

# Jornalismo e videogames: Desafios para a formação profissional e a produção de novos Conteúdos Jornalísticos

Antonio Brasil

**Resumo:** Este trabalho tem como objetivo discutir o potencial dos “jogos eletrônicos”, ou videogames, como nova forma de narrativa para o jornalismo na era digital. A pesquisa também procura propor a utilização de jogos de simulação como recurso didático para o ensino. Para isso, são analisados alguns exemplos de jogos eletrônicos, os *newsgames*, que divulgam notícias e auxiliam na capacitação de uma nova geração de jornalistas que convive com tecnologias digitais interativas, como a internet e os videogames. O desenvolvimento, aperfeiçoamento e utilização sistemática dessas novas tecnologias é considerado fundamental para quem produz, pesquisa e ensina o jornalismo digital. Estamos diante de desafios tecnológicos e metodológicos para a construção de um novo cenário informacional ainda mais complexo, interativo e colaborativo.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Novas Tecnologias. Interatividade. Jogos Eletrônicos. Videogames.

## Introdução

**E**stamos 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<sup>1</sup>. 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 esse 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,

<sup>1</sup> Leia mais em: BRASIL, A., A crise no ensino de Jornalismo. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=475>. Acesso em: 12/04/2012

uma forma de escapismo social e cultural, além de incentivar o aumento da banalização da violência<sup>2</sup>. 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”. 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 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, 2010; 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

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

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”<sup>3</sup>.

Corroborando essa premissa, segundo um estudo publicado nos Estados Unidos<sup>4</sup>, 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 e 15% do tempo dedicado às mídias, somente com os videogames. E esses números tendem a crescer rapidamente nos próximos anos<sup>5</sup>.

---

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

<sup>4</sup> [www.mediapost.com](http://www.mediapost.com)

<sup>5</sup> <http://www.abragames.org/>

Outra pesquisa mais recente<sup>6</sup> 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 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 também buscam no-

<sup>6</sup> <http://www.reuters.com/news>

vas 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 em níveis extremos, quase individuais.

São exatamente essas questões que o presente artigo quer 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.

## 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)
- videogames (Orozco, 2006)
- jogos digitais (Buckingham, 2006)
- jogos de computador (Murray, 2003)
- 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 (2010, p.4), “esse é um dos fatores desencadeantes das muitas barreiras a ser enfrentadas por aqueles que se propõem a investigar as relações entre vídeo games e aprendizagem”. 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 o 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 – na medida em que são artefatos que se podem utilizar no dia a dia, resultado da criação humana. Enquanto tal, constituem-se num terreno fértil para investigar e explorar possíveis relações com a aprendizagem.

Segundo os estudos de Rushkoff, o surgimento do game é polêmico e objeto de controvérsias para muitos pes-

quisadores. 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 foi patenteado. 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 (2010, p.7), “foi menos um desenvolvimento artístico, conscientemente dirigido do que uma corrida para utilizar os novos chips, técnicas de criação de imagens e placas gráficas”. 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 à distância, como, por exemplo, o desenvolvimento de games online para multiusuários, o que acabou por permitir diferenciados modos de compartilhamento entre seus jogadores (sejam eles conhecidos ou não). Chamamos atenção para essa 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 online 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 (multiplayer), com games online ou não, pois também podemos considerar, nesse caso, que os participantes poderão jogar por meio do computador, como dito anteriormente, sem o auxílio da internet (FANTIN e CORRÊA, 2010).

O livro *Homo ludens*, de 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, p.34). 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, Vigotsky (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 um mundo imaginário para realizar tais desejos. Essa 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 podem 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.9).

## **Potencial dos games**

Procuramos destacar algumas propriedades essenciais dos ambientes digitais (Murray, 2003, p.33). Ela oferece importantes informações em relação ao poder atrativo dos vi-

deogames, 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 (2005, p.28) 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”. 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 online fogem dos limites espaço-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, p.44). 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, p.13).

## **Jornalismo e videogames: convergência**

Do ponto de vista dos estudos cognitivos relacionados aos videogames, pesquisas realizadas nos últimos anos analisam a presença dos videogames na vida de jovens a partir de diferentes ênfases sintetizadas por Fantin (2010). As novas formas de cultura participativa que surgiram com as mídias digitais, particularmente com os videogames, são

analisadas por H. Jenkins (2006). Ao refletir sobre a aprendizagem que os jogos eletrônicos podem promover, J. P. Gee (2009) destaca a similaridade entre algumas atitudes desenvolvidas pelos jovens quando jogam videogames e os princípios do método científico (sondagem, hipótese, nova sondagem, novo pensamento).

Esses princípios também são 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. Essas e outras singularidades 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 muitas as possibilidades para analisar os videogames e pesquisar suas relações e práticas culturais. E é nesse ponto que esses dispositivos passam a interessar ao jornalismo e às práticas de ensino do jornalismo. Estamos diante de inúmeras 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<sup>7</sup>.

Nesse contexto, para algumas empresas jornalísticas, videogames também podem significar uma oportunidade para realizar bons negócios. Recentemente, um artigo publicado pela imprensa americana revelou que as empresas de videogames já são consideradas clientes importantes para as agências internacionais de notícias para TV, 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 sendo superadas pelas imagens produzidas pelos jornalistas das agências e utilizadas pelos produtores de jogos eletrônicos militares<sup>8</sup>.

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 dos dispositivos móveis. A partir do reconhecimento e do interesse em expansão pelo mercado dos games, o Brasil também passou a investir nessa

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

<sup>8</sup> <http://www.aptn.com/>

indústria com a criação de empresas que se dedicam ao desenvolvimento de jogos eletrônicos (BRASIL, 2007).

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, 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 (BRASIL, 2003).

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.



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 midiaticizado 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, da 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. Essas aptidões são consideradas essenciais para o exercício da profissão jornalística. E também 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 habilidades com as

quais muitos de nós talvez não estejamos acostumados a trabalhar. E quais seriam as habilidades e as competências 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 capaci-

dades 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).

## **Games e aprendizagem**

Ao exercitar certas habilidades exigidas durante o jogo, novas habilidades são adquiridas, o que pressupõe aprendizagem. Para Johnson, um dos aprendizados principais dos jogos é a tomada de decisões, o que implica escolha e priorização: “Todos os benefícios intelectuais do jogo resultam dessa virtude fundamental, porque aprender como pensar, em última análise, tem a ver com aprender a tomar a decisão certa: pesar a evidência, analisar situações, consultar suas metas a longo prazo e, então, decidir” (JOHNSON, 2005, p.22). O autor esclarece ainda que “uma das características peculiares dos videogames é a não explicitação integral das regras” (Idem, p.77). Diferente de outros tipos de jogo, onde as regras são conhecidas e os procedimentos padronizados e sem ambiguidades, no mundo dos videogames essas regras precisam ser descobertas durante o jogo. Assim, o segredo do jogo é a decifração das regras e a sondagem é parte da experiência do jogo. Nessa sondagem, os jogado-

res investigam a “física do jogo” (padrões e tendências no modo como o computador executa a simulação), que pode ter relação direta com a mecânica, com a fisiologia, e com o comportamento coletivo. Assim, “quando os jogadores interagem com esses ambientes, estão aprendendo o procedimento básico do método científico”, diz Johnson (Idem, p.78). E, citando Paul Gee, refere-se a um ciclo de quatro partes que explicitam esse procedimento: “sondagem, hipótese, nova sondagem, novo pensamento” (Idem, p.23).

Tais características seriam igualmente relevantes para a produção de notícias para um Jornalismo Online ou para a formação dos jornalistas na Era Digital. Dentro desses parâmetros, Orozco (2006, p.54) também reafirma “que é possível aproveitar os videogames como um novo meio de produção de conhecimentos, especialmente para o desenvolvimento de habilidades hipotético-dedutivas, que são essenciais para a formação do pensamento científico” (Idem, p.5). Segundo Pereira (2008, p.7), os jogos contribuem para o desenvolvimento de competências interpessoais: “trabalhar em conjunto”, “aprender a viver outras vidas”, “ser um cidadão” e de competências intrapessoais: “aprender a estar conosco próprios”, “puxar pela nossa criatividade”, “desenvolver estratégias”, e “tentar sempre ter melhor estatísticas”. É importante ressaltar que os usuários de games, assim como os jornalistas, possuem consciência que “nem tudo o que se passa nos jogos e na cobertura jornalística necessa-

riamente acontece na vida das pessoas que consomem notícias, ou seja, o público” (Idem, p.9).

Nem tudo na vida ou no Jornalismo é como nos videogames, mas eles podem nos ajudar a retratar, enfrentar e aprender com realismo. Por fim, esses estudos demonstram que o “imaginário” dos jogadores de games tem muito em comum com os ideais dos jornalistas profissionais. Para ambos, é importante acreditar no poder da persistência, na “garra” e não desistir da busca ao objetivo. Parafraseando Pereira, ao jogar videogames e ao fazer jornalismo, aprendemos a “jogar ou fazer melhor” (PEREIRA, 2008, p.6). Portanto, além das competências cognitivas, devemos valorizar as competências de ordem interpessoal e intrapessoal que podem ser aprendidas por meio dos videogames e do Jornalismo. Em relação às competências sociais, é possível refletir sobre possíveis aprendizados culturais inerentes aos videogames. Devemos indagar sobre:

- Os significados culturais que são construídos a partir dos jogos;
- Se o público consumidor de notícias, os jornalistas ou os estudantes de Jornalismo, enquanto produzem ou jogam games, aprendem sobre como ser e agir na sociedade em que vivem;
- Se seria possível acreditar que os videogames promovem interferências também nesses aspectos e podem ser

bons nesse sentido.

Segundo os estudos de Frantin e Corrêa (2010, p.6), “os aprendizados culturais são adquiridos por meio de processos comunicacionais, interação pela experiência ativa do sujeito e pelas suas apropriações que envolvem, sobretudo, a recriação e ressignificação daquilo que percebem, veem, ouvem, sentem num dado contexto”. Refletir sobre os aprendizados culturais significa focar nos percursos por onde se articulam e se produzem os sentidos atribuídos à experiência vivida. Ou seja, implica compreender que existe algo entre aquilo que é implícita/explicitamente comunicado e o que é apropriado, e esse espaço é o das mediações que também produzem sentidos.

## **Jornalismo e videogames**

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?

Estudos recentes conduzidos pelas professoras Frantin e Corrêa da UFSC (2008) e pelas nossas próprias pesqui-

sas (BRASIL, 2007) procuram confirmar a possibilidade de aprender jornalismo com os videogames. Nessa perspectiva, foram analisados os seguintes tópicos em relação à prática e o ensino de jornalismo com jogos eletrônicos:

- Aprende a lidar com várias situações diferentes encontradas pelos jornalistas;
- Ensina a prática da reportagem;
- Aprende a 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;
- Pensa antes de agir;
- Ensina os outros quando eles não sabem jogar (prática comum e tradicional de transmissão de conhecimento em redações jornalísticas ou “ensino entre pares”);
- Lida com o tempo de pressão (deadlines jornalísticos);
- Descobre jeitos de melhorar a os procedimentos diante de obstáculos;
- Aprende a ter agilidade, pensar rápido e tomar decisões (características típicas da profissão de jornalista).

Sob o ponto de vista tecnológico, a velocidade com que tais jogos são desenvolvidos em séries e pacotes de ex-

pansão 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 continuações, 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 muitos 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, p.22).

## Serious games

Serious games ou “jogos sérios” são projetados com a finalidade de resolver um problema. Embora os jogos possam ser divertidos, o seu principal objetivo é formar, inves-



tigar, 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<sup>9</sup>. 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. Há um potencial de criticar visões de mundo estabelecidas<sup>10</sup>. Para Mattar, o objetivo principal é “enfrentar os desafios e dar a voz à geração dos nativos digitais” (Idem, p.28). Dessa forma, devemos decidir com eles, ou seja, incluir os alunos em tudo, desde o design instrucional até as atividades em sala

<sup>9</sup> [http://www.gamasutra.com/view/feature/4074/the\\_designers\\_notebook\\_sorting\\_.php?page=2](http://www.gamasutra.com/view/feature/4074/the_designers_notebook_sorting_.php?page=2)

<sup>10</sup> Mattar, 2010.

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.

Outro exemplo do interesse que merece destaque foi produzido pela WARCO<sup>11</sup> (*acrônimo de “war correspondent” ou “correspondente de guerra”*). É um videogame desenvolvido para treinar jornalistas para trabalhar em zonas de combate. Trata-se de um jogo sobre como conseguir matérias durante a guerra e o risco que envolve o jornalismo em áreas de conflitos. Esse game ainda não possui versão finalizada, mas já é possível avaliar a qualidade e complexidade do projeto em amostras disponíveis na internet.

*WARCO faz parte do gênero FPS (First Person Shooter), incluindo aplicações, transformações e abordagens diferentes. Tiro em primeira pessoa (first-person shooter, FPS) é um estilo de jogo de computador no qual se visualiza apenas o ponto de vista do protagonista, como se jogador e personagem do jogo fossem o mesmo observador. Inicialmente, jogos como simuladores de voo também eram considerados “tiro em primeira pessoa”, mas nos anos 90 a nomenclatura passou a designar jogos em que se controla um personagem livremente pelo cenário, carregando armas de fogo. Nesse sentido, considerado o primeiro FPS para com-*

---

11 <http://defiantdev.com/warco/>

putador foi *Wolfenstein 3D* (1993), da ID Software (BOGOST, 2010). O gênero também foi conhecido por “Estilo *Doom*” ou “Tipo *Doom*”, devido à popularidade desse jogo (também da ID Software). O primeiro jogo *FPS* brasileiro foi *Incidente em Varginha*, lançado em 1998.

Dentro da nossa proposta de estudos sobre os videogames para jornalistas, é importante destacar a relevância do trabalho de um segmento muito importante e representativo da profissão: os correspondentes de guerra. Para que possamos avaliar as dificuldades das condições de trabalho desses jornalistas, somente em 2011, cerca de noventa e sete jornalistas morreram cobrindo conflitos em mais de 30 países. Segundo dados da International News Safety Institute (INSI), esse foi o pior ano da última década para os correspondentes de guerra<sup>12</sup>. Esse cenário de dificuldades e violência motivou o professor de Jornalismo Internacional da Universidade de Tecnologia de Sidney, na Austrália, e veterano produtor da Australian Broadcasting Company (ABC), Anthony Maniaty, a desenvolver um projeto inovador para preparar jornalistas a trabalhar em zonas de conflito por meio de videogames. Ele criou um jogo no gênero *FPS* (*First Person Shooter*) que tem similaridades com jogos de grande sucesso, como *Call of Duty* ou *Counter-Strike*. Mas, em vez de utilizar “armas” poderosas para destruir inimigos, o jogador deste game procura revelar e reportar a

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

verdade dos cenários de guerra.

Em WARCO, a repórter-avator, 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”<sup>13</sup>. O 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

---

<sup>13</sup> <http://www.bbc.co.uk/news/technology-15166663>

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<sup>14</sup>.

Games semelhantes também podem ensinar ao jornalista 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 também podem ensinar técnicas de Primeiros Socorros que podem ser igualmente úteis nas coberturas diárias. Os jornalistas costumam estar expostos a inúmeros perigos em suas rotinas profissionais.

## Games jornalísticos

Outras grandes empresas também perceberam o potencial dos games para treinamento de jornalistas. A Ubisoft, dos Estados Unidos, produziu o game *Imagine Journalist* – ou “imagine-se jornalista”. Essa primeira versão é para crianças e adolescentes que sonham em serem jornalistas. Crianças que querem “brincar” de trabalhar como repórter. Essa é a proposta da série “Imagine”. “Apesar de os videogames de última geração poderem simular a realidade com facilidade, *Imagine Journalist* propõe colocar mais glamour na ocupação e inverte certas lógicas dela”, explica o release de lançamento do videogame.

<sup>14</sup> [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_a\\_morte\\_da\\_imagem\\_de\\_novo](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_a_morte_da_imagem_de_novo)

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.<sup>15</sup>

Outros exemplos emblemáticos de games que visam incentivar os jovens a conhecer melhor a profissão e ao mesmo tempo demonstram grande potencial para a capacitação de jornalistas é *To be a Reporter Game* e *To be an Editor* da *News University* dos Estados Unidos<sup>16</sup>. Esses jogos podem ser acessados gratuitamente por estudantes, professores e pesquisadores interessados no potencial dos games para o Jornalismo. Os jogos podem ser utilizados de forma lúdica para o entretenimento ou podem ser supervisionados pelos professores dentro e fora das tradicionais salas de aulas dos cursos de Jornalismo. Esses projetos estão sendo desenvolvidos por especialistas que contam com recursos financeiros vindos de instituições privadas norte-

<sup>15</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=PDIZS\\_GlvxY](http://www.youtube.com/watch?v=PDIZS_GlvxY)

<sup>16</sup> <http://www.newsu.org/courses/be-reporter-game>

-americanas, como a Fundação Knight-Ridder.

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*<sup>17</sup>. Essa 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.

## **Newgames: jogando jornalismo**<sup>18</sup>

Dentro desse cenário de games para Jornalismo, devemos 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, p.43). 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,

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

<sup>18</sup> <http://newsgames.gatech.edu/blog/2009/05/where-do-games-belong-in-journalism-schools.html>

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.

Dentro da proposta de narrativas transmidiáticas, após alguns anos de trabalho e alguns milhares de dólares, os professores 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”<sup>19</sup>, da Universidade de Minesotta, e o game premiado pela Knight-Ridder foundation é *You be the repórter – Ethanol as a fue*<sup>20</sup>. Trata-se de um exemplo 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.

## Jogos sobre o noticiário

*Newsgames* são jogos eletrônicos da categoria “sérios”, com conteúdo jornalístico, que se tornaram muito populares nos últimos anos<sup>21</sup>. Eles se caracterizam pela criação rápida em resposta a eventos atuais. Os *newsgames* tam-

<sup>19</sup> <http://www.destructoid.com/gdc-08-journalistic-integrity-via-neverwinter-nights-71015.phtml>

<sup>20</sup> <http://www.inms.umn.edu/projects/bethereporter/>.

<sup>21</sup> <http://www.wingchunsantacruz.com/gamesandart/research/newsgames-DiGRA2009.pdf>



bém podem ser pensados como os jogos eletrônicos que se equivalem a políticas. Miguel Sicart descreve-os como jogos que “utilizam o meio com a intenção de participar no debate público”<sup>22</sup>. Os principais exemplos são de Madrid, um jogo que relembra as bombas no transporte público da cidade<sup>23</sup>, *September 12*, jogo sobre as vítimas civis na guerra contra o terror<sup>24</sup> e *Darfur is Dying*, um jogo sobre a crise dos refugiados em Darfur<sup>25</sup>.

Mas, apesar das propostas jornalísticas, políticas e institucionais, os jogos também despertam um desejo ilimitado de consumo, faz movimentar quantias astronômicas de dinheiro, alimentando um mercado cada vez mais promissor. Mas será que os jogadores têm consciência dessa lógica?

Diversos elementos da indústria cultural (entre eles, os videogames), criados para o consumo, fazem parte do que Steinberg e Kincheloe (2001) chamam de “pedagogia cultural”. Para eles, as produções culturais contribuem para a formação de identidades por meio de uma espécie de “currículo cultural” criado por grandes corporações e não por organizações educacionais. No entanto, se acreditarmos na perspectiva de uma apropriação crítica e criativa das mídias, proposta pela mídia-educação, podemos pensar os videogames como um espaço de aprendizagens culturais e

<sup>22</sup> Sicart, M. “Newsgames: Theory and Design”. International Conference on Entertainment Computing. Pittsburgh, PA. 2008.

<sup>23</sup> <http://newsgaming.com/games/madrid/>

<sup>24</sup> <http://newsgaming.com/games/index12.htm>

<sup>25</sup> <http://www.darfurisdying.com/>

possibilidades de ressignificação, explorando as lógicas de produção, recepção e mediação.

## **Conclusões e várias inquietações**

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 como 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.

Os jogos eletrônicos podem colaborar para a melhoria do jornalismo, podem aperfeiçoar o treinamento de jornalistas, e 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 conflito. 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.

É difícil para os games retratar um mundo tão complexo. Mas os simuladores de voos, por exemplo, têm sido muito bem sucedidos. Para o professor de Jornalismo Internacional na *London Metropolitan University*, e ex-cor-

respondente estrangeiro, James Rodgers, a possibilidade de utilizar um jogo eletrônico para treinar alunos de jornalismo deve ser encarada como um complemento à formação profissional. Apesar das reservas manifestas por alguns jornalistas, a reação de muitos profissionais à proposta de treinamento com games tem sido muito positiva. Segundo Mariarty (2011, p.7), “deveríamos jogar um videogame para treinar jornalistas, pois nos últimos dez ou quinze anos os pilotos de aviões, os militares e os policiais têm feito isso”. Outras profissões, como os cirurgiões, treinam como fazer operações com videogames e jogos interativos. O Prof. Mariarty, no entanto, declara que infelizmente “a mídia é o último lugar em que os games ainda não tenham sido incorporados de forma definitiva no treinamento de seus profissionais. Nunca diria que jogos como WARCO deveriam substituir o treinamento adequado para enfrentarmos ambientes hostis, mas se podemos salvar a vida de um jornalista, creio que o projeto vale a pena” (Idem, p.2).

Em relação à formação de profissionais para a indústria de videogames, é importante destacar o exemplo da Universidade do Sul da Califórnia (USC), instituição focada em inovação que oferece cursos voltados para os elementos artísticos de jogos eletrônicos. A Electronic Arts, uma das maiores produtoras do meio, doou milhões de dólares para o programa de produção de videogames da USC. Quando a mesma universidade abriu uma escola de cinema, há 75

anos, havia várias pessoas que também não acreditavam no futuro daquela “brincadeira excêntrica”<sup>26</sup>. Hoje, muitos já consideram que os games são a literatura do século XXI. Um segmento econômico que tem movimentado mais de 10 bilhões de dólares no mundo nos últimos anos e que desenvolve novas formas de narrativa.

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 seu ensino. 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 suas escolas 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 inova-

<sup>26</sup> <http://interactive.usc.edu/research/projects/games/>

ção, 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, tem interesse 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 artís-

tico, educacional ou jornalístico dos videogames. Os jogos eletrônicos podem ser considerados uma nova tecnologia, forma alternativa de 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 a capacidade dos alunos dos primeiros períodos dos cursos de jornalismo.

Também acreditamos que futuras pesquisas devam 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. Novas tecnologias digitais, como os videogames, podem ser utilizadas como entretenimento ou “escapismo” pelos jovens de hoje, mas também podem garantir um papel de importância e relevância para o jornalismo do futuro.

## 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 Editora, 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 Educarede 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.