



FACULTAD DE
ARTES Y
HUMANIDADES



maestría en
diseño
+ creación interactiva



NEWSGAMES, CARACTERIZACIÓN COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DEL DISEÑO Y LA CREACIÓN DE VIDEOJUEGOS INFORMATIVOS

Autor: Carlos Andrés Álvarez Zuluaga

Resumen:

Los newsgames constituyen un formato nuevo que busca integrar los videojuegos y las noticias su objetivo no es informar hechos completos, solo aspectos específicos de una noticia. Esta propuesta de noticias jugables nació en el 2001 y, paulatinamente, cobró fuerza en países como España, Inglaterra, Canadá, Estados Unidos, Brasil y, recientemente, Ecuador. Al consultar en buscadores, bases de datos académicas y repositorios de universidades no se encontró información sobre el tema en Colombia. Al hacer el levantamiento del estado del arte, se evidencia que el tema no es conocido en el país. Académicos de diferentes áreas consultados en las ciudades de Ibagué, Manizales, Pereira y Armenia dan cuenta de la precariedad del tema en la región del Eje Cafetero. La literatura que existe sobre el particular en otros países ayuda, pero la realidad es que el tema es incipiente y carece de una definición propia, por este motivo se debe recurrir al diseño de videojuegos y otras prácticas emergentes para tratar de explicarlo. En la región objeto de estudio, no se encontraron referentes puntuales, incluso el término newsgames es desconocido entre académicos, salvo en contados casos de profesionales que han trabajado o indagado sobre juegos más estructurados.

Se propone, entonces, realizar una investigación mixta, por su flexibilidad entre las Técnicas cualitativas y cuantitativas; al ser un fenómeno nuevo y poco conocido, esta se define con un carácter exploratorio, ya que no hay referentes ni se tienen variables que puedan ser analizadas. El diseño del estudio es transeccional, ya que se busca recolectar las percepciones y actitudes de directores de programas de comunicación social y periodismo del nodo regional de AFACOM y de unos estudiantes de último semestre del área que colaboren con el estudio. El objetivo principal es dar claridad sobre las características que

tienen los newsgames como herramienta de comunicación, para luego definir si es posible caracterizarla como tal. Para ello, se fijan labores específicas, inicialmente bibliográficas, que permitan conocer sus cualidades y avanzar en su caracterización, como se dijo antes. Además, indagar sobre las herramientas que sirven para crear newsgames y proceder a la creación de un prototipo para mostrar al grupo evaluado qué es y para qué sirven, como parte de una prueba que tiene tres momentos: primero, se realiza un sondeo de conocimientos previos a través de un cuestionario; luego, se presenta la herramienta para dar a conocer un hecho noticioso; finalmente, se evalúa la experiencia para conocer opiniones y actitudes sobre la interacción. Los resultados del estudio permiten caracterizar este género como una herramienta importante para los evaluados, que sirve para informar, entretener, persuadir, motivar, reflexionar y promover cambios de actitud a través del videojuego noticioso. La indagación en programas de Comunicación Social y Periodismo permite confirmar que hay desconocimiento por parte de directores, docentes, estudiantes y personal relacionado con diseño sobre el tema, los newsgames continúan siendo desconocidos y no se practican desde ningún enfoque en programas de esta naturaleza en el Eje Cafetero. Dar a conocer este nuevo género entre los futuros periodistas y diseñadores es necesario, ya que, durante el estudio, estos mostraron un interés genuino en conocer la herramienta y probarla, esgrimiendo que esta debe enseñarse en los programas académicos de la región para promover la narración de hechos noticiosos e historias a través del videojuego, una práctica emergente que se usa en muchos países y que aquí en Colombia, a 2021, sigue siendo un tema muy poco explorado.

Palabras Clave: Newsgames, Videojuegos, Juegos de noticias, Comunicación, Periodismo.