

Jornalismo em jogo: Novas perspectivas do *newsgame* e sua aplicabilidade na compreensão da ética jornalística.¹

Carlos Marciano²

Mestrando no programa de Pós-Graduação em Jornalismo, na Universidade Federal de Santa Catarina

Resumo

O universo dos games, cada vez mais presente na vida das pessoas, permeia por caminhos distintos e ao mesmo tempo complementares no que se refere a propor reflexões para além do entretenimento. Tal ponderação pode ser observada no jornalismo com o uso dos *newsgames*, ou seja, utilizar jogos não somente para entreter o usuário, mas, ao permitir uma imersão lúdica na notícia, fazê-lo refletir sobre o conteúdo noticiado. Comparada a outros veículos de mídia como TV, rádio e impresso; a internet possibilita maior flexibilidade de tempo e espaço para se divulgar a informação. Da mesma forma abre portas para novas maneiras de se contar a história e os *newsgames* aparecem aqui como ferramentas complementares da notícia. A proposta deste artigo é apresentar uma pesquisa em desenvolvimento que tem o intuito de propor novas reflexões sobre o conceito de *newsgames* e a partir delas elaborar um jogo para o ensino da ética no jornalismo.

Palavras-chave: *newsgames*; jornalismo; ética; jogos; ensino

1. O cenário

Recolher o jornal deixado na porta de casa, passar os olhos para tentar ler a manchete ainda dobrada, sentar para o café da manhã e saborear as notícias novas do dia. Dois aspectos desse ritual parecem cada vez menos frequente em meio à evolução tecnológica e a disseminação de conteúdos móbile: o ato de receber o impresso em

1

Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho “Novos Meios e Novas Linguagens”, do VIII Simpósio Nacional da ABCiber, realizado pelo ESPM Media Lab, nos dias 03, 04 e 05 de dezembro de 2014, na ESPM, SP.

2

Jornalista pelo Instituto Superior e Centro Educacional Luterano Bom Jesus (2012). Se interessa por atividades e pesquisas na área de *newsgames*, jornalismo digital, emprego de novas tecnologias na educação, entretenimento e jogos. E-mail: carlosmarciano@gmail.com

casa e o caráter de novidade das notícias. Graças à internet a informação que só teríamos conhecimento na manhã seguinte agora pode ser lida antes mesmo de dormirmos, ou até durante a madrugada, caso sejamos acordados com o som de atualizações nas redes sociais dos *smartphones*.

Os meios de divulgação têm evoluído, porém alguns costumes ainda carecem de lapidação para alcançarem o máximo de proveito que estas ferramentas oferecem. Tempo e concorrência ainda são grandes barreiras a serem enfrentadas pelos jornalistas. A segunda ainda mais latente, pois agora a internet trouxe dinamismo na divulgação de informações e o furo de reportagem não é mais exclusividade dos veículos de comunicação.

Nesta busca constante pela atualização dos conteúdos, a máxima de que “a pressa é inimiga da perfeição” surge com certa frequência na mídia, o que pode causar problemas como grafia errada de palavras e até deslizes éticos pela falta de apuração. Lippmann (1920) mencionara que as escolas de jornalismo são comerciais com o propósito de preparar homens e mulheres para uma carreira e, de forma geral, a grade curricular dos cursos atuais de jornalismo tende a confirmar esta ideia. De fato é importante o acadêmico ter conhecimento técnico e prático sobre os meios em que poderá trabalhar, porém o ponto questionável é o fato de em muitos cursos oferecidos apenas dois semestres, em um total de oito, abordam mais profundamente as questões éticas.

Não se pode negar que o mercado, na busca de fazer mais com menos, exige de seus profissionais o domínio de várias ferramentas e o aprendizado técnico terá importância. No entanto haverá também na lida da profissão situações em que o repórter precisará drenar suas ações não pelas ferramentas, mas pelos princípios, e a carência de um conhecimento de como se portar eticamente em determinada situação pode causar desconforto. Diante desse quadro iremos propor aqui a aproximação da academia e mercado em suas carências, pensando em uma ferramenta que possa auxiliar nessas duas instâncias.

De fato alguns veículos jornalísticos despendem esforços para evitar a mera transposição de notícias e buscam a criação de conteúdos exclusivos em seus portais. No entanto, seja por acomodação ou praticidade, vê-se muito que o jornalismo online faz uso das mesmas ferramentas de outras mídias (imagem, texto, áudio e vídeo) e não

percebe nem utiliza todo potencial que a internet tem para criar novas ferramentas de se transmitir notícias.

Na perspectiva acadêmica, a necessidade de se formar profissionais cada vez mais técnicos em diversas áreas pode ser um dos motivos que coloca em segundo plano disciplinas mais teóricas como o ensino da ética jornalística. Porém será justamente no exercício da técnica de apuração que o jornalista poderá necessitar desse embasamento teórico, sobre os princípios de sua profissão, para tomar suas decisões e minimizar as consequências negativas de seus atos.

O jornalista sai da graduação com conhecimento básico sobre como escrever um lead, o que cada coluna representa na lauda do telejornalismo, como escrever um roteiro que será lido no rádio. Quando o mercado exige do profissional, a técnica aprendida e vivenciada em sala de aula facilita o trabalho. Já a ética jornalística é mais complexa; exige reflexão, não ações mecânicas. Aliás, é a primeira que deve pautar a segunda. Pedagogicamente ética se resume a textos e exemplos a não serem seguidos, o estudante não vivência na academia situações que precisarão ser pensadas para medir a consequência dos atos.

Este trabalho visa justamente apresentar o projeto de mestrado em desenvolvimento na Universidade Federal de Santa Catarina, cujo conceito busca suprir essa carência acadêmica, da mesma forma desvendar a vereda dos *newsgames*; ferramenta que serve como complemento no jornalismo online e será usada na premissa pedagógica citada.

2. Os personagens

A complexidade do ensino de ética pode ser observada já na sua definição. Um texto impresso, por exemplo, pode ser representado fisicamente através da junção de letras e papel. Já a ética precisa ser pensada, não é algo que possa ser palpável, representada separadamente de um contexto. A compreensão dela proporcionará que o jornalista reflita sobre as consequências de suas possíveis ações, daí a importância de se buscar alternativas para ensiná-la de forma mais objetiva e assimilável.

Moral e ética são conceitos com a mesma finalidade de auxiliar a distinção entre o bem e o mal, no entanto possuem características peculiares. De acordo com

Vásquez (1917), a primeira está contida na segunda. Para o autor, moral só surge efetivamente quando o homem já é membro de uma coletividade, ou seja, são valores e princípios que mantêm a harmonia de um grupo social. Esta pode ser compartilhada e está passível de alteração.

Etimologicamente, ética significa “costumes” e deriva do termo grego “ethos”. Nesse sentido Vásquez (1917) a define como uma forma específica do comportamento humano, ou seja, como o homem utiliza da moral para comportar-se na sociedade em determinados contextos.

Compartilhando da mesma ideia proposta pelo autor espanhol e trazendo para a área do jornalismo, Christofolletti (1972) define moral jornalística como “uma série de preceitos, de procedimentos e de princípios que moldem comportamentos dos profissionais diante da notícia, das fontes, da concorrência de mercado, do público-alvo” (Christofolletti, p.132).

Para ele a ética não deve ser vista como um comportamento moral próprio e alheio, mas essa só se legitima através da relação entre os seres, quando o trabalho prático do jornalista atinge outras pessoas:

Uma ética para o jornalismo só nasce mesmo no choque da informação, quando se cobra do repórter uma postura própria de quem trabalha com a informação; quando um político manda uma carta ao jornal exigindo que a cobertura seja mais imparcial nas eleições, que não privilegie este ou aquele candidato, que busque equilíbrio no relato dos fatos. Uma ética para o jornalismo vai nascer quando parcelas da sociedade clamam para que o jornalista investigue a suspeita de corrupção; quando o leitor reclama da matéria que não espelha os fatos, exigindo um compromisso de conduta, de busca da verdade.(Christofolletti, p.133)

As relações exemplificadas por Christofolletti (1972) são comuns no cotidiano do jornalista e uma decisão premeditada do profissional durante a apuração poderá acarretar consequências, positivas ou negativas, tanto para o veículo quanto para as pessoas diretamente ligadas ao fato. Portanto isto leva a crer que a reflexão sobre a postura ética a se tomar em determinada situação, se não o é, deveria ser pensada.

Como o ensino da ética jornalística se pauta em reflexões, simular empiricamente em sala de aula esta relação entre jornalista e destinatário, focando nas consequências que determinada postura ética adotada poderá acarretar, não é tarefa simples. Para uma melhor assimilação do conteúdo se faz necessário não apenas que o aluno leia o conteúdo teórico, mas que ele sinta-se dentro da situação. Assim a técnica

de se usar jogos na educação pode ser frutífera nesse caso, até pelo fator positivo de que os jovens estão cada vez mais conectados.

Antes mesmo da internet e jogos eletrônicos, Huizinga (1939) já defendia a ideia que o jogo está contido na natureza de cada ser vivo quando ele afirma que "em toda a parte encontramos presente o jogo, como uma qualidade de ação bem determinada e distinta da vida 'comum'" (Huizinga, 1939, p.7).

Por muito tempo os jogos foram vistos apenas como entretenimento e contrariando esse estereótipo cada vez mais eles são utilizados em outras instâncias. Assim algumas categorias são aceitas para melhor classificar os games: Jogos de Marketing (Advergames), Jogos de Simulação (Simulation Games), Jogos de Saúde (Health Games), Jogos Políticos (Politic Games) e Jogos Educativos (Educational Games).

Dentro da prática pedagógica, esses jogos que trazem à tona assuntos de interesse amplo enquadram-se no conceito de "jogos sérios", proposto por Eduardo de Martin Silva (2008).

Ao ver representadas temáticas vinculadas a questões do mundo em que vive, o jogador encontra mais argumentos que o incentivam a encontrar as soluções mais adequadas a cada problema apresentado, como que em uma transferência mútua entre os suportes físico real e o digital (SILVA, 2008, p.82).

Hamze (2012) compartilha do pensamento de Silva (2008) e considera como jogos educacionais aqueles que transmitem conteúdo pedagógico através do caráter lúdico e da interatividade. É importante ressaltar que os jogos surgem como ferramenta complementar, assim, trazendo a premissa de Hamze (2012) para a proposição de um jogo sobre ética jornalística, o jogador compreenderá o conteúdo outrora ministrado através do entendimento dos códigos compartilhados entre o enredo do jogo e a teoria.

Pode-se trazer ainda para a compreensão dos jogos educativos as filosofias Instrutiva (Games-to-teach) e Construtiva (Games-to-learn). Tais termos são cunhados por Yasmin Kafai (2001) no qual a primeira concepção, "Jogos para Ensinar", trata-se da transmissão direta dos conhecimentos (por exemplo, Quiz³ e jogos de tabuadas) e a segunda, "Jogos para Aprender" foca-se na aprendizagem aprofundada pelo aspecto

³ Jogo em forma de questionário

lúdico, no qual o jogador precisará imergir na história e coletar informações ou objetos para resolver a incógnita (como em jogos estilo ARG⁴).

Cristiano Pinheiro (2007) analisa características técnicas dos jogos, como gráficos, roteiro e interface. Se bem elaboradas, as informações visuais presente nos gráficos terão a função de atrair o jogador para aquele ambiente virtual; o roteiro transportará o usuário para dentro da história; por fim a interface disponibilizará as informações para que a imersão aconteça.

Esses fatores, gráficos, roteiros, interface são indícios de outros parâmetros que podem ter suas transformações, a partir da comunicação, demonstradas ao longo do desenvolvimento do videogame. De fato, o videogame passa a demonstrar a capacidade de se elevar a um veículo de comunicação (PINHEIRO, 2007, p.8).

Analisar os jogos por esses aspectos comunicacionais pode ajudar a entender que a relação entre jogos e jornalismo é plausível. Assim entramos em outra categoria de classificação também aceita entre os pesquisadores da área; os jogos jornalísticos (*newsgames*).

Por essência esse tipo de jogo deve ter seu enredo baseado em algum fato, recente ou não, vinculado nas mídias jornalísticas. Multimídia e interatividade são a base da narrativa dos *newsgames*.

No artigo “O que são *Newsgames*”, o jornalista Tiago Dória explica que o termo surgiu em 2003, através de Gonzalo Frasca, desenvolvedor do “*September 12th#⁵*”, um dos primeiros *newsgames* que simula o combate ao terrorismo.

A única ação possibilitada no jogo é controlar o alvo e atirar mísseis, no entanto, na tentativa de acertar o terrorista, não há como evitar que civis sejam mortos e prédios destruídos. Se isso acontecer a lei de talião prevalece, pois os civis que choravam perto do cadáver tornam-se terroristas no intuito de vingar as mortes de inocentes.

⁴ ARG é uma sigla em inglês para Alternative Reality Game (Jogo de Realidade Alternativa), uma espécie de disputa virtual. Estilo de RPG online, feito apenas com palavras e textos que misturam realidade e ficção atraindo pessoas por sites e fóruns de discussão na Internet. Um ARG inicia quando uma é pista lançada, geralmente em um site. Começam a circular boatos na Internet, até que alguém toma a iniciativa de investigar o que acontece.

(http://www2.uol.com.br/ohayo/v2.0/eventos/materias/jul10_arg.shtml)

⁵ <http://www.newsgaming.com/games/index12.htm/>

Na tela inicial do jogo, duas instruções reforçam a proposta da utilização dos *newsgames* como instrumentos de reflexão. A primeira menciona que não há certo ou errado, ou seja, o jogador pode atirar para onde quiser e até não atirar. A segunda diz que o jogo não tem fim, é o jogador que determina quando parar.

Para um leigo essa situação pode dar ao jogo um caráter de banalidade, pois além do próprio jogador estipular o *game over*, não há punições, pontuações ou brindes que regulem as ações. No entanto esta mecânica é proposital, pois o jogo não propõe um fim específico, mas sim gerar uma reflexão sobre a guerra contra o crime. Da mesma forma o jornalismo em essência não apenas apresenta os fatos, mas instiga o leitor a refletir sobre o contexto ali retratado.

Disponibilizados gratuitamente e nas plataformas online, os *newsgames* ganham espaço em portais jornalísticos renomados, como The New York Times e El País, de forma a complementar ludicamente o conteúdo das notícias que os originaram.

Um dos motivos de muitas pessoas desconhecerem os jogos jornalísticos é a carência de bibliografia específica conceituando o termo. “*Newsgames: Journalism at Play*”, escrito em 2010 por Ian Bogost em parceria com Simon Ferrari e Bobby Schweizer, é um dos livros de maior referência, pois aborda o tema em caráter exclusivo.

Esse aspecto de reflexão que os *newsgames* se propõe a exercer é definido por Bogost (2010) como “retórica processual”, ou seja, a capacidade dos jogos de simularem interativamente o funcionamento das coisas e permitir que leitores/jogadores assimilem mais facilmente conteúdos complicados. Através da análise de alguns jogos e conceituação definida em categorias, os autores evidenciam a possibilidade de unir jogos e jornalismo.

A primeira categoria definida por Bogost (2010) é denominada “*Editorial Games*”. Aqui se enquadram jogos que tem a intenção de induzir a reflexão do leitor e remeter a linha editorial do veículo. Esta função é similar às charges no impresso e, assim como elas, o conteúdo do jogo trata de eventos recentes e o cronograma de produção é curto. Além de “*September 12th#*” pode ser colocado como exemplo aqui

o jogo “*Play Madrid*”⁶, que remetia aos mortos nos ataques terroristas de 11 de março de 2004, em Madri.

A segunda categoria, “*Tabloid games*”, também exige curto tempo de produção e remete a conteúdos recentes, no entanto o que difere essa categoria da anterior é o fato dos jogos aqui terem o caráter de isca sobressalente ao conteúdo. A narrativa desse tipo de *newsgame* deve abordar notícias divulgadas previamente em outros meios, o conteúdo dessas tem característica de fofoca e vinculam o jogador para outras áreas do site. Como exemplos temos o “*Escape Paris*”⁷, no qual o jogador deve ajudar a socialite Paris Hilton a escapar da prisão, e “*Mucca Chucka*”⁸, onde o objetivo é auxiliar Heather Mills a se separar do ex-beatle Paul McCartney.

Para Bogost (2010) os exemplos que se enquadram na terceira categoria, “*Reportage Documentary Games*”, representam o potencial do uso de jogos no jornalismo de forma mais relevante. Esses necessitam de grande tempo de produção o que reduz a frequência de sua utilização nos meios. Em contrapartida o desenvolvimento da mecânica pode ser mais bem elaborada, permitindo que o jogador amplie sua compreensão do conteúdo na medida em que interage. A narrativa desses jogos podem abordar conteúdos mais antigos, desde que eles tenham sido vinculados em algum meio jornalístico.

O exemplo aqui é o polêmico jogo “*JFK Reload*”⁹ que reconstitui com fidelidade o assassinato do presidente americano John F. Kennedy. De rifle na mão, o jogador se coloca no papel de Lee Harvey Oswald, aguardando pacientemente o momento certo de puxar o gatilho e matar Kennedy. A proposta do jogo é mostrar o fato pela perspectiva do assassino e, embora possa atirar a esmo, a pontuação final será maior se cada ação no game for correspondida com o que de fato aconteceu segundo a teoria oficial dos Estados Unidos no documento “The Warren Report” (um tiro errado que ricocheteou; um tiro no pescoço do presidente, o qual também feriu o governador; um tiro certo na cabeça de Kennedy).

⁶ <http://www.newsgaming.com/games/madrid>

⁷ <http://www.addictinggames.com/funny-games/escapeparis.jsp>

⁸ http://www.mygamesworld.com/game/9032/Mucca_Chucka.html

⁹ [http://www.fileplanet.com/192027/download/JFK-Reloaded-v1.1-\(Free-Game\)](http://www.fileplanet.com/192027/download/JFK-Reloaded-v1.1-(Free-Game))

Não é só no mercado jornalístico que os *newsgames* ganham espaço, a utilização deles em reflexões e tentativas acadêmicas assinalam a importância que os novos jornalistas veem nesses jogos. Um exemplo é o jogo “Corrida Presidencial da Dilma”¹⁰ criado pelos estudantes de jornalismo Priscila Hudler e Mateus Formigari enquanto ainda cursavam disciplinas da graduação, em Joinville, Santa Catarina. O enredo e símbolos do jogo remetem a disputa eleitoral brasileira de 2014.

Nesse *newsgame* o usuário controla a então presidenta da república Dilma Rousseff, cujo avatar pilota uma moto pelas ruas de Brasília, conforme foi noticiado pelos portais de notícia em 23 de agosto de 2013. O objetivo é levá-la até o Palácio do Planalto, tomando cuidado para não atingir os inimigos e ficar pelo caminho.

Jogos sempre estiveram presentes na internet e tanto os casuais quanto os “jogos jornalísticos” utilizam do entretenimento para atrair usuários. O diferencial dos *newsgames* (remeter a alguma notícia) tende a ficar em segundo plano na percepção do usuário se o jogo não estiver vinculado em algum portal jornalístico.

Não é difícil encontrar, principalmente em portais de humor ou até mesmo em redes sociais, jogos que privilegiam o caráter cômico ironizando algum conteúdo publicado na mídia. Normalmente esses têm o propósito inicial de divertir o jogador, e não necessariamente serem tachados de *newsgames* pelo seu conteúdo relacionado a algum fato jornalístico.

Um *newsgame* isolado, sem vínculo com alguma notícia, é só mais um jogo; mas isso não impede que um jogo baseado em notícia, mas sem a intenção de ser considerado *newsgame*, não possa sê-lo.

Ao que parece, Bogost (2010), em suas categorizações, trata dos jogos pensados para serem *newsgames*, mas não distingue daqueles que tem características de jogos jornalísticos sem esse propósito. Nesta percepção propomos dois novos grupos de *newsgames*, na ideia de clarear um pouco mais essa diferenciação:

a) Newsgames por ação: ou seja, jogos cuja proposta inicial era ser enquadrados como *newsgames*. Aqui entrariam os jogos produzidos para veículos jornalísticos e divulgados em seus portais.

¹⁰ <http://corridapresidencia.wix.com/projetoexperimental>

b) News games por associação: jogos que, em sua concepção, não partem da hipótese de serem considerados *news games*, porém devido sua mecânica e signos referenciam a algum conteúdo jornalístico geram esse reconhecimento associativo na pessoa que o joga. Esse grupo abrangeria, em grande parte, os jogos que tem apenas o propósito inicial de entretenimento, como os divulgados em plataformas autônomas, redes sociais, ou portais sem vínculo jornalístico.

Tais categorizações e conceitos iniciais abordados até aqui serão o ponto de partida para a análise teórica que pautará o desenvolvimento do *newsgame* com o propósito de ensinar ética jornalística.

3. O item secreto

Segundo dados da consultoria PWC (*PricewaterhouseCoopers*), o mercado de jogos no Brasil, que em 2011 movimentou R\$ 840 milhões e é quarto maior do mundo, crescerá em média 7,1% por ano até 2016, quando atingirá R\$ 4 bilhões. Esse abrange desde mídias físicas para consoles e computadores até *downloads* feitos em *smartphones*.

A juventude está cada vez mais conectada e os *news games*, embora com presença crescente na internet, ainda não chegaram com relevância às plataformas *mobile*.

Na ideia de ampliar esse horizonte a proposta é desenvolver neste projeto um *newsgame* voltado para sistemas operacionais Android, de forma que esse jogo não fique restrito apenas às salas de aula, mas que o aprendizado da ética possa também ser desfrutado em outros locais através de equipamentos portáteis.

As delimitações da pesquisa, por hora, se apresentam insipientes, mas podemos elencar algumas hipóteses metodológicas já em discussão. Primeiramente será feito um recorte de *news games* já divulgados a fim de analisar como os conceitos iniciais são aplicados e, por conseguinte, aprofundá-los e elaborar novos se assim for necessário. Ainda não há uma definição numérica dos jogos a serem analisados, mas abrangerá jogos nacionais e internacionais.

Após o aprofundamento dos conceitos, será dado início ao desenvolvimento do *newsgame*. O conteúdo desse tentará propor uma reflexão sobre a ética jornalística

embasado em questões levantadas referente a reportagens jornalísticas cuja elaboração teve atuações éticas questionáveis (como, por exemplo, os casos da Escola Base e o sequestro de Eloá Cristina).

A produção de um jogo é complexa e exige uma boa equipe comprometida com o projeto. Essa ainda não está definida, mas provavelmente será composta em primeira instância por profissionais das áreas de jornalismo, design e programadores. A participação dos grupos de pesquisa Nephi-Jor¹¹ e ObjETHOS¹² também será de extrema importância neste projeto.

Para dar início a produção, cogita-se a utilização do software Construct 2¹³, produzido pela empresa Scirra. Essa escolha inicial se dá pelos seguintes fatores: o software possui interface de fácil compreensão, possibilita a exportação do arquivo final em HTML5 e plataformas móbil, são realizadas atualizações rotineiras para corrigir os erros relatados pelos usuários, a empresa disponibiliza versão gratuita, e o software já foi utilizado em outras ocasiões pelo autor desta pesquisa.

O terceiro momento será a aplicação do jogo em grupos de foco, a fim de analisar questões como receptividade, compreensão do conteúdo, fidelidade aos conceitos entre outros. Esta etapa irá permitir colher percepções sobre a efetividade deste estudo, que não busca a exclusividade, mas sim ser um piloto para trabalhos futuros que abordem o ensino da ética no jornalismo.

4. A tela final

Pensar em novas formas de se fazer jornalismo atrativo é cada vez mais necessário em meio às inovações tecnológicas. Assim a criação de um *newsgame* para a reflexão sobre ética jornalística tem o propósito de explorar o que de melhor esta plataforma oferece, abrangendo tanto a esfera da academia quanto a do público cada vez mais conectado.

Adaptar novas formas de divulgação e não apenas copiar conteúdos é o que propõe Pierry Lévy (2000) ao perceber a constante evolução tecnológica. Ampliando

¹¹ <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/9116076487823664>

¹² <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/3964306385831186>

¹³ <https://www.scirra.com/construct2>

o argumento, Canavilhas (2010) salienta que o público do *webjornalismo* anseia, além de rigor e objetividade, uma linguagem mais dinâmica e interativa.

É crescente o número de usuários que optam pela leitura em *tablets*, da mesma forma a academia carece de mais dinamismo no ensino da ética jornalística. Trazer o conceito de *newsgames* para o âmbito dessa discussão é a proposta deste projeto de pesquisa, pois os “jogos jornalísticos” surgem como uma ferramenta relevante complementando a notícia de forma lúdica no jornalismo online e, ao mesmo tempo, poderão aprimorar a compreensão do ensino da ética jornalística para além das salas de aula.

A inserção dos *newsgames* na prática jornalística ilustra que um tema é mais bem aprendido a partir do momento que esse é transmitido de forma lúdica. Os jogos que englobam os “*newsgames* por associação” são um exemplo claro disso na medida em que apenas ao olhar ou interagir com o jogo o internauta associa a narrativa a uma matéria jornalística aprendida em outra ocasião.

A necessidade de se buscar novas formas de se ensinar a ética jornalística é latente na academia e ao quebrarmos os estereótipos do jogo apenas como entretenimento torna-se plausível e promissora a aplicação do *newsgame* nas salas de aula. Não é uma substituição de ferramentas como os textos didáticos, mas sim um complemento; contar a mesma história de outra forma.

Referências

BOGOST, Ian; FERRARI, Simon; SCHWEIZER, Bobby. **Newsgames Journalism at Play**. ed. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2010

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: Considerações gerais sobre jornalismo na web. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Universidade da Beira Interior: 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>> Acessado em: 29 de setembro de 2014.

CHRISTOFOETTI, Rogério. **Monitores de mídia**: como o jornalismo catarinense percebe os seus deslizes éticos. Florianópolis: EdUFSC, 2003.

DÓRIA, Thiago. **O que são Newsgames?**. Disponível em: <<http://www.tiagodoria.ig.com.br/2008/03/10/o-que-sao-newsgames/>>. Acessado em: 29 de setembro de 2014.

HAMZE, Amélia. **O jogo educativo como fato social.** Disponível em:
<<http://educador.brasilecola.com/trabalho-docente/o-jogo-educativo-como-fato-social.htm/>>.
Acesso em: 11 de setembro de 2014.

HUINZINGA, Johan. **Homo Ludens.** ed. São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 1939.

KAFAI, Yasmin B. **The Educational Potential of Electronic Games:** From Games-ToTeach To Games-To-Learn. Disponível em:
<<http://culturalpolicy.uchicago.edu/papers/2001-video-games/kafai.html>> Acesso em: 12 de setembro de 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 2000.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública.** Petrópolis: Vozes, 2007

PINHEIRO, Cristiano Max Pereira. **Videogames.** Do entretenimento à comunicação. In: Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “História da Mídia Digital”, do V Congresso Nacional da História da Mídia, na Faculdade Casper Líbero, São Paulo, SP, junho de 2007.

SILVA, Carlos Eduardo de Martin. **Experiência com jogos digitais e causas sérias.**

Contemporânea, Rio de Janeiro, v.7, n.11, p. 74-84, jul/dez 2008. Disponível em:

<http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_11/contemporanea_n11_74_carloseduardo.pdf >
Acessado em: 15 de setembro de 2014.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. **Ética.** Rio de Janeiro: Art Line, 1999.