção do material, que depois de pronto virou um produto transdisciplinar.

consomem como têm o poder de influência no consumo de seus pais” (p.73). Entretanto, nem sempre as crianças foram fundamentais no processo de elaboração de algum produto, e, por vezes, tampouco possuíam algo destinado especificamente a elas. E nesse quesito, o projeto *ViaJango* criou esta forma de interação mediada por um game de quebra-cabeça.

A escolha deste tipo de game se deu pelos inúmeros benefícios que o quebra-cabeça tem. Existe uma vasta definição sobre o que cada jogo colabora para o ser humano. Segundo KISHIMOTO (2001), o quebra-cabeça é um brinquedo educativo, pois educa de forma prazerosa e estimula o ensino-aprendizado do público infantil:

Ao permitir a ação intencional (afetiva), a construção de representações mentais (cognição), à manipulação de objetos e o desempenho de ações sensório-motoras (físico) e as trocas nas interações (social), o jogo contempla varias formas de representação da criança ou suas múltiplas inteligências, contribuindo para a aprendizagem e o desenvolvimento infantil. Quando as situações lúdicas são intencionalmente criadas pelo adulto com vistas a estimular certos tipos de aprendizagem surge à dimensão educativa. (KISHIMOTO, 2001, p.36)

Deste modo, o jogo proporciona e instiga a criança, constituindo-se a função educativa e divertida.

2 OBJETIVO

Informar e educar. Esse é o objetivo do *game* criado pela equipe do *ViaJango*. Ao informar, usamos os conceitos básicos do jornalismo, definidos por Felipe Pena, que tece considerações sobre o trabalho do jornalista: “o homem comum não se informa mais pelos relatos da praça, mas sim pelo que os mediadores do novo espaço público trazem até ele. Daí a nossa responsabilidade”. (PENA, 2010, P.31). Como acadêmicos de jornalismo, sentimos essa necessidade do dever social em contribuir com a sociedade onde que o curso está inserido.

Ao educar, buscamos, com o auxílio de pedagogos consultados previamente, trabalhar a parte cognitiva das crianças, contextualizando este público-alvo sobre a vida do ex-presidente João Goulart. O game se apresenta como uma forma de aprendizagem que venha a contribuir com a formação social e cultural dos alunos das escolas da cidade.

3 JUSTIFICATIVA

O newsgame do *ViaJango* veio para preencher uma lacuna criada pelos livros didáticos. Criado para facilitar a compreensão do público infantil acerca da exumação e da inumação do ex-presidente João Goulart, ocorrido em 2013 na cidade de São Borja, buscamos uma maneira criativa que nos permitisse incentivar a prática do jornalismo aliado ao entretenimento neste *newsgame* que integra uma série de materiais produzidos pela equipe.

Diversão e notícia, jornalismo e entretenimento, informação e ludicidade, há tempos já aparecem juntos no linguajar do campo da comunicação. Não sem motivo: antes separados por uma espécie de abismo epistemológico, agora convivem diariamente em redações de jornais, revistas, portais e emissoras de rádio e TV, intrigando quem faz e estuda a informação na contemporaneidade. (LOBATO, 2010, p.1)

Na Terra dos Presidentes⁹, muito do que se sabe sobre os acontecimentos e história de seus filhos ilustres, de épocas passadas, é propagada, unicamente, através de narrativas orais (FRANÇOIS, 2004), muitas vezes, imprecisas. Ao informar estes fatos, criar as opções de entretenimento e, ainda, possibilitar que o *newsgame* seja acessado online, o *ViaJango* registra-os, e colabora, criando conteúdos transmídias, que sirvam de base de apoio para os professores locais e também possibilita a construção de um acervo sobre o tema, que está ao alcance de qualquer usuário, independente de sua localização geográfica, e serve como fonte de consulta, que não está sujeita à efemeridade da memória humana.

Como nosso público-alvo é o infantil e o tema da reportagem envolve política, nada melhor que usar do entretenimento para criar mecanismos que possa instigar a descoberta do conteúdo de maneira criativa, despertando cada vez mais a curiosidade sobre o tema.

Com esse cenário, a utilização do *newsgame* na reportagem transmidiática sobre a história de João Goulart tem um importante papel: uma maior interação do público escolhido com o assunto. Ainda, buscamos o fator principal que aprendemos no nosso curso de comunicação social – habilitação em Jornalismo: servir como agente transformador da sociedade.

⁹ A lei estadual 13.041/2009 declarou oficialmente São Borja como “Terra dos Presidentes”, pois o município é cidade natal de dois ex-presidentes do Brasil – Getúlio Vargas e João Goulart.

“...comunicar não é apenas produzir informação e distribuí-la, é também estar atento às condições nas quais o receptor a recebe, aceita, recusa, remodela em função do seu horizonte cultural, político, filosófico e, por sua vez, lhe responde” (WOLTON, 2006, p.16)

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A escolha do *newsgame*, categorizado por Bogost (2010) como Puzzles, vem de encontro ao que propusemos, assim como o quebra-cabeça pode ser jogado sozinho exigindo mais do intelectual da criança, ele pode ser jogado em grupo, exercitando assim a coletividade. “quebra-cabeças foram valorizado para o relaxamento mental, para o desafio intelectual , e para engendrar um espírito de colegialidade (graças à necessidade de colaboração para resolvê-los)” (BOGOST, 2010, p.85)

O *newsgame* ainda não é considerado gênero jornalístico, mas propõe ao usuário/leitor um dinamismo e inovação com o conteúdo. Para Seabra, os *newsgame*:

(...) são os únicos suportes midiáticos a emularem todas as linguagens humanas: oralidade (áudio), escrita (roteiro, indicações), imagem (foto, desenho - fixa e animada). Portanto, é a melhor base narrativa existente por promover a convergência de linguagens e de todos os outros suportes midiáticos (jornal impresso, rádio, cinema, TV, Internet). (SEABRA, 2009, online¹⁰).

Ou seja, o quebra-cabeça *ViaJango* utiliza-se de todas essas linguagens citadas pelo autor. Optamos por utilizar fotojornalismo para aproximar a informação da criança, a escrita fornecida no roteiro é de forma descontraída que acrescenta na imagem de maneira auditiva. Além disso, o quebra-cabeça faz parte dos demais materiais transmidiáticos sobre o assunto.

Os dois quebras-cabeça foram feitos com imagens registradas pelo membro da equipe *ViaJango*, Fábio Giacomelli. Os registros foram feitos no dia da inumação do esquife do ex-presidente, datado em 06 de dezembro de 2013. A escolha das imagens para criação do *newsgame* se dá pela importância das informações visuais e de como estas podem marcar um acontecimento, principalmente na infância.

¹⁰ Disponível em: <http://embrulhapeixe.blogspot.com.br/2009/10/entrevista-com-geral-do-seabra-o-criador.html>

A imagem influencia mais do que a linguagem verbal, pois recordaríamos mais facilmente as imagens do que os textos e mais ainda as imagens ditas “mediáticas”, tais como a imagem televisiva ou a fotografia de imprensa. (JOLY, 2002, p.200)

Soma-se a isso a classificação destas imagens como fotojornalismo, pois a fotografia jornalística mostra, revela, expõe, denuncia e opina. “Além disso, contribui de forma social para a formação da bagagem cultural dos cidadãos.” (CARLEBACH, 1997)

Para complementar o nosso quebra-cabeça, utilizamos o “texto-áudio” para narrar o que aconteceu e o motivo daquela foto ter sido escolhida para se tornar um jogo. Pois ao registrarmos um fato, o fotojornalismo precisa de texto que dê suporte a sua interpretação. Seja ela apenas um texto-legenda, texto-reportagem ou texto-áudio, escolhido nesta situação.

Por isso, utilizamos o *podcast*¹¹ para contextualizar cada imagem. Após completar a montagem do quebra-cabeça, as crianças tem acesso a um áudio, oferecido no blog e também em formato off-line nas visitas às escolas. Neste suporte, elas ouvem o que representa na história cada uma das imagens montadas. Qual a sua relevância e o porque de ter sido escolhida. Ao final, uma chamada para o blog instiga os ouvintes a buscar outros conteúdos a partir do *newsgame*.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1 *Newsgame* do *ViaJango*

O *newsgame* do projeto *ViaJango*, conforme já explicitado, surgiu com a ideia de informar os estudantes utilizando-se de outros meios e também como forma de complementar os materiais didáticos disponíveis nas escolas da cidade.

Para a utilização do *newsgame* elaboramos duas fotos do dia da inumação dos restos mortais de João Goulart. Ambas as imagens foram impressas em papel cartão duplo e

¹¹ Podcast é o nome dado ao arquivo de áudio digital, geralmente em formato MP3 ou AAC (este último pode conter imagens estáticas e links), publicado através de podcasting na internet.

transformadas em quebras-cabeça com 54 peças cada um. O quebra-cabeça do *ViaJango* é considerado um produto transmídia JENKINS (2003).

“...Se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa” (JENKINS, Henry, 2003; p. 135).

Abaixo as imagens escolhidas pelo grupo para os quebra-cabeças:



Avião da Força Aérea Brasileira, modelo Amazonas, que foi o escolhido para fazer o transporte dos restos mortais de Jango no pós-exumação e na volta do esquife com os restos mortais para São Borja.



A Brigada Militar do Rio Grande do Sul, representada pela corporação de São Borja, foi responsável pela guarda do esquife com os restos mortais de Jango no trajeto Aeroporto-Cemitério, passando pela missa, realizada na Igreja Matriz, local onde foi registrada a imagem.

5.2 News game *ViaJango* virtual

Além do quebra-cabeça impresso, decidimos viabilizar a didática do quebra-cabeça também no blog. Através de uma plataforma gratuita, utilizamos as mesmas fotos e podcasts do jogo impresso. Assim, as crianças que não forem dos quartos e quintos anos das 8 escolas citadas anteriormente, irão poder ter acesso ao jogo virtualmente.

5.3 Conteúdo

A foto do primeiro quebra-cabeça foi escolhido pelo impacto que foi gerado quando o avião da FAB pousou no Aeroporto João Manoel, em São Borja, por volta das 13 horas, do dia 06 de dezembro de 2013. As diversas crianças que estavam no local pararam todas as suas atividades, para que com muita atenção observassem o pouso da aeronave. O fato despertou um interesse maior no público infantil justamente pela cidade não ter um aeroporto com voos regulares, servindo apenas como base de apoio para eventos como este e também para aviões cargueiros e agrícolas que trabalham nas lavouras de arroz, setor dominante da

economia local. Ademais, o primeiro quebra-cabeça tem o intuito de fazer a criança se questionar o motivo pelo qual o avião faz parte da história de Jango.

A segunda foto foi escolhida pela atenção que foi dada ao caixão de João Goulart na data de sua inumação. O registro foi feito no mesmo dia 06 de dezembro, aproximadamente às 15h30 na frente da Igreja São Francisco de Borja. Neste momento, o esquife com os restos mortais do ex-presidente estavam chegando à Igreja Matriz da cidade, após uma longa carreata em carro aberto do Corpo de Bombeiros. No local, foi celebrada uma missa, onde populares puderam se aproximar do caixão do ex-presidente e ainda ouvir declarações emocionadas do filho de Jango.

5.4 Aplicação

A aplicação nas 2 escolas¹² aconteceu por meio de uma atividade em grupo. Cada turma que recebeu a proposta foi dividida em dois grupos, onde cada um dos componentes recebeu um exemplar do jornal impresso.

Quinze minutos foram dados para que cada grupo pudesse ler o material e ter um contato prévio com a história do ex-presidente. Após isso, cada equipe recebeu um *newsgame* (quebra-cabeça) para montar. Logo depois, a equipe do *ViaJango*, juntamente com as professoras de cada classe, instigaram os alunos a falarem sobre o que a imagem montada.

Após a explanação, foi apresentado aos alunos o áudio¹³ explicativo sobre cada imagem. No final da apresentação, os estudantes puderam conferir ainda todo o blog do *ViaJango*, os matérias que complementares do game e a página na rede social do Facebook¹⁴.

A última atividade consistia no preenchimento de um questionário, que perguntava acerca da recepção do material apresentado pela equipe do *ViaJango*. Nele os estudantes puderam expor qual a parte que mais gostaram, se a atividade colaborou no seu aprendizado sobre a história e ainda poderiam sugerir outras atividades para serem inclusas no material.

¹² A aplicação foi realizada em duas escolas. A primeira aplicação foi feita no Colégio Particular Sagrado Coração de Jesus em duas turmas do 4º ano e uma do 5º ano. A segunda escola foi a escola Municipal Neith Aragon Motta, em uma turma do 4º ano e outra do 5º ano. Totalizamos a aplicação em 5 turmas, 94 crianças.

¹³ Disponível em: <https://soundcloud.com/viajango>

¹⁴ Acesse em: <http://www.facebook.com/ViajandocomJango>

6 CONSIDERAÇÕES

O processo de construção da didática do jogo foi importante para pensarmos em uma melhor forma para relacionar com a narrativa transmidia proposta no trabalho *ViaJango*. A construção do newsgame *ViaJango* proporcionou a execução de várias estratégias jornalísticas para que fosse possível relacionar a informação histórica-política com o público infantil. Contudo, diante de vários desafios encontrados, concluímos¹⁵ que é possível fazer jornalismo com inovação e mais ainda, pensando em um público¹⁶ esquecido pelo mercado midiático. Concluímos com a citação de DEFLAUR sobre como o entretenimento é importante para a sociedade: “O entretenimento é uma importante ferramenta de socialização. Ele é um aspecto de todas as sociedades e é mais do que uma mera fuga ou liberação de tensões; é também uma forma de nos tornarmos “sociais”, aprender papéis, normas e valores, ao lidar com outros (DEFLAUR; BALL-ROCKEACH, 1993, p. 324).

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf> <Acesso em 17/03/14>

CARLEBACH, Michael L. American photojournalism: comes of age. Washington: London: Smithsonian Institution, 1997

DEFLEUR, Melvin L & BALL-ROCKEACH, Sandra. TEORIAS DA COMUNICAÇÃO DE MASSA, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993

FURTADO, Helena. O leitor (totalmente) imaginário do jornalismo infantil, 2009. Disponível em http://sbpjr.kamotini.kinghost.net/sbpjr/admjr/arquivos/tha%C3%ADs_helena_furtado.pdf

JENKINS, H. Cultura da convergência. Tradução: Suzana Alexandria. São Paulo, Aleph, 2008.

JOLY, Martine. A Imagem e a sua Interpretação. Lisboa: Edições 70, 2002

LOBATO, José Augusto Mendes. Jornalismo e Entretenimento: Um casamento possível.

¹⁵ Concluímos que o trabalho do newsgame e todo o processo na construção desta narrativa foi positiva. Os resultados podem ser conferidos aqui: http://issuu.com/viajango/docs/resultado_quest_alunos

¹⁶ Além do resultado dos alunos, os professores deram suas opiniões sobre o trabalho: http://issuu.com/viajango/docs/resultados_question_rios_professor

In: Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Faculdade Casper Líbero,
Ano II, n.1, junho de 2010.

PENA, Felipe. Teoria do jornalismo. Contexto: São Paulo, Ed., 2010

SOUSA, Jorge Pedro. Fotojornalismo: Uma Introdução à História, às Técnicas e à
Linguagem da Fotografia na Imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas,
2004.

KISHIMOTO, Tizuko Morchida. O jogo e a Educação Infantil. In: Jogo, Brinquedo,
Brincadeira e a Educação – São Paulo. Cortez, 5º ed., 2001, p. 12-40.

Wolton, D., É preciso salvar a comunicação, Caleidoscópio – Edição e Artes Gráficas, SA,
Casal de Cambra, 2006.