

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO MESTRADO
PROFISSIONAL

Flavio Henrique Pereira Calado

Letramento em privacidade de dados para jornalistas: uma proposta de
Newsgame.

SÃO LUÍS

2025

Flavio Henrique Pereira Calado

Letramento em privacidade de dados para jornalistas: uma proposta de
Newsgame.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Mestrado Profissional (PPGCOMPRO) do Centro de Ciências Sociais (CCSO) da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Comunicação.

Orientadora: Prof^a. Dra. Patrícia Rakel de Castro Sena.

Co-orientador: Prof. Dr. Carlos Nascimento Marciano

SÃO LUÍS

2025

Flavio Henrique Pereira Calado

**Letramento em privacidade de dados para jornalistas: uma proposta de
Newsgame.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Mestrado Profissional (PPGCOMPRO) do Centro de Ciências Sociais (CCSO) da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Comunicação.

Aprovado em: __/__/____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Patricia Rakel de Castro Sena (Orientadora e Presidente da Banca)

Prof. Dr. Carlos Nascimento Marciano (Co-orientador Externo)

Profa. Dra. Rita de Cássia Romeiro Paulino (Avaliadora Interna)

Profa. Dra. Fernanda Gabriela Gadelha Romero (Avaliadora Externa)

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Pereira Calado, Flavio Henrique.

Letramento em privacidade de dados para jornalistas:
uma proposta de newsgame / Flavio Henrique Pereira Calado.
- 2025.
116 p.

Coorientador(a) 1: Carlos Nascimento Marciano.

Orientador(a): Patricia Rakel de Castro Sena.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em
Comunicação - Modalidade Profissional/ccso, Universidade
Federal do Maranhão, São Luís, 2025.

1. Privacidade de Dados. 2. Jornalismo Digital. 3.
Letramento Midiático. 4. Newsgame. 5. Ética
Jornalística. I. Castro Sena, Patricia Rakel de. II.
Marciano, Carlos Nascimento. III. Título.

Aos meus pais, Regina e Ivaldo, que fizeram do estudo o maior legado que poderiam me oferecer e nunca pouparam esforços para que eu seguisse sonhando.

AGRADECIMENTOS

Na infância, meu grande sonho era ganhar um videogame. Eu imaginava o manual, a caixa, a emoção de ligar o console pela primeira vez e mergulhar em um novo universo. Mal sabia que, anos depois, a vida me daria um "jogo" muito mais complexo e desafiador: o mestrado. Esta dissertação é o final dessa longa e gratificante jornada, e os créditos abaixo são dedicados aos personagens que tornaram essa vitória possível.

A jornada começou na tela de seleção de personagem, e tive a sorte de encontrar a guia perfeita para essa aventura. Minha orientadora, Prof. Dra. Patrícia Rakel de Castro Sena, foi a mentora que me entregou o mapa e me ensinou os movimentos básicos. Em cada fase difícil, quando os desafios pareciam insolúveis, sua orientação foi a luz que iluminou o caminho, mostrando as "passagens secretas" e estratégias que eu não via. Sua paciência, apoio, cuidado e orientação foi o que me permitiu continuar. Muito obrigado por acreditar neste jogador desde o "nível 1", mais do que ele mesmo.

Nenhum grande jogo é vencido sozinho. Tive a honra de contar com um "co-player" de elite, o Prof. Dr. Carlos Nascimento Marciano. Se esta dissertação é uma proposta de *newsgame*, ele é o desenvolvedor do "código". Seu trabalho foi a inspiração que me guiou pela mecânica central desta pesquisa. Agradeço imensamente por compartilhar sua metodologia e por ajudar a construir este trabalho.

Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOMPRO) da UFMA, que foi o cenário onde aprimorei minhas habilidades. Aos professores, minha gratidão. Aos colegas de turma, companheiros de jornada, obrigado pelas trocas e por fazerem as "fases" da vida acadêmica muito mais leves.

E, claro, agradeço a minha equipe de suporte, que fica fora da tela mas sem a qual o jogador não teria forças para continuar. Minha família, meus amigos de vida e de trabalho, que sempre foram a "fonte de energia" que recarregaram meu controle, mesmo quando a bateria estava no fim.

RESUMO

O presente trabalho de pesquisa aplicada foca no desenvolvimento de um *Newsgame* sobre privacidade de dados para jornalistas, visando suprir uma lacuna de conhecimento no jornalismo digital. O público-alvo são jornalistas e demais interessados em aprofundar seus conhecimentos sobre o uso ético e proteção de dados pessoais na prática jornalística. A metodologia tem uma abordagem quali-quantitativa do objeto e envolveu a aplicação de questionários a profissionais do jornalismo para avaliar o nível de conhecimento sobre privacidade de dados e suas práticas diárias, seguida pela análise de conteúdo dessas respostas para identificar necessidades formativas e alicerçada pelos conceitos de *Design Science Research* (DSR). A pesquisa revelou que, apesar de 95% dos respondentes considerarem o letramento em privacidade essencial, existem lacunas significativas no conhecimento prático da LGPD e na identificação de riscos. Como resultado, identificou-se uma forte demanda por ferramentas de apoio (avaliada em 4.5 de 5) e um interesse (70% dos respondentes) em *newsgames* como forma de aprendizagem. Conclui-se pela necessidade de capacitação e, como proposta prática, apresenta-se o desenvolvimento de um *Game Design Document* (GDD) para um *newsgame* que simula desafios reais do cotidiano jornalístico, abordando a LGPD e dilemas éticos.

Palavras-chave: Privacidade de Dados; Jornalismo Digital; Letramento Midiático; *Newsgame*; Ética Jornalística.

ABSTRACT

This applied research project focuses on the development of a newsgame about data privacy for journalists, aiming to address a knowledge gap in digital journalism. The target audience includes journalists and others interested in deepening their understanding of the ethical use and protection of personal data in journalistic practice. The methodology involved administering questionnaires to journalism professionals to assess their level of knowledge about data privacy and their daily practices, followed by a content analysis of the responses to identify training needs, grounded in the concepts of Design Science Research (DSR). The research revealed that although 95% of respondents consider privacy literacy essential, there are significant gaps in practical knowledge of the Brazilian General Data Protection Law (LGPD) and in risk identification. As a result, a strong demand for support tools (rated 4.5 out of 5) was identified, along with a 70% interest in newsgames as a learning method. The study concludes with the need for professional training and, as a practical outcome, presents the development of a Game Design Document (GDD) for a newsgame that simulates real-life challenges in journalism, addressing the LGPD and ethical dilemmas.

Keywords: Data Privacy; Digital Journalism; Media Literacy; Newsgame; Journalistic Ethics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Trecho da reportagem publicada pelo The Guardian, 1851.....	26
Figura 2 - Matriz de classificação do Jornalismo de Dados.....	30
Figura 3 - Pirâmide invertida do Jornalismo de Dados.....	32
Figura 4 - Cena do Jogo September 12th.....	40
Figura 5 - Telas Iniciais do Jogo Fact-checking em que é possível visualizar o menu inicial e, ao clicar em instruções, a tela com as informações é mostrada, indicando os critérios de sucesso.....	44
Figura 6 - Momento em que a Pauta é escolhida para o estagiário fazer a checagem.....	45
Figura 7 - Telas nas quais ocorrem as escolhas das opções de checagem e o acompanhamento da quantidade de horas restantes.....	46
Figura 8 - Telas onde ocorrem as escolhas das opções de checagem e o acompanhamento da quantidade de horas restantes.....	47
Figura 9 - Página inicial do questionário aplicado.....	56
Figura 10 - Perguntas 1 e 2 do questionário.....	60
Figura 11 - Perguntas 3 e 4 do questionário.....	61
Figura 12 - Perguntas 5, 6, 7 e 8 do questionário.....	62
Figura 13 - Perguntas 13, 14, 15 e 16 do questionário.....	64
Figura 14 - Perguntas 13, 14, 15 e 16 do questionário.....	66
Figura 15 - Perguntas 17, 18, 19 e 20 do questionário.....	68
Figura 16 - Perguntas 21 e 22 do questionário.....	70
Figura 17 - Tela Inicial/Menu principal, contendo título do jogo, descrição da missão, botões "Iniciar Investigação", "Como Jogar", "Sobre" e "Créditos".....	103
Figura 18 - Tela Como Jogar, contendo texto explicativo sobre a mecânica do Quiz, descrição do objetivo, sistema de pontos e condição de vitória/derrota.....	104
Figura 19 - Tela Sobre o Jogo, contendo contextualização do tema.....	104
Figura 20 - Tela Créditos contendo concepção, desenvolvimento e modelo do GDD.....	105
Figura 21 - Tela da primeira pergunta do Módulo 1, indicando o índice de credibilidade e deadline restante.....	105
Figura 22 - Sinalização de resposta correta/errada e caixa de diálogo explicativa sobre a resposta.....	106
Figura 23 - Layout de Vitória.....	106
Figura 24 - Layout de Derrota.....	107

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Classificação dos Serious Games.....	37
Quadro 2 - Classificação dos Newsgames.....	41
Quadro 3 - Identificação das Unidades de Análise e Codificação.....	58
Quadro 4 - Detalhamento das Categorias Iniciais e Intermediárias.....	71
Quadro 5 - Detalhamento das Categorias Finais.....	73
Quadro 6 - Referencial de codificação.....	73
Quadro 7 - Checklist de desenvolvimento do GDD.....	82
Quadro 8 - Checklist do Lead.....	84
Quadro 9 - Perguntas do módulo 1.....	91
Quadro 10 - Perguntas do Módulo 2.....	92
Quadro 11 - Perguntas do Módulo 3.....	94
Quadro 12 - Perguntas do Módulo 4.....	95
Quadro 13 - Sistema de Recompensa, Punição e Condição de Vitória.....	96

SUMÁRIO

RESUMO.....	7
ABSTRACT.....	8
LISTA DE FIGURAS.....	9
LISTA DE QUADROS.....	10
SUMÁRIO.....	11
1 INTRODUÇÃO.....	12
2 ÉTICA DA INFORMAÇÃO.....	16
3 JORNALISMO DE DADOS.....	26
4 GAMES E SERIOUS GAMES.....	33
5 NEWSGAMES.....	39
6 PRIVACIDADE DE DADOS E LGPD.....	49
7 METODOLOGIA.....	53
7.1 Análise de Conteúdo.....	57
7.1.1 Definição do Corpus e Unidades de Análise.....	57
7.1.2 Codificação e Categorização.....	59
7.1.3 Análise Temática.....	75
8 APLICAÇÃO PRÁTICA: PROPOSTA DE NEWSGAME DE LETRAMENTO.....	81
8.1 Checklist do Lead (Lide).....	83
8.2 A História (O quê?).....	84
8.2.1 Aplicação no artefato:.....	85
8.3 Objetivos (Por Quê?).....	86
8.3.1 Aplicação no artefato:.....	87
8.4 Equipe e Deadline.....	88
8.4.1 Aplicação no artefato:.....	89
8.5 Gameplay e plataforma (Como?).....	89
8.5.1 Aplicação no artefato:.....	91
Quadro 10 - Perguntas do Módulo 2.....	92
Quadro 11 - Perguntas do Módulo 3.....	94
Quadro 12 - Perguntas do Módulo 4.....	95
Quadro 13 - Sistema de Recompensa, Punição e Condição de Vitória.....	96
8.6 Personagens (Quem?).....	97
8.6.1 Aplicação no artefato:.....	98
8.7 Inimigos.....	99
8.7.1 Aplicação no artefato:.....	99
8.8 Universo do jogo (Onde? – Quando?).....	100
8.8.1 Aplicação no artefato:.....	100
8.9 Controles.....	101
8.9.1 Aplicação no artefato:.....	101
8.10 Câmera.....	102

8.10.1 Aplicação no artefato:.....	102
8.11 Interface.....	102
8.11.1 Aplicação no artefato:.....	103
8.12 Cutscenes.....	107
8.13 Cronograma e Orçamento.....	107
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	109
REFERÊNCIAS.....	111

1 INTRODUÇÃO

No cenário contemporâneo, a privacidade de dados surge como um tema ainda pouco falado no campo do jornalismo, mesmo em um período em que o uso extensivo de dados pessoais pelas plataformas levanta questões cruciais sobre a ética e a proteção de informações das pessoas. A era digital transformou a maneira como as notícias são produzidas e consumidas, trazendo à tona novos desafios éticos e técnicos relacionados ao uso de dados. Dentro deste contexto, é essencial que jornalistas estejam bem informados sobre privacidade de dados para assegurar que suas práticas sejam transparentes e responsáveis.

A crescente complexidade do ambiente digital trouxe não apenas novas formas de disseminação de informações, mas também implicou uma série de questões éticas pouco discutidas no jornalismo. A coleta e o uso massivo de dados pelas plataformas de notícias têm colocado à prova a capacidade dos jornalistas de se adaptarem a essa nova realidade.

Neste cenário, entende-se a importância do letramento midiático enquanto capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mensagens em uma variedade de formas, especialmente na era digital. Para os jornalistas, o letramento midiático inclui a compreensão profunda das ferramentas digitais e das tecnologias emergentes que afetam a coleta, a produção e a disseminação de notícias. Em um ambiente onde os dados são uma *commodity* valiosa, entender como usar e proteger esses dados é essencial para manter a confiança do público e a qualidade da informação.

Dessa maneira, o conceito de privacidade de dados adquire um papel central no debate contemporâneo sobre ética jornalística, uma vez que envolve diretamente a maneira como os dados são coletados, armazenados e compartilhados. A ausência de uma cultura forte de proteção de dados nas redações pode levar a falhas éticas que afetam o público e a credibilidade dos veículos de comunicação. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil, assim como o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) na Europa, surgem como tentativas de preencher essas lacunas, mas ainda são pouco conhecidas e aplicadas no cotidiano dos jornalistas.

O jornalismo desempenha um papel crucial na sociedade, atuando como guardião da informação e facilitador de debates públicos. No entanto, a revolução digital trouxe novos desafios, particularmente no que se refere ao manejo de grandes volumes de dados pessoais. Jornalistas e equipes editoriais, muitas vezes, não possuem o treinamento necessário para compreender as implicações do uso de dados, resultando em práticas que podem comprometer a privacidade dos usuários e a integridade das informações publicadas.

Dessa forma, a pesquisa busca responder à seguinte questão: qual é o nível de conhecimento das equipes de jornalismo sobre privacidade de dados e como esse conhecimento (ou a falta dele) impacta suas práticas diárias? A compreensão dessa questão é fundamental para identificar lacunas no conhecimento e implementar soluções educativas eficazes que possam transformar as práticas jornalísticas no ambiente digital.

Como objetivo, o trabalho busca desenvolver uma proposta de jogo educativo que promova o letramento em privacidade de dados para jornalistas, abordando as complexidades do uso e do compartilhamento de dados e oferecendo um recurso interativo que contribua para a formação dos profissionais da área. Desenvolver um jogo educativo para letramento representa uma abordagem inovadora para capacitar jornalistas, combinando aprendizagem com elementos de diversão, que podem aumentar o engajamento e a retenção de conhecimento. Além disso, este objetivo permite simulações de cenários reais, ajudando o público a aplicar teorias em suas atividades cotidianas.

O jornalismo, como uma forma de conhecimento que constrói socialmente a realidade, deve ser realizado com base no interesse público. Outrossim, a manipulação, leitura e análise de dados pessoais interferem diretamente na qualidade das informações produzidas e disseminadas. Então, é preciso considerar que, quando lidamos com dados de indivíduos, estamos, de fato, lidando com um aspecto do interesse público, o qual requer um tratamento ético e responsável. Portanto, tratamos a melhoria da qualidade das informações como um direito humano e essencial.

Ao promover o letramento em privacidade de dados, buscamos não apenas melhorar a competência dos jornalistas em relação ao uso ético de informações, mas também fortalecer a confiança do público nas notícias que consome. A privacidade de dados não é apenas uma questão técnica, mas um pilar fundamental para a credibilidade e a responsabilidade no jornalismo. Em um mundo onde a informação é poder, garantir que estes profissionais estejam conscientes das implicações éticas de suas ações é essencial para a saúde democrática de nossa sociedade.

No primeiro capítulo são exploradas as principais abordagens conceituais sobre ética, desde Aristóteles, Kant e Mill e suas implicações para o jornalismo contemporâneo, destacando a busca pela verdade, a responsabilidade social e a proteção da privacidade. Aborda, também, o papel da ética como compromisso com valores como transparência e respeito aos direitos humanos, fundamentados na Declaração Universal dos Direitos Humanos e no Código de Ética do Jornalista Brasileiro. Também discute o impacto da digitalização e do capitalismo de vigilância, ressaltando a importância de uma postura ética e consciente no uso de dados pessoais.

O capítulo dois explora o desenvolvimento do jornalismo de dados desde a década de 1960, destacando as contribuições de Phillip Meyer e a evolução tecnológica que permitiu o uso de grandes volumes de dados nas redações. Passa pela prática do jornalismo de dados, marcada pela coleta, análise e verificação de informações e os desafios éticos que ela trouxe. Por fim, aborda a digitalização e o capitalismo de vigilância como desafio para os jornalistas, que devem equilibrar o direito à informação com a proteção de dados pessoais, reforçando a importância do letramento em dados e da ética no uso dessas informações.

Já no terceiro capítulo, há uma discussão sobre os jogos, desde os mais tradicionais, até os jogos eletrônicos, destacando-os como fundamentais para a cultura humana, pois transcendem a mera diversão. Traz o histórico, desde as primeiras iniciativas no MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) até a popularização dos videogames domésticos, a partir dos quais a indústria se expande e ganha escala.

Assim considerado, o capítulo introduz o conceito de *serious games*, que trazem objetivos educacionais, profissionais e sociais, além do entretenimento, utilizando mecânicas lúdicas para atingir objetivos específicos, podendo ser utilizados em áreas como o jornalismo. Além disso, os diversos tipos de serious games são classificados de acordo com os estudos de Marciano (2020), sendo eles os *Advergames*, *Simulation Games*, *Health Games* e *Educational Games*, cada um com objetivos de aprendizagem diferentes.

O capítulo quatro aborda a capacidade dos jogos sérios em aliar conteúdo informativo com a dinâmica de jogos eletrônicos, transformando fatos jornalísticos em experiências que geram engajamento e envolvem as audiências. Os *newsgames* surgiram com maior notoriedade a partir do jogo *September 12th*, criado por Gonzalo Frasca em 2003, utilizando uma narrativa interativa para criticar a guerra do Iraque, demonstrando o potencial desses jogos para gerar conscientização social.

O capítulo aborda, também, as categorias as quais os *newsgames* são classificados, dando destaque para os *newsgames* de letramento, que é a proposta do trabalho e que tem como principal objetivo ilustrar aspectos essenciais da profissão. Um exemplo destacado é o "*Fact-check: o jogo*", desenvolvido na Universidade Federal do Paraná, no qual o jogador assume o papel de um estagiário encarregado de checar informações em uma agência de *fact-checking*.

Quanto aos procedimentos metodológicos, a pesquisa em questão configura-se como um estudo de natureza quali-quantitativa, que busca aprofundar a compreensão sobre o nível de conhecimento e as práticas jornalísticas referentes à privacidade de dados. Os dados foram coletados por meio de um questionário estruturado, direcionado a profissionais de jornalismo atuantes nos estados do Maranhão e Rio de Janeiro, com o objetivo de captar suas percepções e experiências. As informações coletadas foram submetidas a uma análise de conteúdo para identificação de padrões, temas recorrentes e compreensão das nuances relacionadas ao problema de pesquisa.

A análise de conteúdo seguiu a abordagem quali-quantitativa com o intuito de interpretar os significados das percepções dos jornalistas sobre o letramento em privacidade de dados. O corpus da análise foi composto pelas respostas dos 20

jornalistas participantes. O processo envolveu a definição de unidades de análise e codificação, seguida pela criação de categorias iniciais, intermediárias e finais, baseadas no referencial teórico e nos dados da pesquisa. A sistematização dessas informações permitiu correlacionar os achados com a literatura existente e fundamentar a proposta do *newsgame* de letramento.

Nesse contexto, adota-se também a abordagem do *Design Science Research* (DSR) como fundamento metodológico complementar, reforçando a natureza aplicada do estudo, centrada na criação de uma solução inovadora, o *newsgame* de letramento, desenvolvida com base em evidências empíricas e orientada por fundamentos teóricos sólidos.

2 ÉTICA DA INFORMAÇÃO

A ética é um campo de estudo que busca compreender o comportamento humano em termos de certo e errado, bem e mal, justiça e injustiça. Trata-se de uma área fundamental da Filosofia, que remonta às reflexões de grandes pensadores da Grécia Antiga. Os conceitos éticos foram amplamente debatidos pelos filósofos, e sua relevância permanece até os dias de hoje, abrangendo questões que envolvem a moralidade, a liberdade, a responsabilidade e as normas que orientam as ações humanas. Um dos pensadores mais influentes nesse campo é Aristóteles (1973) que, em sua obra *Ética a Nicômaco*, trata da ética como a ciência que estuda o caráter humano, ou seja, as disposições morais que orientam o comportamento dos indivíduos, e a busca pela felicidade, que é a finalidade última da vida humana. Em sua obra, o autor destaca:

Admite-se geralmente que toda arte e toda investigação, assim como toda ação e toda escolha, têm em mira um bem qualquer; e por isso foi dito, com muito acerto, que o bem é aquilo a que todas as coisas tendem. Mas observa-se entre os fins uma certa diferença: alguns são atividades, outros são produtos distintos das atividades que os produzem. Onde existem fins distintos das ações, são eles por natureza mais excelentes do que estas (Aristóteles, 1991, p.5).

Aristóteles (1973) propõe que a felicidade não é algo externo ou material, mas sim o resultado de uma vida vivida com virtude, em harmonia com a razão e com a prática do bem. Para o filósofo, a verdadeira felicidade é alcançada quando o ser humano pratica as virtudes de forma equilibrada, sem excessos nem faltas, numa busca constante pelo “meio-termo” entre os extremos.

Ele também defende que a sabedoria prática, a *phronesis*, é essencial para o homem agir de maneira ética, pois é através dela que se adquire a capacidade de tomar decisões racionais e acertadas nas mais variadas situações da vida cotidiana. Assim, a ética aristotélica não se limita a um conjunto de normas fixas, mas propõe uma reflexão constante sobre como agir de maneira justa e virtuosa em cada contexto, tendo em vista o bem-estar tanto individual quanto coletivo. Marilena Chauí (2002, p. 442), destaca que essa felicidade buscada é:

[...] a vida plenamente realizada em sua excelência máxima. Por isso não é alcançável imediata nem definitivamente, mas é um exercício cotidiano que a alma realiza durante toda a vida. A felicidade é, pois, a atualização das potências da alma humana de acordo com sua excelência mais completa, a racionalidade.

No entanto, as transformações socioculturais e as complexidades éticas contemporâneas levantam questões sobre a adequação do modelo aristotélico para lidar com dilemas mais atuais. Para Alasdair MacIntyre (1999), os conceitos de Aristóteles precisam ser revisados para se ajustarem às exigências de um mundo com valores cada vez mais conflitantes, pois na sociedade contemporânea o sentido de bem comum se perdeu e as concepções de moralidade se tornaram mais diversas. Para o autor (1998), a ética aristotélica reduz a moralidade a um conjunto de regras universais e deve ser compreendida dentro de um contexto comunitário e histórico, em que as virtudes são cultivadas:

A moralidade contemporânea é, na verdade, um simulacro de moralidade, uma coleção de fragmentos de moralidades passadas que não formam mais um todo coerente; perdemos toda a possibilidade conceitual de formular critérios morais de modo integrado e objetivo, isto é, uma concepção unificadora e ordenadora do espaço da moralidade que a tornava inteligível (Carvalho, 2001, p.39).

Já Immanuel Kant (2011) propôs uma abordagem ética que se distancia da moralidade aristotélica ao sustentar que a ética não deve depender de virtudes ou das consequências das ações, mas sim de princípios universais que a razão humana pode reconhecer como moralmente obrigatórios. Para Kant, a moralidade é fundamentada no imperativo categórico, que afirma que uma ação deve ser moralmente correta por si mesma, independentemente dos resultados que possa gerar. O autor defende que as ações devem ser avaliadas segundo sua capacidade de ser generalizadas sem contradição, como se fossem leis universais aplicáveis a todos os seres racionais.

Kant (2011) enfatiza que agir eticamente significa agir por dever, movido por uma motivação que está centrada na realização do bem comum, e não em benefícios pessoais ou interesses egoístas. Para ele, o único princípio que pode servir como fundamento moral é o dever, e não as inclinações ou sentimentos

pessoais: "Neste mundo, e até também fora dele, nada é possível pensar que possa ser considerado como bom sem limitação a não ser uma só coisa: uma boa vontade" (Kant, 2011, p. 21). Para Kant, a moralidade reside na intenção por trás da ação, sendo esta determinada pela razão prática e não pelas consequências do ato.

John Stuart Mill (2000), por outro lado, apresentou uma abordagem ética conhecida como utilitarismo, que se baseia no princípio de que a ação moralmente correta é aquela que maximiza o bem estar ou a felicidade do maior número de pessoas. Para Mill, ao contrário de Kant, que enfatiza a moralidade baseada no dever e nos princípios universais, a moralidade de uma ação deve ser determinada pelas suas consequências. Em sua concepção, as ações devem ser avaliadas em termos do quanto elas contribuem para a felicidade geral, sendo boas, quando produzem benefícios coletivos, e más, quando tendem a gerar sofrimento.

Entre salvar um parente próximo de um incêndio e salvar quatro estranhos, dado que salvar quatro estranhos maximiza a felicidade, o padrão moral utilitarista defende que o certo é salvar os quatro estranhos ao invés de um parente próximo. Dado que, por exemplo, num acidente inevitável, a única forma de salvar a vida de todos os passageiros de um ônibus seria o auto-sacrifício do motorista, o utilitarismo defende então que, pelo menos em princípio, o correto é o auto-sacrifício do motorista. (Gan, 2015, p. 10).

O princípio utilitarista, conforme desenvolvido por Mill, busca a maximização da felicidade, entendida como o aumento do prazer e a diminuição da dor. Para ele, o utilitarismo é a forma mais racional de entender a moralidade, pois ele propõe um critério objetivo e mensurável para avaliar as ações humanas. Mill (2000) rejeita a ideia de que os seres humanos possam ser guiados por padrões absolutos e imutáveis de moralidade, como sugere a ética kantiana. Ele argumenta que as circunstâncias e as consequências das ações devem ser levadas em consideração ao tomar decisões éticas e, portanto, um ato moralmente aceitável em uma situação pode ser inadequado em outra, dependendo dos resultados que ele produzirá.

Outra visão utilitarista para a ética é a de Cláudio Costa (2002), que propõe uma abordagem distintiva dentro da tradição utilitarista, focando na adoção de regras que, quando seguidas, geram um benefício coletivo para a sociedade. Costa defende que "a ação moralmente correta é a que segue uma regra cuja adoção produz um bem maior para a sociedade que adota o sistema de regras à qual ela

pertence" (Costa, 2002, p. 45). Nesse sentido, o autor desloca o foco da moralidade da análise individual dos efeitos de cada ação para a consideração dos efeitos gerais que uma regra moral pode ter sobre a sociedade como um todo, enfatizando a importância de um sistema de regras que, se seguidas por todos, gerariam o maior bem social possível.

As diferentes definições de ética propostas por Aristóteles, Kant e Mill têm implicações diretas no campo do jornalismo e da comunicação, nos quais a busca pela virtude Aristotélica se reflete na prática da veracidade e na integridade das informações transmitidas. A ética Kantiana, com seu foco em princípios universais, sugere que os jornalistas devem agir com imparcialidade e justiça, priorizando o dever de informar de maneira correta. Já a perspectiva utilitarista de Mill e Cláudio Costa destaca a responsabilidade dos jornalistas em considerar o impacto de suas reportagens no bem estar social, promovendo o bem geral com base no interesse público. Essas abordagens fornecem um quadro teórico para início do debate a respeito do comportamento ético dos profissionais de jornalismo.

Dessa forma, é necessário entender o que norteia o jornalismo e o que os profissionais devem buscar. Segundo Kovach e Rosenstiel (2013), a busca pela verdade no jornalismo não é apenas uma meta, mas uma obrigação central:

A primeira obrigação do jornalismo é a verdade. Esta verdade, contudo, não é uma verdade filosófica ou absoluta, mas a verdade prática, necessária ao cidadão para tomar decisões informadas. Para alcançar essa verdade, o jornalista deve passar por um rigoroso processo de verificação, um procedimento sistemático que envolve confirmar a exatidão das informações e a fidelidade dos fatos apresentados (Kovach; Rosenstiel, 2013, p. 49).

Reforçando, também, que esse processo de verificação dos fatos é o que diferencia o jornalismo das outras fontes de comunicação, assegurando sua confiabilidade e importância na sociedade.

Kovach e Rosenstiel (2013) debatem que a ética no jornalismo não é apenas um conjunto de regras, mas um compromisso com valores que garantem a integridade do trabalho jornalístico. Valores esses que incluem transparência, independência, responsabilidade e a busca incessante pela verdade, sendo esses

princípios fundamentais para a prática jornalística e para a manutenção da confiança do público nos meios de comunicação.

A transparência, para Kovach e Rosenstiel (2013), implica que os jornalistas devem ser transparentes e compreensíveis sobre suas fontes e processos de apuração, permitindo que o público entenda como as informações foram coletadas e tratadas. Valor este que é essencial para construir e manter a confiança do público. Já a independência, exige que os jornalistas mantenham distância de pressões externas, sejam elas políticas, comerciais ou de qualquer outra natureza, para que possam reportar os fatos de maneira imparcial e sem favorecer qualquer grupo ou causa em particular.

Outro valor é a responsabilidade, que no jornalismo refere-se à obrigação de prestar contas pelas informações que são publicadas, garantindo que as reportagens sejam baseadas em fatos verificados e que as fontes sejam confiáveis. A responsabilidade também envolve o reconhecimento dos erros cometidos e a disposição para corrigi-los quando necessário. Por último, a busca incessante pela verdade, que é o valor central da prática jornalística, pois deve ter como objetivo fornecer uma representação fiel e precisa da realidade, abordando as questões de forma honesta e sem distorções.

A busca incessante pela verdade, como defendido por Kovach e Rosenstiel (2013), está alicerçada em direitos fundamentais e condutas que garantem a prática do jornalismo de forma ética e responsável. Estes direitos são essenciais não apenas para a liberdade de expressão dos jornalistas, mas também para a preservação da liberdade de imprensa e da autonomia das investigações jornalísticas. Um marco fundamental nesse contexto é a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), adotada pela Assembleia Geral das Nações Unidas, que estabeleceu princípios básicos para a proteção dos direitos individuais em todo o mundo. Entre seus artigos, destacam-se aqueles que garantem a liberdade de expressão e o direito à privacidade, que são cruciais para os jornalistas, pois asseguram a liberdade de informar e a proteção contra invasões indevidas na vida privada dos indivíduos.

O Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos afirma que "todo indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão" (ONU, 1948). Este direito é a base da liberdade de imprensa e desempenha um papel central no trabalho jornalístico, permitindo que os jornalistas investiguem, reportem e compartilhem informações sem o medo de censura ou repressão. Ele garante que os meios de comunicação possam atuar como um poder independente, essencial para o controle e a fiscalização das instituições governamentais e outras organizações, assegurando que a verdade seja trazida à luz, sem restrições arbitrárias.

No entanto, como destaca a própria Declaração, essa liberdade de expressão não é absoluta e vem acompanhada de responsabilidades. A prática jornalística deve respeitar outros direitos igualmente fundamentais, como o direito à privacidade e à dignidade humana. A liberdade de informar e opinar deve ser exercida de maneira equilibrada, evitando a disseminação de informações que possam causar danos irreparáveis à vida pessoal, à honra ou à reputação de indivíduos, ou que envolvam distorções e abusos que atinjam a dignidade de qualquer pessoa.

Portanto, embora o Artigo 19 assegure que os jornalistas podem atuar sem medo de represálias ou censura, ele também exige que a liberdade de expressão seja exercida com responsabilidade, de modo a preservar o equilíbrio entre o direito de informar e o respeito pelos direitos e liberdades de outros indivíduos. Este equilíbrio é vital para garantir que o trabalho jornalístico contribua para o bem comum, sem prejudicar injustamente aqueles que são alvo de reportagens ou investigações.

Já o Artigo 12 afirma que "ninguém será sujeito a interferências arbitrárias em sua vida privada, sua família, seu domicílio ou sua correspondência, nem a ataques à sua honra e à sua reputação" (ONU, 1948). No contexto do jornalismo, essa proteção é essencial para garantir que a coleta, o tratamento e a divulgação de informações pessoais respeitem os direitos dos indivíduos, especialmente quando se trata de dados sensíveis.

Na era digital, o Artigo 12 adquire uma relevância ainda maior, pois a coleta de dados pessoais se tornou uma prática comum, muitas vezes realizada sem o

consentimento explícito dos envolvidos. Os jornalistas e meios de comunicação devem, portanto, exercer um alto grau de responsabilidade ao lidar com informações pessoais, adotando práticas que assegurem a proteção da privacidade, evitando vazamentos ou o uso indevido de dados. A crescente presença de tecnologias digitais e redes sociais, onde a informação circula rapidamente, exige que o jornalismo também se adapte para proteger os indivíduos contra a exposição não autorizada, respeitando as limitações legais e éticas quanto ao uso de dados pessoais.

Além disso, a responsabilidade ética dos jornalistas vai além de evitar a invasão da privacidade, ela também envolve um compromisso com a justiça e a veracidade, assegurando que as informações divulgadas sejam precisas e não prejudiquem a dignidade ou a honra de ninguém de forma injustificada.

Outro documento fundamental que estabelece princípios e normas para guiar a prática jornalística no Brasil é o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, adotado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Esse código reforça a responsabilidade social do jornalismo, destacando a função essencial da profissão na construção de uma sociedade democrática, informada e plural. O Código de Ética enfatiza a necessidade de respeitar os direitos fundamentais dos cidadãos, como o direito à privacidade, à honra, e à dignidade humana, elementos que também estão alinhados com os princípios consagrados pela Declaração Universal dos Direitos Humanos.

O Código de Ética do Jornalista Brasileiro (FENAJ, 2019) estabelece normas claras para garantir que os jornalistas atuem com transparência e responsabilidade em suas práticas profissionais, destacando a importância de não comprometer a dignidade e a integridade dos indivíduos sobre os quais reportam. Esse compromisso ético é fundamental para assegurar que os jornalistas cumpram sua função social de informar de maneira justa e equilibrada, respeitando os direitos e a privacidade dos cidadãos. O código é enfático ao afirmar que a privacidade deve ser protegida, especialmente quando dados pessoais são utilizados nas reportagens, com o objetivo de evitar abusos e garantir que a exposição de informações não prejudique a reputação ou a vida privada das pessoas.

Outro ponto fundamental abordado no Código de Ética do Jornalista Brasileiro (FENAJ, 2019) é a responsabilidade social do jornalismo, que deve ser pautado pelo compromisso com o interesse público. O jornalismo não deve apenas informar, mas também atuar como um guardião dos direitos humanos, promovendo a dignidade e o respeito aos direitos fundamentais de todos os cidadãos. Isso implica, entre outras coisas, em uma abordagem ética no uso de dados pessoais, que devem ser tratados com o máximo cuidado e responsabilidade. O código destaca que, ao utilizar dados pessoais em reportagens, os jornalistas devem garantir que haja o consentimento explícito dos envolvidos e que a privacidade dos indivíduos seja rigorosamente respeitada.

Dessa forma, pode ser observado que a privacidade de dados é um direito humano fundamental, de acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 1948) e conforme afirma Richards e King (2014), não é somente uma questão de proteção de dados, envolve também a autonomia individual e dignidade humana. Os jornalistas devem ser conscientes das implicações éticas do uso de dados e buscar equilibrar a necessidade de informar com a obrigação de proteger a dignidade das pessoas.

A intersecção entre a ética jornalística e a privacidade de dados ganha uma relevância ainda maior no contexto atual de crescente digitalização e coleta massiva de informações. De acordo com Zuboff (2021), estamos vivendo na era do capitalismo de vigilância, em que os dados pessoais são transformados em mercadorias, utilizados para moldar comportamentos e influenciar decisões. Esse processo ocorre de maneira muitas vezes oculta, sem o conhecimento ou consentimento explícito dos indivíduos, o que eleva as questões de privacidade e autonomia a uma discussão central no campo da ética. Nesse cenário, a postura do jornalista deve ser crítica e consciente em relação ao uso de dados, tratando-o não apenas como uma ferramenta técnica, mas como uma questão ética profundamente ligada à sua responsabilidade profissional.

O jornalismo, enquanto guardião da verdade e da informação pública, deve estar atento às implicações do uso de dados, reconhecendo que a coleta e o tratamento de informações pessoais podem afetar diretamente os direitos e a

liberdade dos indivíduos. A conscientização sobre o impacto da coleta de dados deve ser central na prática jornalística, o que envolve uma postura proativa em relação à proteção da privacidade e à promoção de uma cultura de responsabilidade. O jornalista, ao lidar com dados, deve buscar sempre o equilíbrio entre o direito à informação e o respeito aos direitos dos indivíduos, garantindo que a transparência, a ética e a justiça sejam princípios norteadores de suas ações.

obrigatória até 1880). Havia também a diferenciação de meninos e meninas, além do total de alunos. Foram detalhados os gastos por tipo de estabelecimento, se eram escolas da Igreja Anglicana ou não. A reportagem do *The Guardian* (1821) revelou que, diferentemente do que os 8 mil alunos com educação gratuitas apresentados pelos clérigos como números oficiais, haviam na verdade quase 25 mil crianças recebendo esse tipo de ensino.

Porém, o conceito de jornalismo de dados passou a ser mais difundido à partir da década de 1960, quando Meyer (1973) utilizou métodos quantitativos e a análise de dados, além de ferramentas de sociologia para estudar o comportamento eleitoral no contexto das eleições dos Estados Unidos, após realizar um curso na Universidade de Harvard, sobre métodos empíricos de investigação social. No ano de 1967, em Detroit, cidade que passava por constantes conflitos sociais, um fato que resultou em 43 mortes, cerca de 7 mil pessoas feridas e muita destruição nos bairros levantou dúvidas da imprensa, noticiando que o acontecimento foi causado por baderneiros e imigrantes das camadas sociais mais excluídas.

Segundo Rosegrant (2011), Phillip Meyer, ao perceber a abordagem tendenciosa dos jornalistas, solicitou ao *Detroit Free Press*, grupo para o qual trabalhava, a participação na cobertura dos acontecimentos na cidade. Ao chegar lá, recrutou 30 entrevistadores e iniciou a aplicação de questionários com os moradores das áreas conflitantes, com o objetivo de realizar a identificação das pessoas que participaram ou foram vítimas dos ataques e quais suas tendências políticas.

Após um mês de pesquisa, o levantamento quantitativo revelou que os motins nada tinham a ver com as condições econômicas nem estavam relacionados com a origem das pessoas, mas sim que o comportamento dos eleitores era moldado por fatores sociais complexos, como a brutalidade policial e más condições de habitação. As contribuições de Meyer (1973) abriram caminho para uma prática de jornalismo com precisão semelhante a das ciências, utilizando dados para ir além da simples coleta de informações, trabalhando com hipóteses e testes empíricos.

A tradição de que o mundo do conhecimento é povoado por dois tipos diferentes de pessoas - aquelas que leem e aquelas que contam - está decaindo rapidamente. Cada vez mais, são necessárias duas habilidades para se dar bem, e não apenas no mundo acadêmico. Os formuladores de

políticas públicas estão aprendendo a contar e medir, ou pelo menos a trabalhar com pessoas que o fazem. Essa tendência significa que aqueles de nós que optaram por habilidades verbais adotando o jornalismo têm que se atualizar. O primeiro passo para recuperar o atraso é livrar-se do nosso medo natural dos números. E a maneira mais fácil de fazer é obter uma régua de cálculo de dez centavos ou uma calculadora de bolso (Meyer, 1973, p.64. Tradução livre).¹

Conforme defendido por Meyer (1973), o movimento de utilização de dados toma ainda mais importância e robustez a partir da década de 1980, quando a sociedade americana passou a utilizar computadores em diversos setores, como escolas, governos e negócios. Essa revolução tecnológica não ficou restrita a esses campos e impactou também as redações dos jornais. Com a introdução dos computadores, novas possibilidades começaram a surgir para os jornalistas, permitindo que eles manipulassem e analisassem grandes volumes de dados de maneira mais eficiente. O uso de ferramentas digitais se expandiu, promovendo transformações no cotidiano das redações.

Houston (2015) define essa fase como crucial para o desenvolvimento do jornalismo de dados. Durante esse período, os profissionais passaram a utilizar programas de computador, como o Excel, para cruzar informações obtidas em investigações. Esse avanço tecnológico reforçou a ideia de que o jornalismo de dados não era apenas uma técnica, mas sim uma extensão do trabalho investigativo tradicional. Ao adotar essas ferramentas, os jornalistas passaram a contar com recursos mais eficazes para examinar e apresentar dados, o que fortaleceu a credibilidade e profundidade de suas reportagens.

Um jornalista que sabe usar uma planilha ou gerenciador de banco de dados tem a liberdade de explorar minuciosamente as informações, reexaminá-las e reconsiderar o que elas significam em relação a entrevistas e observações no campo. O jornalista pode eliminar o viés das informações e se aproximar da verdade. Um jornalista pode não ser um estatístico, mas

¹ Original: *The tradition that the world of knowledge is populated by two different kinds of people – those who read and those who count – is swiftly decaying. Increasingly, it takes both skills to get along, and not just in the academic world. Public policy makers are learning to count and measure, or, at least, to work with people who do. This trend means that those of us who opted for verbal skills by taking up journalism have some catching up to do. The first step in catching up is to get rid of our natural fear of numbers. And the easiest way to do it is to get yourself a dime-store slide rule or a pocket calculator.*

um bom jornalista sabe o suficiente sobre estatísticas para perceber o quão fácil é manipulá-las ou distorcê-las (Houston, 2015, tradução nossa).²

No entanto, de acordo com Veglis e Bratsas (2018), a verdadeira explosão do jornalismo de dados ocorreu a partir da década de 2000, quando o avanço das tecnologias digitais transformou a capacidade dos jornalistas de coletar, armazenar e analisar informações em larga escala. Com o surgimento de ferramentas mais sofisticadas e o acesso a grandes bases de dados públicas e privadas, jornalistas passaram a identificar padrões e a construir narrativas baseadas em dados antes inacessíveis ao público. Essa evolução permitiu que o jornalismo fosse além da interpretação individual de eventos, possibilitando investigações mais profundas e ricas em detalhes, fortalecendo a análise crítica e a transparência em um mundo cada vez mais moldado pela informação digital.

O jornalismo de dados também se relaciona intimamente com a ideia de transparência e verificação de fatos, princípios fundamentais do jornalismo tradicional, como descrito por Kovach e Rosenstiel (2013) na busca pela verdade. A diferença, no entanto, está na amplitude e profundidade de dados que agora podem ser usados para reforçar ou contradizer narrativas. Dados de fontes públicas, como os portais de transparência governamentais, ou mesmo dados privados, se coletados de forma ética³, ampliam as possibilidades de investigação e de verificação, trazendo o jornalista para um papel não apenas de contador de histórias, mas também de analista de dados, conferindo-lhe uma responsabilidade adicional na forma como esses dados são coletados, interpretados e compartilhados.

Um ponto central no debate sobre jornalismo de dados, como destacado por Mancini e Vasconcellos (2016), é a distinção entre jornalismo com dados e jornalismo de dados. O jornalismo com dados utiliza informações quantitativas de

² Original: *A journalist who can use a spreadsheet or database manager is free to thoroughly explore information, reexamine it, and reconsider what it means in relation to interviews and observations in the field. The journalist can take the spin off the information and get closer to the truth. A journalist may not be a statistician, but a good journalist knows enough about statistics to know how easy it is to manipulate them or lie with them.*

³Para este trabalho, entende-se que o dado coletado de forma ética é aquele obtido com o consentimento informado do indivíduo ou grupo ao qual se refere, respeitando as legislações vigentes, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil e garantindo que a privacidade e os direitos dos envolvidos sejam preservados.

forma complementar, muitas vezes ilustrando ou embasando partes específicas de uma narrativa já estabelecida. Nesse tipo de abordagem, os dados funcionam como um suporte, mas não são o foco principal. Por outro lado, o jornalismo de dados tem nos próprios dados a base para a construção da narrativa, formando o núcleo da pauta, orientando o desenvolvimento da história e permitindo que os jornalistas revelem tendências e padrões que não seriam perceptíveis de outra forma. Essa diferenciação é essencial para compreender os diferentes níveis de envolvimento e profundidade que o uso de dados pode proporcionar à reportagem.

Mancini e Vasconcellos (2016) propõem uma matriz de classificação para definir o papel que os dados desempenham na produção jornalística. Na Figura 2, a matriz ilustra os níveis de complexidade e centralidade dos dados na reportagem. Segundo essa escala, reportagens classificadas nos níveis 1 e 2 são consideradas como jornalismo de dados, uma vez que dependem de processos de extração, cruzamento e análise de dados para que a história seja contada. Essa extração e cruzamento vão além de uma simples consulta a bases de dados, demandam uma análise profunda e a aplicação de técnicas complexas de interpretação, que podem envolver estatísticas avançadas, programação e visualização de dados.

Figura 2 - Matriz de classificação do Jornalismo de Dados.

Categorias X Níveis de JD		Busca e/ou Elaboração própria dos dados (criação da base)	Estrutura da base (séries temporais, categorias <i>rankings</i> , tabelas)	Visualização dos dados (infografia)	Interpretação dos dados (texto)
Jornalismo Com Dados → De Dados	Nível 1	☐	☐	☐	☐
	Nível 2	☐	☐	☐	
	Nível 3			☐	☐
	Nível 4			☐	
	Nível 5				

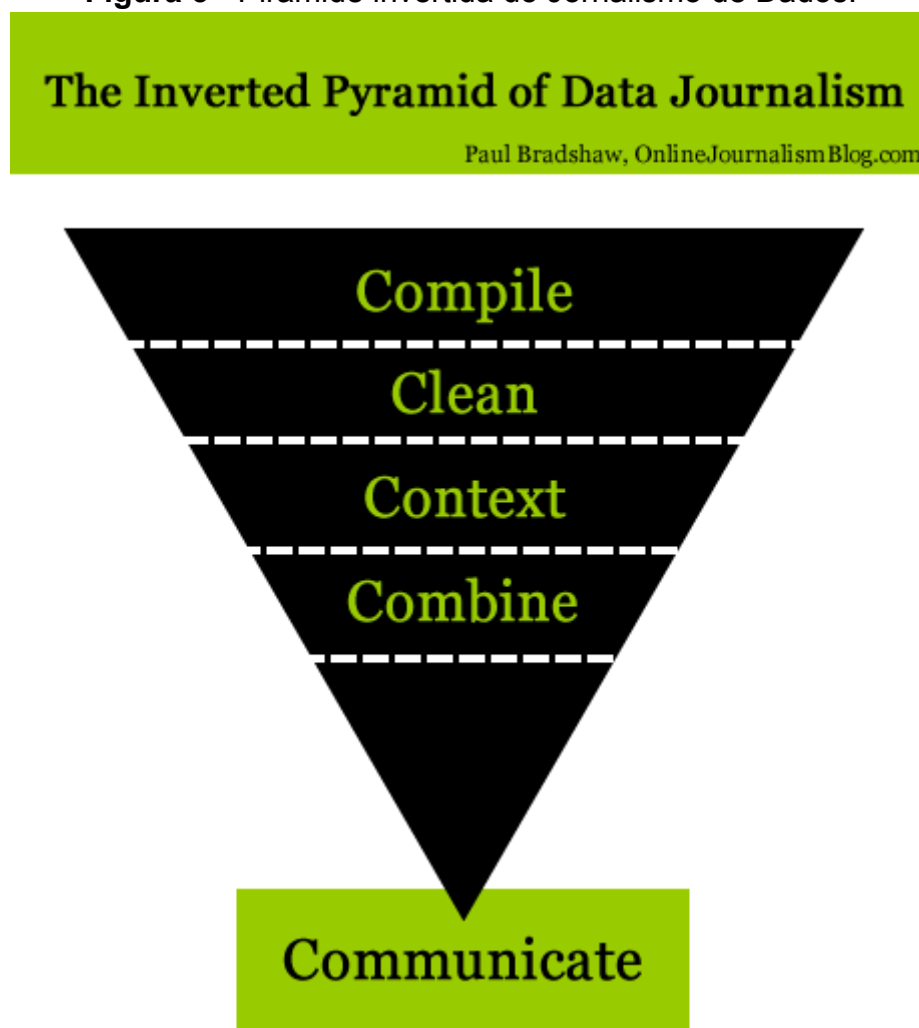
Fonte: Mancini e Vasconcellos (2016).

O que torna essa classificação ainda mais relevante é que, embora ambas as abordagens exijam trabalho com dados, elas demandam níveis distintos de competência por parte das equipes envolvidas. É necessário que os jornalistas possuam conhecimento em estatística, programação e visualização de dados para interpretar corretamente as informações coletadas e, ainda mais importante, para contextualizar e comunicar esses dados ao público de maneira precisa. Além disso, a prática do jornalismo de dados deve considerar as questões éticas e legais que envolvem o uso dessas informações, destacando a necessidade de que as equipes jornalísticas sejam treinadas não apenas em habilidades técnicas, mas também em normas éticas e em legislação de privacidade.

A relação entre jornalismo de dados e privacidade é particularmente problemática no contexto da era digital. No jornalismo tradicional, as questões de privacidade estavam, em grande parte, limitadas a não expor indevidamente informações pessoais sensíveis nas reportagens. No entanto, com o advento de grandes bases de dados, muitas vezes contendo informações altamente pessoais e identificáveis, surge um novo conjunto de preocupações (Diakopoulos, 2019). Dessa forma, o jornalista de dados deve procurar equilibrar o direito à informação do público com o direito à privacidade dos indivíduos.

Bradshaw (2023) argumenta que a formação de jornalistas em ferramentas e técnicas de análise de dados deve ser acompanhada de um robusto treinamento em ética de dados, garantindo que os profissionais saibam como utilizar os dados de forma responsável. Bradshaw (2011) propõe uma pirâmide invertida do jornalismo de dados, seguindo a lógica do jornalismo tradicional, que tenta responder à pergunta "porquê?" ou "como?" ao apurar os fatos; o jornalismo de dados segue uma lógica inversa, procurando primeiro compilar, limpar, contextualizar e combinar os dados para depois iniciar o processo de respostas para as perguntas realizadas. A Figura 3 ilustra a pirâmide invertida proposta pelo autor:

Figura 3 - Pirâmide invertida do Jornalismo de Dados.



Fonte: Bradshaw (2011).

Nesse contexto, a necessidade de letramento em dados se torna evidente, visto que é preciso ter cautela ao utilizar bancos de dados no jornalismo. Assim como o letramento midiático é fundamental para a prática jornalística contemporânea, também é essencial a capacidade de interpretar, analisar e comunicar informações derivadas de dados. Esse letramento deve envolver a compreensão das implicações éticas do uso de dados, bem como das ferramentas tecnológicas que estão disponíveis para coletar e processar essas informações.

4 GAMES E SERIOUS GAMES

Uma pesquisa realizada pela *Global WebIndex* (2020), que analisa dados digitais e hábitos de consumo, estudou as tendências de uso das mídias sociais, constatando que estas passaram a ditar as tendências dos nossos hábitos digitais. Com a pandemia de COVID-19 o estudo mostrou que as redes sociais não só se tornaram a principal fonte de notícias e atualidades como expandiram em larga escala o entretenimento.

A evolução do jornalismo na era digital não só ampliou o acesso à informação como também diversificou a forma pelas quais elas são consumidas, influenciadas não apenas pelas novas tecnologias, mas também com a integração delas no nosso dia a dia. Não basta ter um tablet, celular ou computador para consumir conteúdos. A forma como ele é veiculado também influencia na audiência.

Nesse contexto, Jenkins (2009) em sua obra *Cultura da Convergência*, define esse fenômeno como convergência midiática, em que o fluxo de conteúdos passam a serem feitos com a participação ativa dos consumidores, por meio de múltiplas plataformas midiáticas, em que são encorajados a buscar, selecionar e conectar informações e conteúdos numerosos e que estão cada vez mais dispersos no ambiente digital.

Esse movimento discutido por Jenkins não se limita ao jornalismo, mas também impacta outros campos da comunicação e tangencia a educação. Esta que, se pensada como um fenômeno social, de acordo com Mizukami (1986), não é um fenômeno acabado e sim em permanente transformação, de acordo com o contexto e momento histórico em que é pensada e por isso também deve ser vista em um contexto hipermidiatizado.

A adoção de recursos midiáticos como ferramentas educativas está transformando o ensino. A educação a distância, mais conhecida como EaD, por exemplo, tem seus primeiros relatos no Brasil no ano de 1904, de acordo com Alves (2009), quando surgiram as primeiras Escolas Internacionais, com o oferecimento de cursos à distância, por meio de correspondências. A partir daí, evoluíram para programas de rádio, com caráter de educação popular. O ensino passou também pela televisão, com a determinação do Código Brasileiro de Telecomunicações,

criado em 1967, obrigando a transmissão de programas educativos pelas emissoras. Com a chegada dos computadores no Brasil, em meados de 1970, principalmente nas universidades e a partir daí a sua disseminação junto com a internet a partir dos anos 90, a educação tem se transformado e adotado os mais diferentes formatos para atender a todos os públicos.

Seguindo as tendências de Jenkins (2009), o entretenimento também tem passado por diversas transformações. Se antes a experiência de se divertir era mais analógica e estava ligada a hábitos como ler livros, ouvir rádio ou encontrar os amigos, a era digital trouxe a necessidade de participação ativa e hiperconectada. Um exemplo disso são os jogos, que segundo Huizinga (2019), se destacam por oferecerem experiências imersivas que envolvem desafios, regras e objetivos específicos, atraindo atenção e se tornando relevantes dentro do cenário tecnológico atual.

Em sua obra *Homo Ludens*, Huizinga (2019) defende que o jogo é um elemento fundamental na construção da cultura humana, por anteceder a influência de diversas práticas sociais como a arte, a política e a comunicação, enxergando o jogo como mais que diversão, sendo natural de cada ser vivo e que ele está presente em toda parte, trazendo o jogo como algo mais velho que a própria noção de cultura, uma vez que esse conceito pressupõe a existência de um grupo de pessoas vivendo em sociedade. O autor vê o jogo como um espaço de experimentação, com regras, narrativas e desafios que criam um ambiente de aprendizado e engajamento. O autor enfatiza:

(...) o jogo é mais do que um fenômeno fisiológico ou um reflexo psicológico. Ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica. É uma função significativa, isto é, encerra um determinado sentido. No jogo existe alguma coisa “em jogo” que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação. Todo jogo significa alguma coisa. Se denominarmos o princípio ativo do jogo, aquilo que lhe confere essência, de “espírito” ou “vontade”, diremos muito; se denominarmos “instinto”, nada expressarmos. (Huizinga, 2019, p. 21)

Gularte (2010) destaca que cada jogo possui características próprias e um conjunto específico de mecânicas, conhecidas como jogabilidade. Para que um

jogador tenha um desempenho eficiente, é essencial compreender e dominar técnicas, regras e comandos disponíveis para que a execução se torne viável.

Em suma, definir uma atividade como jogo depende inicialmente da capacidade de entendimento do homem em atribuir para si o papel de jogador, aceitando suas regras e tirando o proveito que for desta atividade. Em segundo lugar, depende também da interpretação dos espectadores em entender do que aquela atividade se trata, e despertar algum tipo de curiosidade ou entendimento. Somente a partir deste entendimento múltiplo, é que se poderá representar a estrutura sistemática de um jogo (Gularte, 2010, p. 18).

Embora os jogos sejam uma manifestação cultural presente desde os primórdios da civilização, sua forma e estrutura se transformaram com o avanço da tecnologia. De forma tradicional, os jogos envolvem regras, desafios e interação entre jogadores em um ambiente físico simbólico, como tabuleiros, cartas e esportes. Já os jogos eletrônicos diferem ao incorporar sistemas computacionais que processam interações em tempo real, oferecendo experiências imersivas e dinâmicas por meio de interfaces digitais (Salen; Zimmerman, 2012).

De acordo com Marciano (2016), as primeiras tentativas de criação de jogos eletrônicos aconteceram no Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), em 1962, com o jogo *Spacewar*. Liderada por Steve Russel, uma equipe criou o jogo com o objetivo de demonstrar o que o novo computador PDTI era capaz de fazer. O autor relata:

O game era simples, mas proporcionou muitas horas de jogatinas e até um campeonato dentro da instituição. De joystick na mão o jogador controlava uma pequena nave pixelada e deveria sobreviver o máximo de tempo possível, atirando contra os inimigos enquanto era atraído para o centro da tela por uma estrela (Marciano, 2016, p. 27).

O *Spacewar* foi desenvolvido e tratado como algo que jamais seria comercializado, pois não geraria demanda. Por isso, cópias foram disponibilizadas para quem se interessasse, de forma gratuita. Porém, o jogo se popularizou e despertou interesse de jovens programadores pelos Estados Unidos e do público em geral, que o viram como uma nova forma de diversão (Herz, 1997). O jogo abriu

caminhos para novas possibilidades da tecnologia e da utilização de elementos e capacidades técnicas dos programadores para evolução.

A partir da popularização dos televisores, Ralph Baer, engenheiro alemão, criou em 1969 o Magnavox Odyssey, datado como o primeiro videogame doméstico. A Atari, primeira empresa de fabricação de consoles domésticos, foi criada em 1972 e se popularizou em 1977, com o Atari VCS (Video Computer System) e posteriormente o Atari 2600 (Marciano, 2016).

Com o passar do tempo, avanço da tecnologia e popularização da internet, os jogos foram disseminados e passaram a ocupar muitas esferas, em todos os tipos de aparelhos, como computadores, celulares e consoles domésticos, transformando o relacionamento de jovens e adultos com o entretenimento.

Isso pode ser observado pelo crescimento do setor de jogos eletrônicos no Brasil, que reflete essa transformação no entretenimento e na forma como as pessoas interagem com conteúdos digitais. Mundialmente, o setor de jogos eletrônicos já movimenta 200 bilhões de dólares, se tornando maior que o cinema e a indústria fonográfica⁴. De acordo com os dados da Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Digitais (Abragames), o Brasil registrou em 2024 um crescimento de 695% em uma década no número de estúdios desenvolvedores de games ⁵. Além disso, a perspectiva é que o número de pessoas trabalhando na área da economia criativa, onde os games estão inseridos, continue crescendo.

Ainda que o mercado de games seja focado no entretenimento, visto a grande expansão e consolidação dessa indústria, essa é uma perspectiva que limita a sua utilização em diversas áreas da sociedade. Pensar em jogos apenas como um passatempo trivial pode desconsiderar o potencial em outras áreas, como no desenvolvimento de novas habilidades, treinamento, educação (política, social ou acadêmica). De acordo com os estudos de Gee (2008), os jogos eletrônicos podem,

⁴ Matéria disponível em:

<<https://www.cartacapital.com.br/tecnologia/setor-de-games-no-brasil-movimenta-r-13-bilhoes-por-ano-mas-ainda-sem-uma-politica-nacional-adequada/>>

Acesso em 02 de fevereiro de 2025.

⁵ Matéria disponível em:

<<https://veja.abril.com.br/economia/industria-de-games-no-brasil-cresceu-sete-vezes-em-dez-anos>>

Acesso em 02 de fevereiro de 2025.

além de ensinar conteúdos, promover outras aprendizagens necessárias à vida contemporânea.

A categoria de jogos que vão além do entretenimento, incorporando objetivos educacionais, profissionais e sociais é conhecida como *serious games*, ou jogos sérios, focados em retratar conteúdos por meio de mecânicas lúdicas para atingir objetivos direcionados (Marciano, 2016). No campo do jornalismo, esse tipo de jogo tem sido explorado como ferramenta para engajamento do público, explicação de temas complexos e fortalecimento de uma alfabetização midiática mais inclusiva e que, apesar do nome, não necessariamente precisa inibir o caráter lúdico e divertido dos outros formatos de jogos. Essa perspectiva se conecta com Jenkins (2009), quando correlaciona a convergência midiática com as novas formas de consumo de informação, desafiando os formatos tradicionais e inserindo o público em um papel mais ativo, por meio da interatividade direta nos jogos.

A partir do momento em que os jogos digitais passam a ser reconhecidos no desenvolvimento de atividades humanas das mais distintas áreas, algumas tentativas de exploração iniciam o movimento de criação de títulos baseados em causas de interesse mais amplo. São os chamados “jogos sérios”, que têm o objetivo de informar, alertar, educar, conscientizar, sem abrir mão da diversão e dos desafios apresentados nos outros tipos de jogos digitais (Silva *et al.*, 2017, p. 178).

Dentro da perspectiva pedagógica dos jogos sérios, Marciano (2020) classifica os jogos em diferentes categorias, de acordo com o conteúdo que abordam e objetivos de aprendizagem, mesmo que ainda estejam em desenvolvimento, algumas nomenclaturas já podem ser listadas no Quadro 1.

Quadro 1 - Classificação dos *Serious Games*.

Classificação	Conteúdo	Objetivos de aprendizagem
<i>Advergame</i>	Publicitário	Atuar como ferramenta de marketing de marcas, produtos ou organizações

<i>Simulation Games</i>	Situações da vida real	Representar a realidade com exatidão, permitindo que o jogador se transporte para o momento do fato, interaja e reflita sobre a situação e sobre as consequências das interações.
<i>Health Games</i>	Relacionados à medicina	Jogos para treinamento médico, reabilitação física ou cognitiva (fisioterapia), educação sobre prevenção de doenças e traumas.
<i>Politic Games</i>	Publicidade política	Apresentar candidatos, propostas políticas, bem como ações políticas realizadas.
<i>Educational Games</i>	Relacionados às disciplinas escolares	Jogos que se relacionam aos conteúdos estudados nos livros didáticos, como jogos que abordam conteúdos matemáticos ou acontecimentos históricos.
<i>Militainment</i>	Relacionados a atividades e equipamentos militares	Reproduzir atividades militares com precisão, bem como apresentar os equipamentos utilizados (armas, veículos, etc.), seja para treinamento de tropas ou para conhecimento do público leigo.
<i>Art Games</i>	Relacionados à produção ou à manifestação artística	Ensinar a produzir algo do meio artístico (música, pintura, dramatização, etc.), bem como expressar ideias ou apresentar material já produzido.

Fonte: Marciano (2020) com base em Sicart (2008)

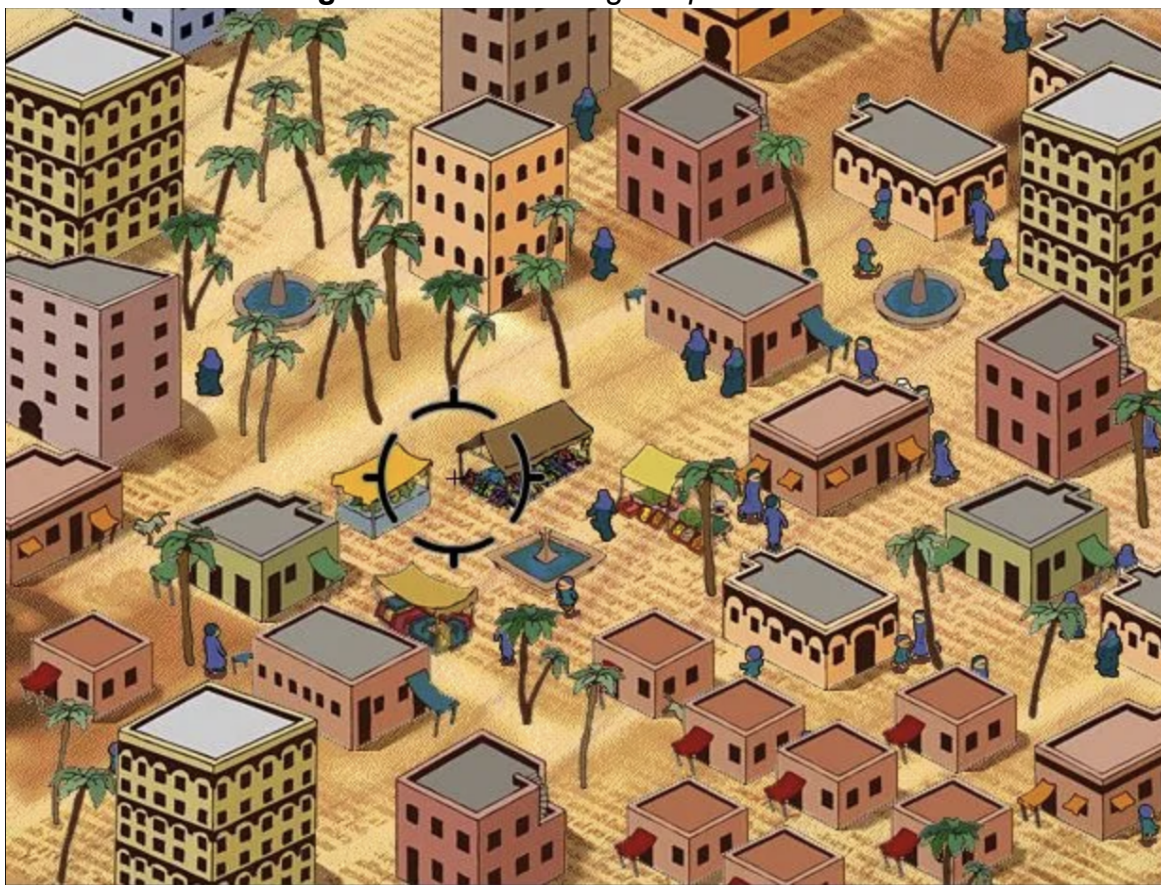
5 NEWSGAMES

Os jogos sérios, em seus mais variados formatos, unem aspectos educacionais, comunicacionais e informativos com as dinâmicas próprias de jogos digitais, destacando-se por transformar conteúdos complexos em experiências interativas capazes de engajar as pessoas, deixando de ser visto apenas como passatempo de leitores. Desde o século XX os jogos já faziam parte do jornalismo. Bogost *et al.* (2010) traz como exemplo do primeiro registro de jogo em um jornal o *New York Sunday World* que, em 1913, trouxe palavras cruzadas para as suas páginas.

Porém, quando esses jogos começam a ser pensados como uma forma de propagar conteúdos jornalísticos, principalmente após a propagação da internet e novos recursos midiáticos, eles passam a ter uma nova perspectiva de comunicação, ganhando mais relevância, principalmente junto aos jornais online e se tornando um recurso valioso.

Essa categoria de jogos sérios com conteúdo jornalístico foi definida por Gonzalo Frasca, pioneiro no assunto, como *Newsgames* ao lançar o jogo *September 12th* no ano de 2003, como parte do projeto *Newsgaming.com*, com o objetivo de criticar a Guerra do Iraque. Como cenário, havia a invasão militar do Iraque pelos Estados Unidos, reforçada pelo então presidente George W. Bush como uma espécie de bombardeio que não atingiria os civis. O jogador vê o cenário de cima e tem como arma mísseis que podem ser lançados sobre uma vila do Oriente Médio, bombardeando uma pequena área.

Figura 4 - Cena do Jogo *September 12th*.



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

A jogabilidade do game foi desenvolvida para que ele não tivesse fim e não fosse possível salvar os civis nem eliminar todos os terroristas, em que a cada explosão, mais civis se juntam aos cadáveres em situação de luto e se revoltam, transformando-se em novos terroristas. O jogo trazia um caráter de crítica social aos conflitos, que só estimulam mais violência.

Neste caso, as regras do jogo foram pensadas para que o jogador rapidamente infira que o bombardeio somente produza mais terrorismo. Como o bombardeio é a única ferramenta que o jogo dispõe, a conclusão mais provável é que simplesmente não se deve jogar. O jogo se transforma em um sistema que, através de suas regras de comportamento, convida – ou diretamente manipula, de acordo com o que se entenda – o jogador a chegar a determinada conclusão, idêntica ao preceito bíblico “a violência gera violência”, mas explicado através da participação no jogo, e não da literatura (Frasca, 2009, p. 41 – tradução nossa).

Bogost *et al.* (2010) propõe seis categorias de *newsgames* com o objetivo de organizar as definições de Frasca (2009), de acordo com o conteúdo e objetivos que abordam: *current events newsgames* (*editorial games*; *tabloid games*; *reportage games*); *infographic newsgames* (*newsgames* infográficos); *documentary newsgames* (*newsgames* documentários); *puzzle newsgames* (*newsgames* de raciocínio); *community newsgames* (*newsgames* de comunidade) e *literacy newsgames* (*newsgames* para letramento). Como complemento, Marciano (2016) propõe outras duas categorias: *newsgames* por ação e *newsgames* por associação.

Quadro 2 - Classificação dos *Newsgames*.

Classificação	Objetivos de aprendizagem	Subcategorias e observações
<i>Newsgames de eventos recentes (Current Events Newsgames)</i>	Transmitir pouca informação ou conteúdo opinativo	Editorial Games , Tabloid Games e Reportage Games, melhor detalhados abaixo.
<i>Jogos Editoriais (Editorial Games)</i>	Transmissão de um ponto de vista	Jogos baseados em algum evento, como ataques terroristas, recessão econômica e guerras civis, com foco em transmitir uma opinião/ponto de vista sobre os assuntos.
<i>Jogos Reportagem (Reportage Games)</i>	Ilustrar/educar sobre um fato noticiado	Exige pesquisa, descrição mais elaborada e consequentemente mais tempo de criação que os <i>Editorial Games</i> . Abordam conteúdos relevantes considerados <i>Hard News</i> (política, educação, economia, etc).
<i>Jogos de Tablóide (Tabloid Games)</i>	Entretenimento	Conteúdo focado nas <i>soft news</i> , ou seja, notícias cujo foco é entreter o público trazendo conteúdo sem relevância social.

<i>Newsgames Infográficos (Infographics Newsgames)</i>	Apresentar visualmente dados e informações	Tem como objetivo facilitar informações que se apresentam rebuscadas, complexas ou extensas em textos. Podem ser classificados em 3 subcategorias: Infográficos Explicativos (que apresentam informações estaticamente, sem que possam ser manipuladas), Infográficos Exploratórios (onde os dados são apresentados, mas cabe ao leitor sintetizá-los) ou Infográficos Direcionados (com dados apresentados de maneira dinâmica, onde a ordem em que o jogador escolhe ver esses dados, influencia a conclusão).
<i>Newsgames documentários (Documentary Newsgames)</i>	Reconstituir um evento real. Simulações que visam levantar reflexões sobre a vida cotidiana.	Necessitam de pesquisa aprofundada sobre o fato a ser retratado. Tendem a retratar temas polêmicos e com vieses diferentes dos tradicionais e costumam ser criticados por isso. Abordam os conceitos de Realismo Social, proposto por Galloway (2006). Podem ser classificados em 3 subcategorias: Realidade Espacial (conservam as memórias de eventos passados e possibilitam futuras ocorrências), Realidade Operacional (permitem que o jogador encene o evento específico), Realidade Processual (possuem um conjunto de regras para modelar os comportamentos do jogador e vão além da simulação dos acontecimentos).
<i>Newsgames de Raciocínio (Puzzle)</i>	Resolução de enigmas jornalísticos.	Enquadram-se nesta categoria, jogos jornalísticos que dependem de raciocínio lógico para resolução dos

<i>Newsgames</i>)		seus enigmas.
<i>Newsgames</i> de comunidade (<i>Community Newsgames</i>)	Estimular a formação de comunidades.	Nesta categoria, o mais importante é a criação de comunidades que colaboram entre si para aplicar as ações discutidas no ambiente virtual, nas suas realidades.
<i>Newsgames</i> letramento (<i>Literacy Newsgames</i>)	Aproximar o público das particularidades da profissão de jornalista.	O foco é destacar aspectos particulares da profissão, como técnicas de apuração de notícias, normas de conduta e valores, mas não são voltados para formar jornalistas.
<i>Newsgames</i> por ação	Jogos cuja pretensão inicial era enquadrar o produto como <i>newsgames</i> .	Jogos produzidos para veículos jornalísticos e divulgados em seus portais
<i>Newsgames</i> por associação	Não partem da hipótese de serem considerados <i>newsgames</i> , porém devido às suas características, geram associação.	Sua mecânica, gráficos e enredo referenciam conteúdos jornalísticos. Em grande parte podem ser considerados como jogos de entretenimento.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025), a partir de Marciano (2016).

Os *newsgames* de letramento (*literacy newsgames*), por se tratar do foco do trabalho, serão melhor detalhados nesta seção. Marciano (2016) argumenta que esse tipo de jogo tem a ideia de aproximar o público de assuntos particulares da profissão de jornalistas e são direcionados tanto para leigos quanto para estudantes ou profissionais da área, porém não se propõem a formar jornalistas.

Bogost *et al.* (2010) defende que alguns *newsgames* de letramento instruem sobre os princípios e valores que fundamentam a profissão do jornalista. Outros, concentram-se mais no exercício prático das atividades do jornalismo. Nas duas abordagens, a característica de simulação se destaca como um elemento crucial, permitindo que o jogador possa ponderar sobre os resultados positivos e negativos que determinadas decisões ou ações podem gerar, promovendo assim uma compreensão mais aprofundada das atividades jornalísticas.

Como exemplo de *Newsgames* de Letramento, *Fact-check*: o jogo é um trabalho desenvolvido por alunos de Pós-graduação, Graduação e Jornalistas da Universidade Federal do Paraná em disciplinas dos seus cursos, de acordo com Paulino, Marciano, Ventura e Carvalho (2019). No jogo (Figura 5), um estagiário de jornalismo é convidado para trabalhar em uma agência de *fact-checking* (checagem de notícias) e, para ser contratado, precisa passar por um teste: checar se a pauta do dia é fato ou *fake*.

Figura 5 - Telas Iniciais do Jogo *Fact-checking* em que é possível visualizar o menu inicial e, ao clicar em instruções, a tela com as informações é mostrada, indicando os critérios de sucesso.

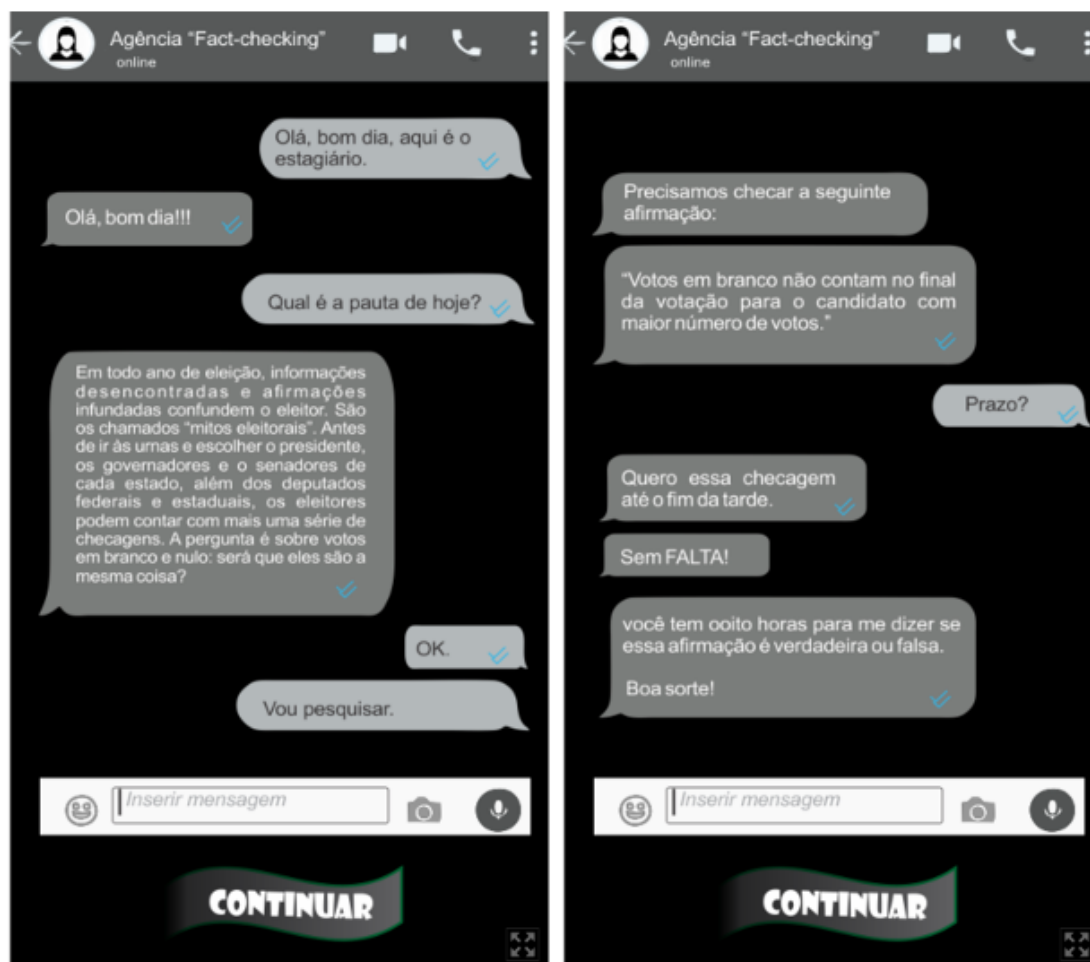


Fonte: <https://marciano.itch.io/fact-checking>

Para realizar as checagens, o estagiário entra em contato com seu supervisor para solicitar as informações referentes à pauta (Figura 6) que precisa verificar. O

jogo aborda três temas distintos: Reforma da Previdência, Voto Branco ou Nulo e Lei Rouanet, sendo este definido aleatoriamente a cada rodada.

Figura 6 - Momento em que a Pauta é escolhida para o estagiário fazer a checagem.



Fonte: <https://marciano.itch.io/fact-checking>

O estagiário tem 8 horas para realizar a investigação, tendo seis possibilidades de fontes para buscar: Universidade, Biblioteca, Fontes, Congresso Nacional, Palácio do Planalto e Online, sendo que cada uma delas consome tempos diferentes do seu dia.

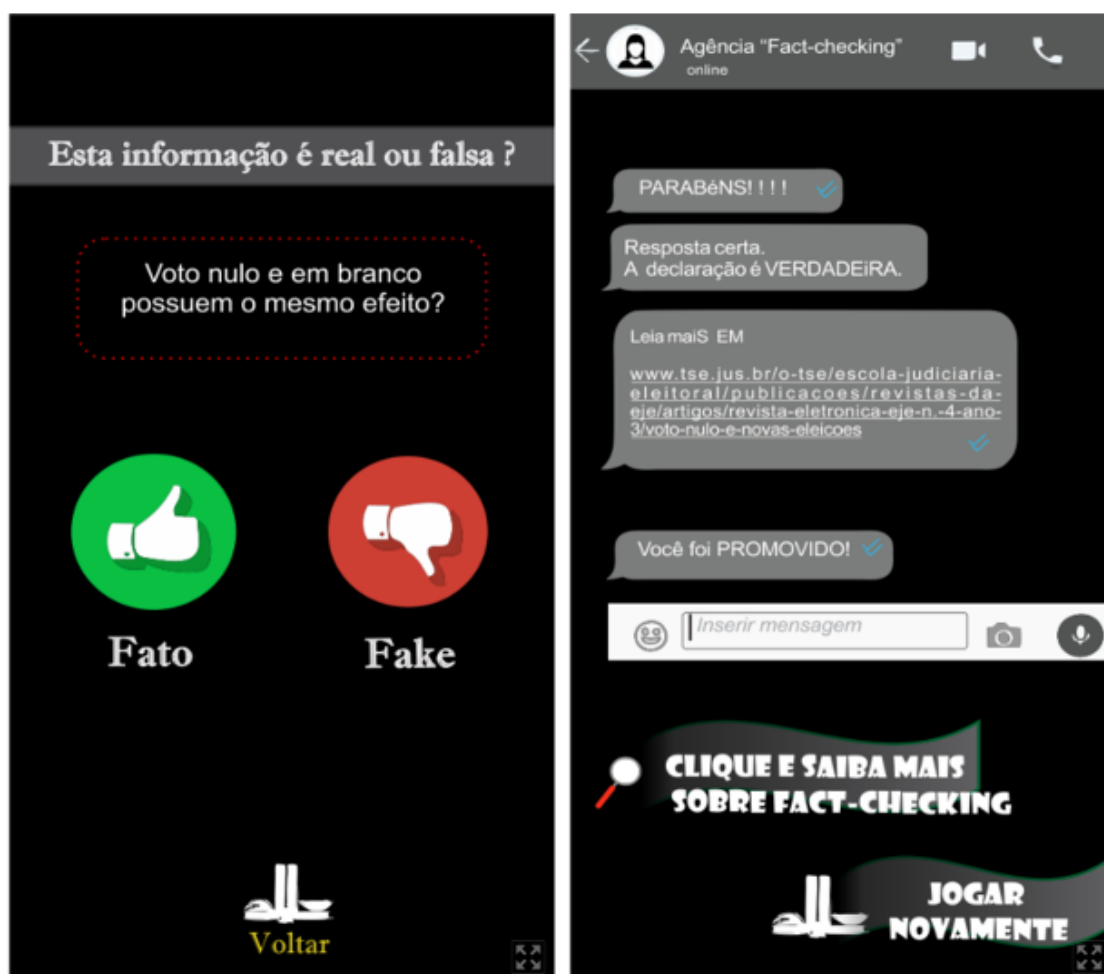
Figura 7 - Telas nas quais ocorrem as escolhas das opções de checagem e o acompanhamento da quantidade de horas restantes.



Fonte: <https://marciano.itch.io/fact-checking>

Por fim, ao checar as fontes e colher as informações necessárias, o estagiário é questionado sobre a veracidade das informações e, caso esteja certo, será promovido. Caso erre na sua checagem, será demitido.

Figura 8 - Telas onde ocorrem as escolhas das opções de checagem e o acompanhamento da quantidade de horas restantes.



Fonte: <https://marciano.itch.io/fact-checking>

O jogo cumpre a função principal de um *newsgame* de letramento defendido por Bogost *et al.* (2010) que é o de ajudar na formação de profissionais do jornalismo, como complemento de uma lacuna prática pouco explorada nas universidades, trazendo situações relevantes sobre a atuação desses profissionais. Considerando o cenário contemporâneo onde a privacidade de dados é um tema crucial e ainda pouco explorado no jornalismo e aliado com a necessidade dos jornalistas de se manterem atualizados e em constante aprendizado, a proposta de desenvolvimento de um *newsgame* de letramento se torna mais urgente.

A partir dessa fundamentação teórica, no próximo capítulo, acontecem as explicações a respeito da metodologia utilizada no trabalho, em que serão

detalhados os procedimentos utilizados para investigar e tentar responder o problema de pesquisa. Serão apresentadas a abordagem, o desenvolvimento e aplicação do instrumento de coleta de dados, critérios para seleção dos participantes e técnicas para análise dos resultados.

6 PRIVACIDADE DE DADOS E LGPD

De acordo com Albers (2016), os debates sobre privacidade de dados e sua proteção legal tiveram início a partir da década de 1970, intimamente ligado à difusão e avanço dos sistemas de computação mainframe, que permitiam um processamento de grandes quantidades de dados pessoais. Inicialmente, esta preocupação orientou as primeiras regras jurídicas na Europa. Durante esse tempo, o tradicional direito à privacidade começou a ser interpretado e, na Alemanha, em 1983, o Tribunal Constitucional Federal derivou o fundamental direito à autodeterminação informacional a partir de uma decisão sobre o censo populacional, solidificando os direitos fundamentais como princípios norteadores da proteção de dados.

Porém, ainda segundo Albers (2016), a compreensão inicial da proteção de dados era fortemente influenciada por um paradigma liberal de direitos fundamentais. Essa visão entendia a liberdade como algo que existia antes mesmo do Estado, focando na proteção do indivíduo contra a interferência governamental. O conceito “clássico” e mais restrito de privacidade era frequentemente imaginado como um espaço físico ou temático isolado, garantindo o “direito de ficar sozinho” ou de manter eventos confidenciais dentro dessa esfera. Entretanto, essa visão recebeu críticas, que destacaram que a privacidade é relativa. O importante não era proteger uma área fixa, mas sim a capacidade do indivíduo de decidir a quem e quais informações deveriam ser divulgadas, além de considerar o contexto em que essas informações seriam usadas. A partir disso, o direito à autodeterminação foi desenvolvido e se desdobra em leis até os dias atuais.

No Brasil, a privacidade de dados e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) é um tema de relevância crescente e que também enfrenta um dilema, especialmente em uma sociedade marcada pela digitalização acelerada das informações e pelo avanço da tecnologia. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), nº 13.709/2018, que entrou em vigor em 2020, surgiu como resposta à necessidade de proteger os direitos fundamentais de liberdade, privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade dos indivíduos (Brasil, 2018).

Seu objetivo principal é assegurar que o tratamento de dados pessoais aconteça de forma transparente, legítima e ética, garantindo ao titular dos dados meios de controle e informação sobre o uso, finalidade e destinação de suas informações. Segundo a Lei:

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:
I - o respeito à privacidade;
II - a autodeterminação informativa;
III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
IV - à inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação; VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e
VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais (Brasil, 2018, online).

No contexto jornalístico, a aplicação da LGPD é marcada por uma peculiaridade: o artigo 4º, II, “a” da Lei exclui as atividades jornalísticas de sua incidência, justamente para proteger pilares constitucionais como a liberdade de expressão e de imprensa. Isso não significa, entretanto, que os profissionais da área devam ignorar os preceitos e os princípios que norteiam a proteção de dados pessoais. Muito pelo contrário, o conhecimento profundo da LGPD é fundamental ao jornalista, pois sua atividade envolve frequentemente o manuseio de informações sensíveis e, mais do que nunca, demanda extrema responsabilidade social e ética no manuseio desses dados.

A proteção de dados transcende a mera privacidade. Não se trata apenas do direito ao sigilo, mas de garantir que as pessoas tenham controle sobre suas informações e possam se proteger contra usos discriminatórios dos dados. Albers (2016), debate que a proteção de dados é uma garantia multidimensional, relacionada à transparência nas relações sociais e à possibilidade de contestação perante abusos, além de ser central para a democracia e para o desenvolvimento da personalidade.

A LGPD possui princípios, como a necessidade, a transparência e a segurança, que estabelecem parâmetros para o tratamento ético dos dados. Mesmo estando expressamente ressaltado o trabalho jornalístico da aplicação da Lei, os padrões por ela consagrados são valiosos para orientar a conduta responsável dos

profissionais de imprensa. Isso se reflete na própria ética jornalística, que recomenda o uso responsável das informações, a busca do equilíbrio entre o interesse público e os direitos individuais e o constante respeito à dignidade da pessoa retratada. Turano & Nunes (2018) reforçam a ideia:

Tome-se, por exemplo, um jornalista que prepara uma matéria sobre as características físicas de atletas profissionais de diferentes seleções nacionais e as correlaciona com o desempenho dos atletas e com situações de jogo que ocorrem ao longo de uma partida, como número de gols de cabeça, distância percorrida no campo, nível de resistência etc. Ainda que informações como idade, altura e peso constituam dados pessoais e as conclusões obtidas pela matéria sejam indubitavelmente resultado de uma atividade de tratamento, não há que se falar na aplicação da LGPD ante a evidente finalidade informativa da mesma. Diferente é quando um site jornalístico monitora as características de seus usuários e as correlaciona com seu padrão de Jornalismo e proteção de dados pessoais, obtendo informações como tempo médio de permanência no site, tipo de conteúdo mais acessado etc. Tais informações possuem alto valor de mercado, na medida em que são úteis para subsidiar atividades comerciais das empresas jornalísticas, como a venda de anúncios publicitários. Nesse caso, dúvida não há de que a transferência dos dados pessoais, ou do resultado obtido após o seu tratamento, deve observar as normas da LGPD, ainda que o site seja de conteúdo jornalístico (Turano; Nunes, 2018, online).

Apesar da exceção legal, o uso ético e justificado de dados, continua sendo uma exigência para a legitimidade do exercício da liberdade de informar. A liberdade de expressão, conforme assegurada pela Constituição Federal (1988), não pode ser restringida por normas ou interpretações legais que visem limitar o acesso à informação, sob risco de ferir a própria essência do Estado Democrático de Direito. Nobre (1988) enfatiza que a imprensa livre é condição indispensável à democracia, e proibições sob o pretexto de proteção à privacidade não podem servir para censura ou obstáculo ao trabalho jornalístico.

O tratamento de dados pessoais ganhou ainda mais complexidade com o advento do jornalismo investigativo e do jornalismo de dados. Em ambientes digitais, o volume de informações disponíveis para apuração cresceu exponencialmente, exigindo dos jornalistas maiores cuidados quanto à segurança, circulação e descarte dessas informações, alinhando-se não apenas à legislação, mas também a recomendações internacionais de boas práticas e à cultura da vigilância descrita por Lyon (2018).

No cenário global, legislações como a GDPR (General Data Protection Regulation) europeia também preveem exceção para atividades jornalísticas, reconhecendo o equilíbrio necessário entre o direito à proteção dos dados e a liberdade de informar. Entendimentos internacionais reforçam a necessidade de uma interpretação ampla quanto ao escopo do que se entende por atividade jornalística, defendendo que não apenas jornalistas profissionais, mas também cidadãos que promovam o debate público e divulguem informações de interesse coletivo devem ser protegidos sob essa exceção, desde que haja compromisso com a verdade e o interesse público.

O artigo 85 deste diploma legal estabelece a “journalist exemption” – exceção ao jornalismo, em tradução livre. Contudo, o texto do Regulamento delega aos Estados-membros a responsabilidade por desenvolver normas específicas que reconsiderem a proteção de dados em observância ao exercício da liberdade de expressão, tendo como base a Convenção Europeia dos Direitos Humanos. Tal estrutura normativa tampouco traz uma definição a respeito do que seria “jornalismo” ou “atividade jornalística”, aparentemente deixando-a a cargo dos Estados-membros e das suas respectivas legislações nacionais (Chaves *et al.*, 2022, p. 37).

Por fim, a promoção de boas práticas no tratamento de dados é essencial para fortalecer o jornalismo responsável, proteger as fontes e garantir a confiança social na imprensa. Adotar medidas de segurança da informação, buscar consentimento quando relevante, preservar a confidencialidade e trabalhar com transparência são passos fundamentais para que os jornalistas cumpram sua função social sem descuidar da proteção da privacidade. Assim, a compreensão da LGPD aumenta o patamar ético da profissão e contribui para a consolidação de um ambiente informacional equilibrado e democrático.

7 METODOLOGIA

Um dos grandes dilemas da pesquisa social, defendido por Bauer e Gaskell (2002), é a compreensão equivocada da distinção entre as abordagens qualitativas e quantitativas nos processos de pesquisa. Para os autores, a pesquisa qualitativa busca compreender de forma aprofundada os fenômenos, explorando os seus significados e contextos. Diferentemente da pesquisa quantitativa, que geralmente busca visões estatísticas através da análise numérica de dados, visando interpretar os sentidos atribuídos aos fenômenos investigados.

Uma cobertura adequada dos acontecimentos sociais exige muitos métodos e dados: um pluralismo metodológico se origina como uma necessidade metodológica. A investigação da ação empírica exige a) a observação sistemática dos acontecimentos; inferir os sentidos desses acontecimentos das (auto-)observações dos atores e dos espectadores exige b) técnicas de entrevista; e a interpretação dos vestígios materiais que foram deixados pelos atores e espectadores exige c) uma análise sistemática (Bauer e Gaskell, 2002, p.18).

No que se refere ao objeto, esta pesquisa se ancora numa abordagem metodológica quali-quantitativa, direcionando o olhar para a exploração e compreensão aprofundada das percepções e experiências de profissionais atuantes no campo do jornalismo, no que se refere à privacidade de dados. A escolha se justifica pela natureza do objeto, complexa e multifacetada, buscando revelar o nível de conhecimento que permeia as equipes de jornalismo em relação à privacidade de dados e como essa compreensão (ou a falta dela) impacta nos seus cotidianos.

Para que o problema fosse mapeado, optou-se pela utilização de um questionário estruturado, desenvolvido para ser aplicado a profissionais da área de jornalismo, tendo como principal objetivo investigar o nível de conhecimento, as percepções e práticas dos jornalistas no que tange à privacidade de dados no exercício de suas atividades. De acordo com Bauer e Gaskell (2002), a fase de geração desses dados e os procedimentos de análise são cruciais na pesquisa e serão explicadas mais adiante.

A amostra coletada foi de 20 respostas, sendo 10 jornalistas do estado do Maranhão e 10 do estado do Rio de Janeiro, atuantes em diferentes áreas e buscou

compreender as possíveis variações e particularidades do exercício jornalístico em diferentes contextos regionais e se existem diferenças significativas no nível de conhecimento, preocupações e abordagens relacionadas à privacidade de dados.

Para recrutar os respondentes da pesquisa, foi utilizada a técnica de amostragem por cadeia de referência, conhecida como *snowball sampling*, ou “Bola de Neve”, que segundo Baldin e Munhoz (2012), utiliza técnicas de recrutamento em cadeia, quando o participante inicial de um estudo indica novos participantes, que acabam indicando novos participantes, até que o objetivo seja alcançado. A partir disso, como próximo passo, é necessário que os primeiros membros indicados, repassem a pesquisa para outros membros dessa população de interesse, formando a cadeia de referência do estudo. Albuquerque (2009) exemplifica o método:

No método bola-de-neve, apresentado por Goodman (1961), um indivíduo é recrutado e, em seguida, indica outras pessoas de seu relacionamento para que também participem da amostra. Para isso, um número inicial de pessoas, que, preferencialmente, conhece muitos componentes da população-alvo, é selecionado. Esse grupo recebe a designação de “sementes”, por serem os primeiros indivíduos recrutados. O passo subsequente é solicitar a essas pessoas informações acerca de outros membros da população de interesse, para, então, recrutá-los. Os próximos membros que farão parte da amostra recebem a designação de “filhos”, ou frutos, por terem sido gerados pelas sementes, e o seu recrutamento pode se dar de várias formas (Albuquerque, 2009, p.20).

Este método, por ter uma estratégia de recrutar os participantes por indicação, classifica a amostra como não probabilística. Este tipo de amostra, de acordo com Semaan *et al.* (2002), é também designada como amostragem por conveniência e como o próprio nome já sugere, pode apresentar o viés de direcionamento desconhecido. Porém, no que se refere ao objeto da pesquisa em questão, isso não anula o fato verídico de onde o recrutamento foi iniciado: no Maranhão, mais especificamente na cidade de São Luís, sendo esse um fator qualitativo importante para a pesquisa.

Além disso, o uso do *snowball*, de acordo com Albuquerque (2009), pode ser justificado para a pesquisa em questão por abordar 3 aspectos importantes. O primeiro se refere ao objetivo da pesquisa, que é conhecer a população estudada, e aplicando-se a este trabalho, busca compreender o nível de conhecimento sobre

privacidade de dados. O segundo aspecto, fala sobre as pessoas acessadas, que devem assumir determinados “comportamentos e atitudes que a tornam membros dessas populações”, sendo este grupo o de profissionais de jornalismo. Já o terceiro aspecto, trata sobre o respeito à privacidade deste grupo, que deve ter suas informações preservadas e/ou suprimidas. Este último aspecto é respeitado no formulário, que não exige identificação dos participantes.

O questionário foi composto por 22 questões, sendo 19 objetivas, que tinham a finalidade de coletar dados sobre a familiaridade dos participantes com conceitos de privacidade de dados, Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), além de suas preocupações rotineiras sobre anonimização, consentimento e a familiaridade dos jornalistas com jogos. Já as 3 perguntas abertas, buscavam explorar as percepções, dúvidas e experiências dos jornalistas em relação aos temas e entender a relevância da temática para suas rotinas. As perguntas e respostas estão detalhadas na seção seguinte de análise de conteúdo.

Figura 9 - Página inicial do questionário aplicado.



Questionário para desenvolvimento de pesquisa de mestrado

Programa de Pós Graduação em Comunicação -
Mestrado Profissional



Questionário - Pesquisa de Mestrado

Prezado(a) jornalista,

Este questionário faz parte de uma pesquisa acadêmica de mestrado, vinculada ao **Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Mestrado Profissional da Universidade Federal do Maranhão (PPGCOMPro - UFMA)**. O objetivo é compreender como os profissionais de jornalismo lidam com questões relacionadas ao uso e compartilhamento de dados no cotidiano de suas atividades.

As informações coletadas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos, respeitando o caráter anônimo das respostas. Não serão coletados dados que permitam identificar os participantes, garantindo total confidencialidade.

Ao prosseguir e enviar suas respostas, você estará **consentindo com o uso das informações fornecidas** nesta pesquisa, conforme descrito acima. Sua colaboração é essencial para o desenvolvimento deste estudo e agradecemos imensamente sua participação!

Você levará menos de 10 minutos para concluir.

Caso tenha dúvidas ou deseje mais informações sobre a pesquisa, entre em contato pelo e-mail **calado.flavio@discente.ufma.br**

Fonte: Elaboração própria (2025).

7.1 Análise de Conteúdo

Esta seção aborda a análise dos dados coletados por meio do questionário aplicado a jornalistas (conforme detalhado na seção anterior), com o objetivo de entender suas percepções, experiências, conhecimento e necessidades relacionadas ao letramento em privacidade de dados no contexto prático de suas profissões. A abordagem utilizada fundamenta-se nos princípios da Análise de Conteúdo Qualitativa, sistematizada por Bauer (2002) no manual organizado por Bauer e Gaskell (2002).

A escolha por esta abordagem se justifica pela natureza da investigação, buscando mostrar além da simples quantificação das respostas, interpretando os significados, identificando padrões e compreendendo as diversas perspectivas a respeito dos temas abordados. Conforme Bauer (2002), a análise de conteúdo, é uma técnica que possibilita ao pesquisador fazer inferências sobre o contexto social relacionado a algum texto, sendo comum o envolvimento do tratamento estatístico dos elementos textuais analisados, identificando indicadores de pensamentos, sentimentos e práticas sociais. Bardin (2011) inaugura tais conceitos:

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações (Bardin, 2011, p. 37).

O foco da análise está na interpretação dos dados qualitativos e na categorização dos temas das respostas sobre necessidades de informações e interesse em ferramentas de aprendizagem, com o objetivo de traçar um panorama do nível de conhecimento em privacidade de dados entre os jornalistas e, assim, fundamentar a proposta do *newsgame* de letramento. A análise a seguir foi guiada pelas questões, objetivos da pesquisa e referencial teórico apresentado.

7.1.1 Definição do *Corpus* e Unidades de Análise

O conjunto de respostas ao questionário online aplicado entre os meses de Janeiro e Fevereiro de 2025, com 20 respondentes, constitui o *corpus* desta

pesquisa. O questionário continha 22 perguntas que abarcavam desde o perfil demográfico e profissional (não analisados em profundidade, servindo apenas para contextualização) até percepções sobre a importância do tema, conhecimentos específicos, experiências práticas, uso de plataformas digitais e interesse em ferramentas de capacitação.

Seguindo as diretrizes de Bauer (2002), a primeira etapa da análise de conteúdo é a definição das unidades de análise e de codificação dos textos, que dependem do problema de pesquisa para serem constituídos. Abaixo o quadro representa as unidades definidas para esta análise:

Quadro 3 - Identificação das Unidades de Análise e Codificação.

Identificação da Unidade	Definição
Unidade de Amostragem	O próprio conjunto total de respostas válidas obtidas pelo questionário representa a amostra analisada.
Unidade de Análise	A unidade primária de análise é o padrão temático ou a tendência de resposta observada para cada questão ou conjunto de questões relacionadas a um mesmo tópico como a percepção de importância de determinado tema, lacunas de conhecimento sobre algum assunto. O comportamento coletivo das respostas é analisado para que as conclusões sobre o grupo pesquisado fossem tiradas.
Unidade de Codificação (Para perguntas objetivas)	A unidade de codificação é a opção de resposta selecionada. A análise foca na distribuição das frequências e percentuais. Como exemplo, na questão 18, 95% dos respondentes estão considerando o letramento midiático essencial para a prática jornalística. Já na questão 20, a média de respostas é de 4.5/5 a respeito da

	necessidade de uma ferramenta de auxílio a essa aprendizagem.
Unidade de Codificação (Para perguntas subjetivas)	Já para as perguntas abertas, a unidade de codificação é a ideia, o conceito ou o tema expresso nas respostas, como exemplo a "Adequação à LGPD", "Uso de dados pessoais", "O que é permitido". Estas unidades foram identificadas e agrupadas em categorias mais amplas durante o processo de codificação.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025), com base em Bauer (2002).

A definição desses elementos é fundamental para a análise de conteúdo subsequente, garantindo a sistematicidade e a validade das interpretações sobre as percepções e conhecimentos dos profissionais acerca da privacidade de dados.

7.1.2 Codificação e Categorização

Seguindo o procedimento de análise de acordo com as etapas recomendadas por Bauer (2002), buscando responder o problema da pesquisa e os seus objetivos. Nesta etapa, defende-se que cada unidade de texto deve ser codificada, desmembrando os resultados das perguntas em códigos independentes. O processo foi iniciado, de forma prática, com a leitura e análise do conjunto de respostas agregadas, para que fosse obtida a visão geral das tendências e temas recorrentes. O questionário começou trazendo respostas básicas sobre os respondentes, como região em que habita e setor do jornalismo que atua, conforme descrito na Figura 10.

Figura 10 - Perguntas 1 e 2 do questionário.



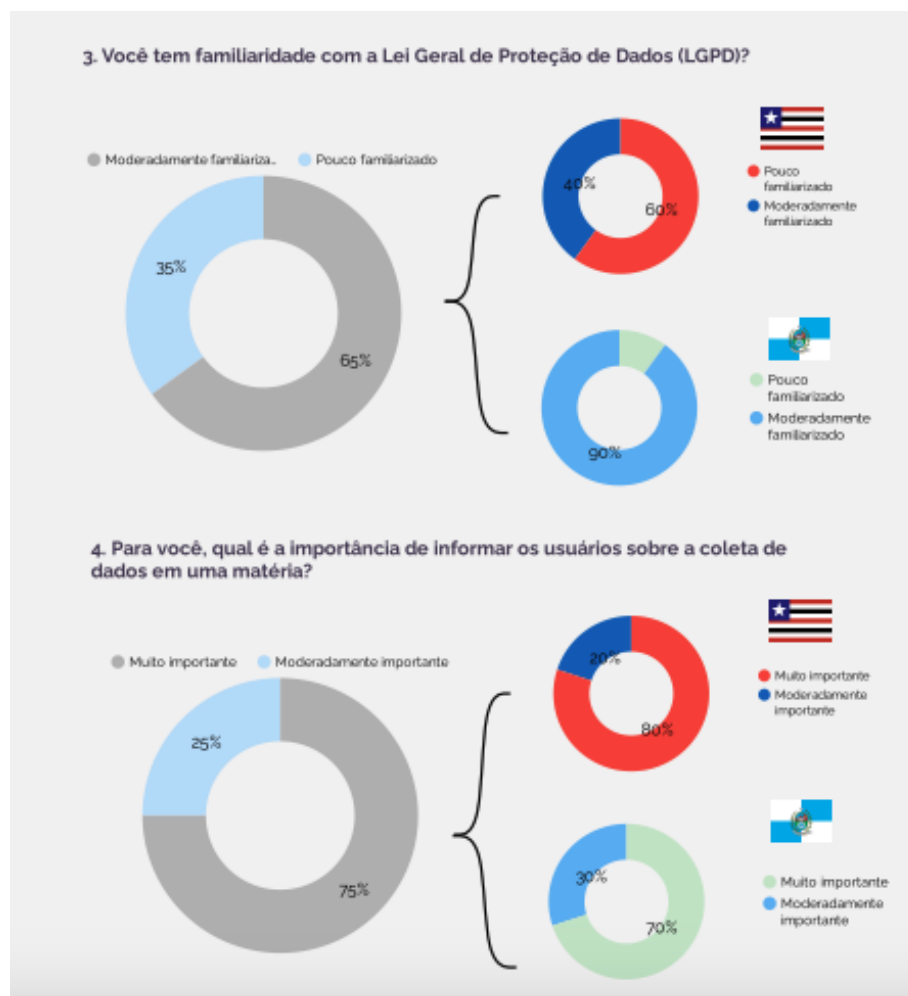
Fonte: Elaboração própria (2025).

A partir disso, é iniciado o processo de Codificação, com a ideia defendida também por Bauer (2002), sobre essa etapa ter que ser coerente e simples, de tal modo que “todos os códigos fluem de um único princípio, ao invés de estarem enraizados na meticulosidade de um empiricismo que codifica tudo o que vem a cabeça”. (Bauer, 2002, p. 203). Para a construção desse referencial de codificação, inicialmente foram definidas categorias iniciais e intermediárias.

As Categorias Iniciais foram pensadas com base no referencial teórico da pesquisa, que trata sobre Ética Jornalística, Privacidade de Dados, LGPD, Jornalismo de Dados, *Newsgames*, e no problema e objetivo da pesquisa (identificar conhecimento, necessidades, abertura a *newsgames*). Já as categorias intermediárias foram pensadas durante a familiarização de temas específicos e as nuances surgiram diretamente dos dados da pesquisa, detalhando as categorias iniciais.

Para a formação das categorias intermediárias, houve um aprofundamento nas interpretações das respostas do formulário. As perguntas 3 e 4 do questionário, detalhadas na Figura 11, trazem nuances sobre a familiaridade pelos temas e percepção de importância:

Figura 11 - Perguntas 3 e 4 do questionário.

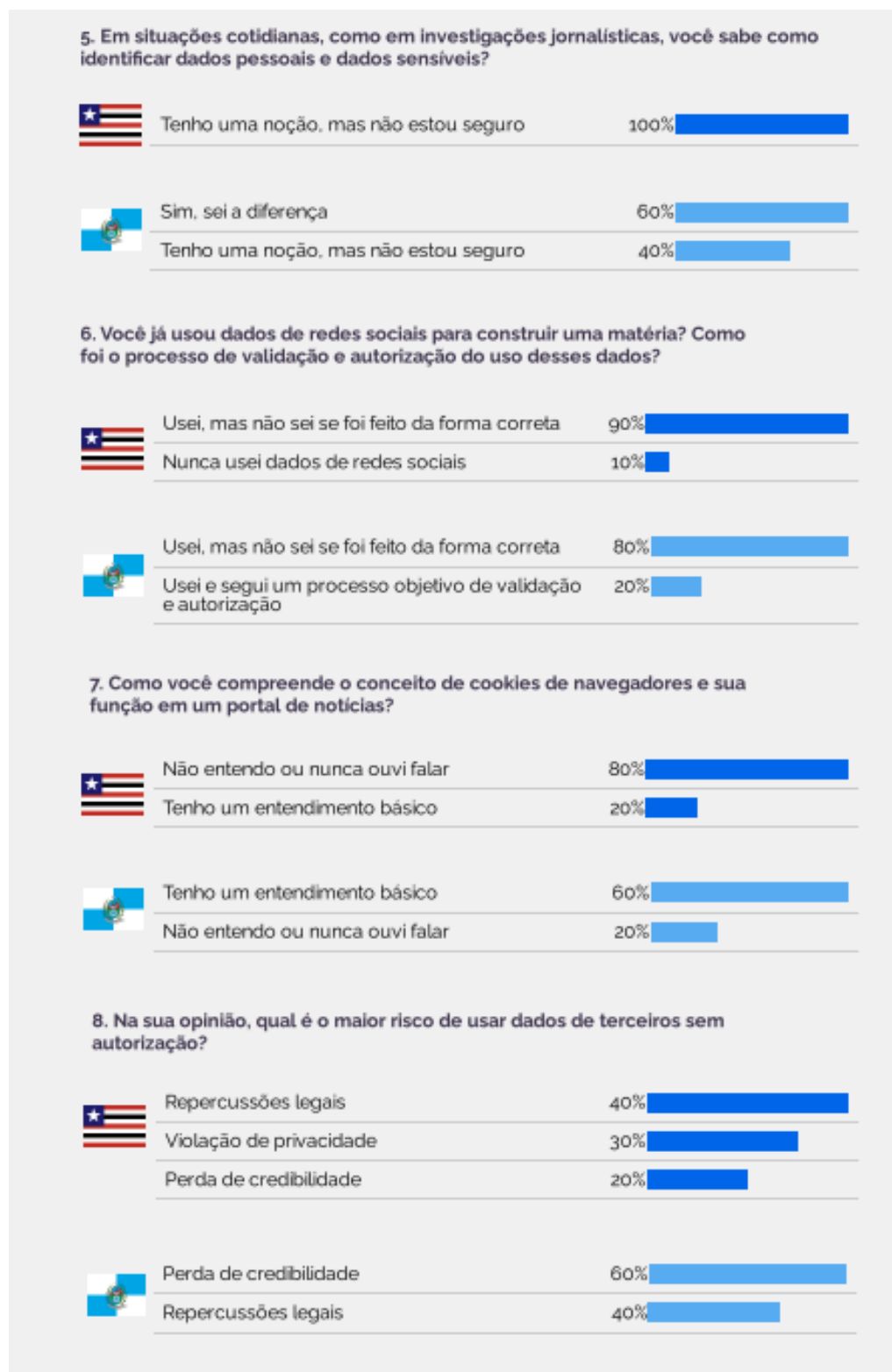


Fonte: Elaboração própria (2025).

As respostas deixam claro que 65% dos respondentes não se sentem familiarizados com o tema e 75% reconhecem a importância de práticas de consentimento para uso de dados pessoais em suas atividades. Percebeu-se, também, que a familiaridade com o tema é menor quando o recorte se dá apenas no Maranhão, onde 60% dos respondentes se sentem pouco familiarizados.

Outro aspecto analisado, dentro do grupo pesquisado, foi o conhecimento em relação a temas específicos, como a diferença entre dados pessoais e sensíveis, processo de utilização de dados pessoais, utilização de informações de redes sociais, *cookies* de navegadores e riscos na utilização de dados de terceiros, conforme detalhado na Figura 12:

Figura 12 - Perguntas 5, 6, 7 e 8 do questionário.



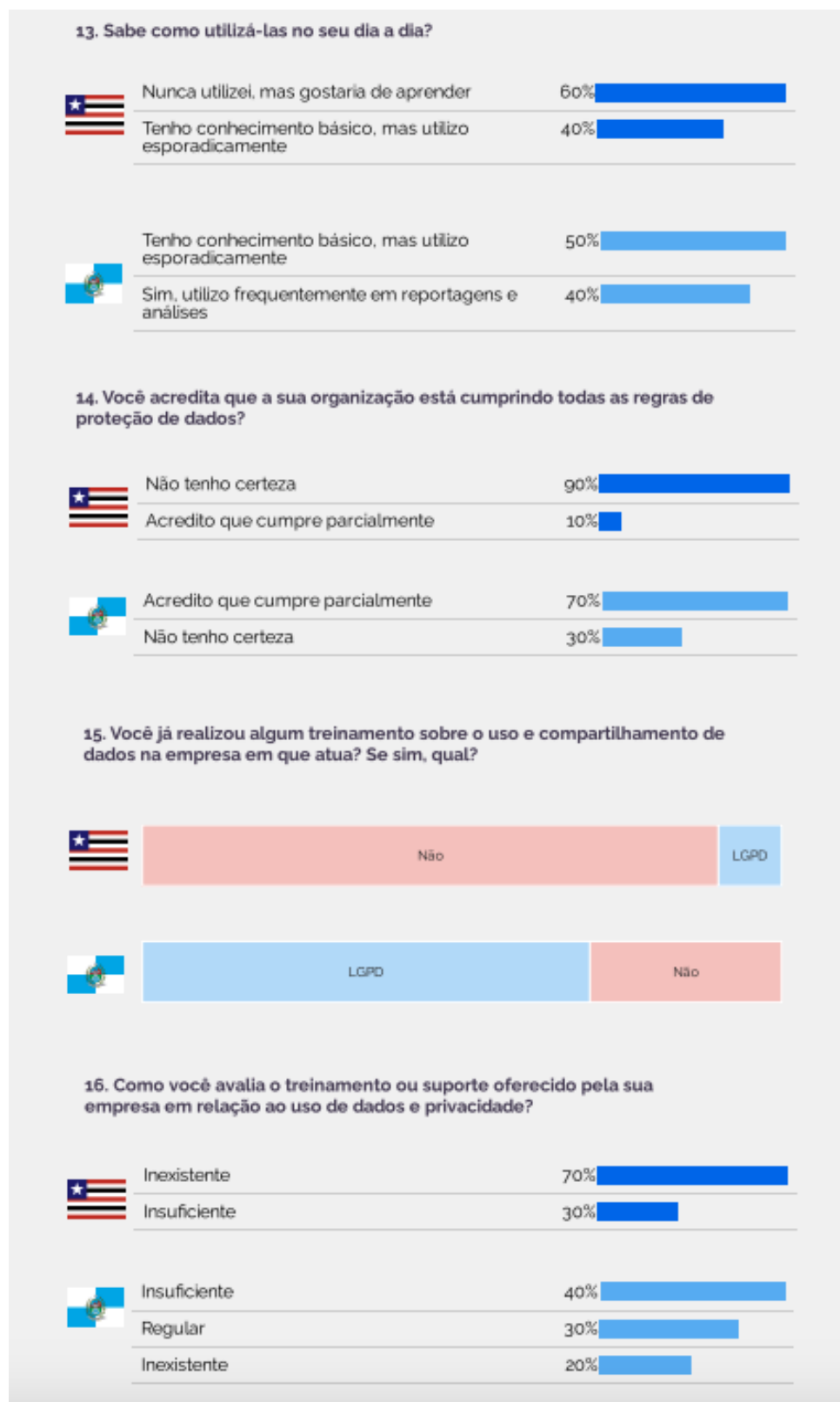
Fonte: Elaboração própria (2025).

Enquanto 100% dos respondentes do Maranhão admitem ter apenas uma noção, mas sem segurança, sobre a diferença entre dados pessoais e sensíveis, 60% do grupo do Rio de Janeiro afirmam saber a distinção. Essa diferença se reflete na aplicação prática: embora a grande maioria de ambos os grupos (90% e 80%, respectivamente) já tenha utilizado dados de redes sociais sem ter certeza da correção do processo, apenas no segundo grupo há uma parcela de 20% que afirma seguir um processo objetivo de validação e autorização.

O desconhecimento se aprofunda em temas técnicos, como o conceito de *cookies*, onde 80% do primeiro grupo não entende ou nunca ouviu falar, em forte contraste com o segundo grupo, no qual 60% declaram ter um entendimento básico. Finalmente, a percepção sobre os principais riscos no uso de dados de terceiros também diverge: o primeiro grupo aponta as "Repercussões legais" como o maior risco (40%), enquanto para o segundo grupo a maior preocupação é a "Perda de credibilidade" (60%), sugerindo uma maior preocupação com a reputação profissional e ética em detrimento das consequências puramente legais.

Aprofundando a análise, a pesquisa revela que a lacuna de conhecimento técnico entre os grupos se acentua em temas mais específicos, conforme a Figura 13:

Figura 13 - Perguntas 13, 14, 15 e 16 do questionário.



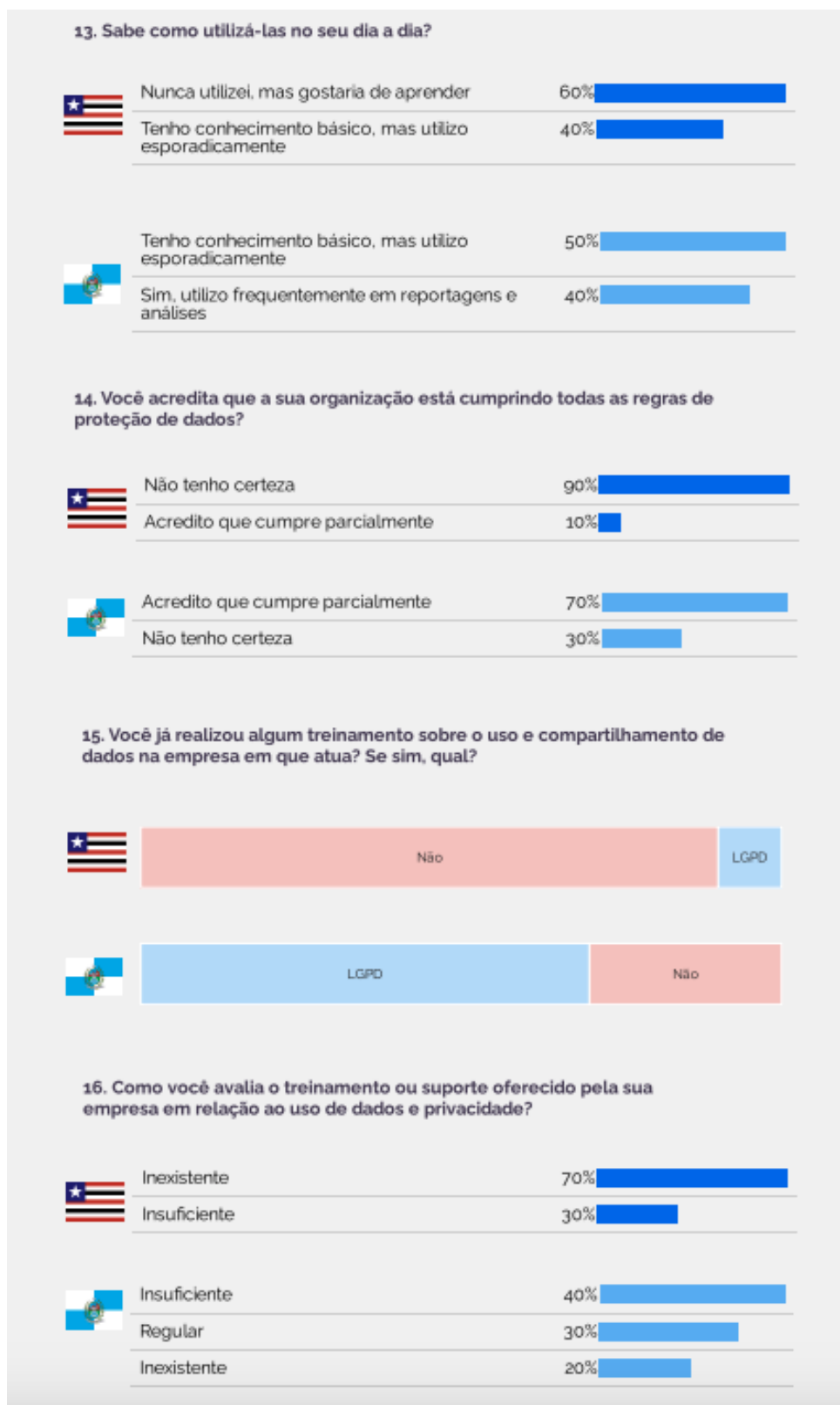
Fonte: Elaboração própria (2025).

No que diz respeito à diferença entre dados anonimizados e pseudonimizados, os resultados são praticamente inversos: 80% do primeiro grupo (Maranhão) desconhecem o tema, enquanto 70% do segundo grupo (Rio de Janeiro) afirmam conhecer a distinção. Apesar desta diferença técnica, a preocupação ética com o consentimento é um ponto em comum, com 80% de ambos os grupos afirmando se preocupar "Sempre" com a autorização antes de usar dados. Contudo, é relevante notar que 10% do primeiro grupo admitem não saber como realizar esse procedimento, indicando uma barreira que é mais prática do que de princípio.

A divergência mais significativa, entretanto, surge na percepção das situações de maior risco à privacidade. Para 70% do primeiro grupo, a ação mais crítica é "Compartilhar listas de e-mail com parceiros sem consentimento", uma violação direta de dados privados. Em contrapartida, 70% do segundo grupo consideram mais crítico "Utilizar informações de redes sociais públicas em reportagens", demonstrando uma preocupação mais focada na ética profissional e nos limites do uso de informações de domínio público. Por fim, a familiaridade com fontes de informação também se mostra oposta: 80% do primeiro grupo não conhecem bases de dados públicas, ao passo que 90% do segundo grupo afirmam conhecê-las, reforçando a percepção de uma distinção no nível de preparo e acesso a recursos entre os respondentes.

A terceira etapa do questionário pesquisa evidencia como as diferenças de conhecimento se traduzem no ambiente de trabalho. A Figura 14 detalha as perguntas e respostas dessa etapa:

Figura 14 - Perguntas 13, 14, 15 e 16 do questionário.



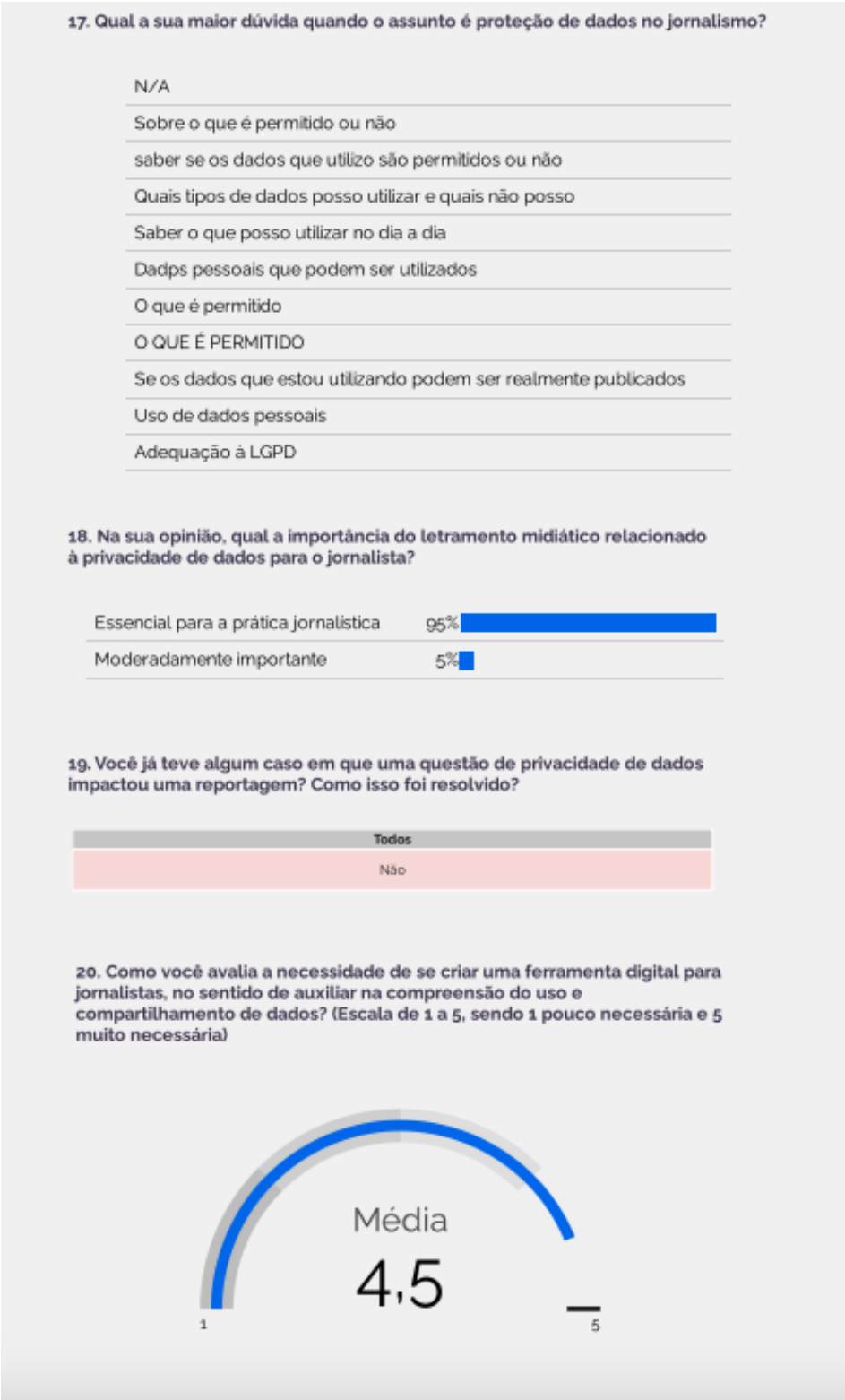
Fonte: Elaboração própria (2025).

Em relação ao uso prático de bases de dados, 60% do primeiro grupo nunca as utilizaram, mas gostariam de aprender, enquanto 40% do segundo grupo já as empregam frequentemente em reportagens e análises. Essa lacuna operacional é agravada pela percepção sobre a conformidade das empresas com as regras de proteção de dados: 90% do primeiro grupo não têm certeza do cumprimento, ao passo que 70% do segundo acreditam que suas organizações cumprem as regras parcialmente.

A causa dessa disparidade parece residir na formação: os dados mostram que 100% dos respondentes do primeiro grupo nunca receberam treinamento sobre o uso de dados, o que os leva a classificar o suporte da empresa como "Inexistente" (70%) ou "Insuficiente" (30%). Em contraste, todos os membros do segundo grupo receberam treinamento sobre a LGPD, e, embora ainda considerem o suporte majoritariamente "Insuficiente" (40%) ou "Regular" (30%), a existência de uma iniciativa de capacitação representa uma diferença fundamental na cultura organizacional de dados entre os dois estados pesquisados.

A quarta etapa do formulário da pesquisa aprofunda as percepções e necessidades dos jornalistas sobre a proteção de dados, revelando uma incerteza sobre os limites de sua atuação. A Figura 15 detalha melhor as perguntas e resposta desta seção:

Figura 15 - Perguntas 17, 18, 19 e 20 do questionário.



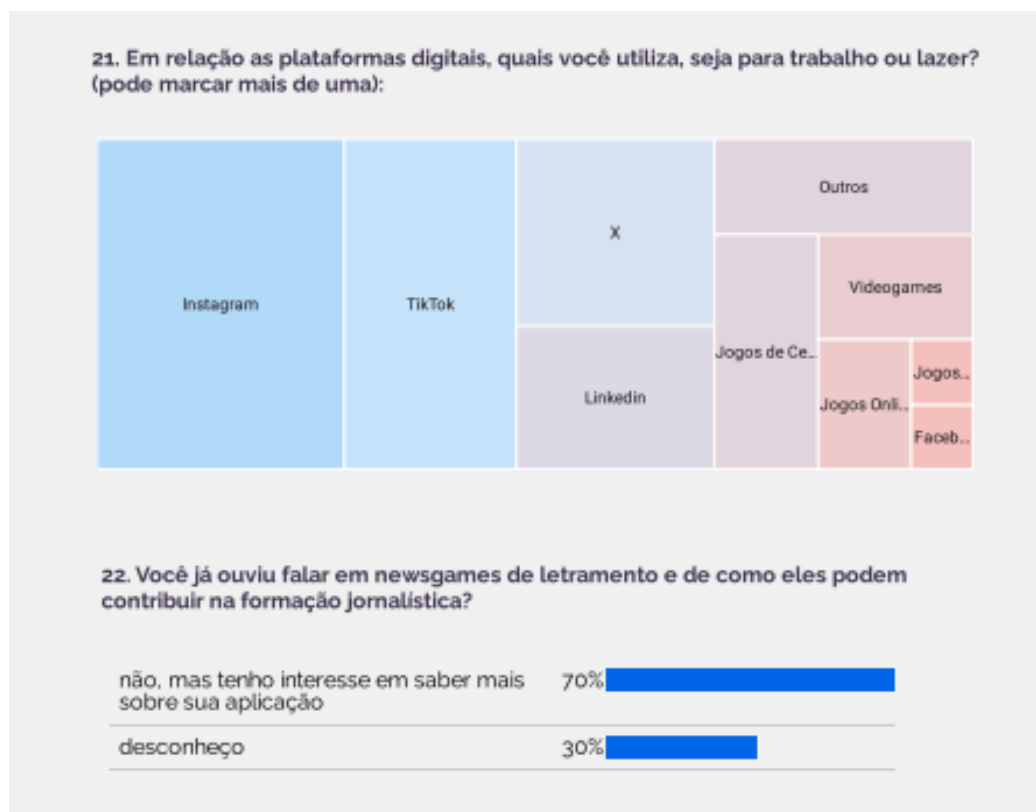
Fonte: Elaboração própria (2025).

Quando questionados sobre suas maiores dúvidas (Questão 17), as respostas qualitativas convergem para um tema central: a dificuldade em discernir o que é permitido ou não, incluindo quais tipos de dados podem ser utilizados e se as informações que possuem podem ser legalmente publicadas. Essa incerteza coexiste com um reconhecimento quase unânime da importância do tema, visto que 95% dos respondentes consideram o letramento midiático em privacidade de dados "Essencial para a prática jornalística" (Questão 18).

Apesar da relevância teórica e das dúvidas existentes, a pesquisa aponta que, na prática, nenhum dos participantes jamais teve uma reportagem impactada por uma questão de privacidade de dados (Questão 19). Por fim, essa combinação de incerteza sobre as regras e a falta de precedentes práticos resulta em um forte anseio por orientação: a necessidade de criar uma ferramenta digital para auxiliar jornalistas na compreensão do uso de dados foi avaliada com uma média de 4,5 em 5, indicando que a demanda por suporte prático e diretrizes claras é extremamente alta.

Ao finalizar o questionário, a pesquisa investigou os hábitos de consumo de mídia e o conhecimento sobre ferramentas inovadoras de ensino, conforme detalhado na Figura 16:

Figura 16 - Perguntas 21 e 22 do questionário.



Fonte: Elaboração própria (2025).

A análise das plataformas digitais mais utilizadas pelos respondentes (Questão 21) revela, através do gráfico, uma predominância de redes sociais de grande apelo visual e social, como *Instagram* e *TikTok*, que ocupam a maior parte do espaço de uso. Plataformas como *X* (antigo *Twitter*) e a rede profissional *LinkedIn* também demonstram relevância, seguidas por uma variedade de plataformas de entretenimento como *videogames* e *jogos online*.

Em contraste com esse engajamento generalizado nas plataformas digitais, a familiaridade com ferramentas de nicho para a formação jornalística, como os "newsgames de letramento", é inexistente. A totalidade dos respondentes (100%) desconhece o conceito. No entanto, é notável que, desse universo, a grande maioria de 70% manifestou interesse em aprender mais sobre a sua aplicação (Questão 22), enquanto 30% simplesmente desconheciam o tema. Este dado final sugere que, embora os participantes não tenham tido exposição a métodos inovadores como os

newsgames, existe uma abertura e curiosidade significativas para explorar novas ferramentas que possam aprimorar a formação e a prática jornalística.

A partir dessas interpretações, as Categorias Intermediárias da análise de conteúdo foram criadas, conforme descrição do Quadro 4:

Quadro 4 - Detalhamento das Categorias Iniciais e Intermediárias.

Categorias Iniciais	Categorias Intermediárias
1 - Ética Jornalística	Preocupações sobre limites de publicação
	Responsabilidade com dados de diversas fontes
	Transparência no uso de dados
	Dilemas éticos percebidos
2 - Privacidade de Dados	Compreensão do que são dados pessoais
	Noção de direitos dos titulares dos dados
	Importância percebida da privacidade
	Relação de privacidade vs. Interesse Público
3 - LGPD	Familiaridade com a Lei
	Necessidade de entender a LGPD na prática
	Percepção do impacto da LGPD no Jornalismo
	Dúvidas sobre aplicação específica da LGPD
4 - Identificar conhecimento	Avaliação do conhecimento sobre privacidade
	Identificação de áreas de maior dificuldade
	Confiança para lidar com o tema
5 - Impacto no dia a dia	Influência da privacidade nas reportagens

	Experiências vividas (ou ausência delas)
	Adaptações na rotina
6 - Necessidades	Demanda por informação prática e em diversos meios
	Necessidade de orientação
	Busca por guias/ferramentas
7 - <i>Newsgames</i>	Familiaridade com o termo/conceito
	Percepção sobre jogos como ferramenta de aprendizagem
	Tipos de aplicação
8 - Abertura a <i>Newsgames</i>	Curiosidade sobre o formato
	Disposição para experimentar
	Interesse em novas formas de aprendizado

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

A partir da definição das categorias iniciais e intermediárias, ocorre o Processo de Codificação final, em que as unidades de codificação foram associadas às categorias do esquema de codificação. Para perguntas quantitativas, a distribuição das respostas foi interpretada à luz das categorias. Para os temas das perguntas qualitativas, as respostas foram sumarizadas e alocadas nas subcategorias relevantes e finalmente definidas as categorias centrais da análise de conteúdo, detalhadas no quadro abaixo:

Quadro 5 - Detalhamento das Categorias Finais.

Categorias Finais	Detalhamento
Alta Relevância Percebida vs. Lacunas de Conhecimento	Contraste entre a consciência da importância do tema e as dúvidas específicas sobre sua aplicação.
Necessidades Formativas Específicas	Detalhamento das áreas onde os jornalistas sentem maior necessidade de aprendizado (LGPD, ética, compartilhamento).
Experiência Prática Limitada ou Não Reconhecida	A aparente falta de casos concretos reportados versus a complexidade do ambiente digital.
Intenso Uso de Plataformas Digitais	Contextualização da prática jornalística no ecossistema digital.
Forte Demanda por Ferramentas de Apoio	A avaliação positiva sobre a necessidade de recursos auxiliares.
Abertura e Interesse em Newsgames	Potencial de aceitação de formatos inovadores de aprendizagem.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Ao fim das classificações, temos o que Bauer (2002) chama de referencial de codificação, que nada mais é do que uma forma de evidenciar sistematicamente, de forma coerente e simples, a construção das categorias de análise que surgiram através da coleta de dados e da interpretação dos sentidos. O quadro abaixo sintetiza esse referencial:

Quadro 6 - Referencial de codificação.

Categorias Iniciais	Categorias Intermediárias	Categorias Finais
1 - Ética Jornalística	Preocupações sobre limites de publicação	Alta Relevância Percebida vs. Lacunas de Conhecimento
	Responsabilidade com dados de diversas fontes	
	Transparência no uso de dados	
	Dilemas éticos percebidos	

2 - Privacidade de Dados	Compreensão do que são dados pessoais	
	Noção de direitos dos titulares dos dados	
	Importância percebida da privacidade	
	Relação de privacidade vs. Interesse Público	
3 - LGPD	Familiaridade com a Lei	Necessidades Formativas Específicas
	Necessidade de entender a LGPD na prática	
	Percepção do impacto da LGPD no Jornalismo	
	Dúvidas sobre aplicação específica da LGPD	
4 - Identificar conhecimento	Avaliação do conhecimento sobre privacidade	
	Identificação de áreas de maior dificuldade	
	Confiança para lidar com o tema	
5 - Impacto no dia a dia	Influência da privacidade nas reportagens	Experiência Prática Limitada ou Não Reconhecida
	Experiências vividas (ou ausência delas)	
	Adaptações na rotina	
6 - Necessidades	Demanda por informação prática e em diversos meios	Intenso Uso de Plataformas Digitais
	Necessidade de orientação	
	Busca por guias/ferramentas	
7 - <i>Newsgames</i>	Familiaridade com o termo/conceito	Forte Demanda por Ferramentas de

	Percepção sobre jogos como ferramenta de aprendizagem	Apoio
	Tipos de aplicação	
8 - Abertura a <i>Newsgames</i>	Curiosidade sobre o formato	Abertura e Interesse em <i>Newsgames</i>
	Disposição para experimentar	
	Interesse em novas formas de aprendizado	

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Para esta subseção, o processo de codificação e categorização das respostas foi detalhado e as categorias finais da análise foram definidas, permitindo a organização sistemática dos dados e a identificação dos temas centrais, fundamentando a análise temática a seguir.

7.1.3 Análise Temática

A análise das respostas, organizada pelas categorias acima, revela um panorama complexo e aponta direções importantes para a proposta do produto de pesquisa. O principal objetivo da análise temática é correlacionar os dados coletados com os autores discutidos ao longo do referencial teórico.

A primeira categoria foi a Alta Relevância Percebida vs. Lacunas de Conhecimento. Como primeiro achado relevante, a questão 18 revela uma significativa valorização do tema relacionado ao letramento em privacidade de dados, em que 95% dos respondentes o consideram essencial para a prática jornalística. Porém, se compararmos com os resultados da questão 17, percebemos que essa consciência não é traduzida em domínio dos conceitos legais e operacionais envolvidos, com dúvidas sobre “o que é permitido” ou “como aplicar a LGPD”.

A contradição apresentada remete ao conceito defendido por Kovach e Rosentiel (2013), os quais defendem que o compromisso com a verdade no jornalismo requer rigor na verificação dos fatos, o que só se torna possível quando os profissionais dominam os assuntos que comunicam. Os dados da pesquisa

revelaram que a ausência de segurança no trato dos dados pessoais, demonstra que o conhecimento ainda é fragmentado e pode estar comprometendo o cumprimento de princípios éticos previstos no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2019), como a transparência, a responsabilidade e o respeito aos direitos individuais, bem como outros dispositivos legais e/ou garantias jurídicas. Bardin (2011) alerta sobre a visibilidade aos sentidos não ditos explicitamente que a análise de conteúdo provoca, que neste caso são as lacunas de conhecimento escondidas sob a valorização declarada do tema.

A segunda categoria trata sobre as Necessidades Formativas Específicas, observadas principalmente nas respostas abertas (questões 15, 17 e 19), que dizem respeito à adequação à LGPD no seu cotidiano e ao uso correto de dados pessoais. As dúvidas a respeito destas temáticas revelam que a legislação, embora conhecida e moderadamente familiar pela maioria (conforme questão 3), ainda é pouco internalizada em suas práticas. Diakopoulos (2019) traz apontamentos sobre a tensão constante entre o direito à informação e o direito à privacidade, uma fronteira ainda pouco explorada pelos jornalistas.

A demanda por formação é respaldada também nos fundamentos éticos de Kant (2011), pois estabelece que a moralidade precisa ser guiada por princípios universais que possam ser aplicados a todos os contextos e por Aristóteles (1973), que defende a sabedoria prática como instrumento para ação ética. O jornalista precisa ser capaz de julgar, com autonomia, o que pode ou não pode ser feito com os dados à sua disposição.

A categoria 3 trata sobre Experiência Prática Limitada ou Não Reconhecida e foca principalmente na questão 19, onde todos os respondentes afirmaram nunca ter enfrentado um caso prático onde a privacidade de dados tenha impactado uma reportagem. Essa resposta pode ser interpretada de diferentes formas. A primeira, pode indicar uma ausência de situações conflituosas envolvendo dados pessoais.

Porém, ao considerar os conceitos de capitalismo de vigilância descritos por Zuboff (2021), pode ser que o uso de dados esteja tão naturalizado em seu cotidiano que seus riscos éticos e legais passem despercebidos. Isso também reforça o que Richards e King (2014) trazem como tese, para quem a privacidade está ligada à

autonomia e à dignidade humana, valores que permeiam a prática jornalística. Além disso, Kovach e Rosenstiel (2013) argumentam que independência e responsabilidade são princípios essenciais do jornalista e ignorar os riscos envolvidos com o uso de dados pode significar falta de compromisso.

As respostas da questão 21 trazem à tona a quarta categoria, que trata sobre o Intenso Uso de Plataformas Digitais. Todos os respondentes sinalizaram a utilização de mais de uma plataforma/rede social, confirmando que a prática jornalística está profundamente inserida neste ambiente e isso amplia os desafios éticos e técnicos no tratamento de dados. Como apontam Jenkins (2009) e Veglis e Bratsas (2018), vivemos na era da convergência midiática, na qual os conteúdos circulam em diversas plataformas e a audiência participa ativamente desse fluxo de informações. Dessa forma, os jornalistas precisam dominar e compreender as implicações éticas de cada uma delas.

Bradshaw (2011), quando propôs a pirâmide invertida do jornalismo de dados, já sugeria que o trabalho jornalístico deveria começar pela compreensão dos dados e de suas estruturas, antes de qualquer narrativa. O uso de plataformas de forma intensa, impõe a necessidade de um letramento técnico e ético que acompanhe as transformações da profissão.

Com a categoria 5 denominada Forte Demanda por Ferramentas de Apoio, entendemos as respostas da questão 20, que tem a avaliação 4,5 de 5 sobre a utilidade de uma ferramenta de apoio, indicando que os profissionais estão abertos a novos formatos de aprendizagem. Gee (2008) destaca o potencial dos jogos eletrônicos como instrumentos eficazes de aprendizagem, por sua capacidade de simular contextos reais e fomentar o pensamento crítico. No mesmo sentido, Bogost *et al.* (2010), Marciano (2020) e Paulino *et al.* (2020), defendem que a proposta de *newsgame* de letramento pode responder diretamente a essa lacuna, unindo informação e experiência prática.

Por fim, a categoria 6 trata da Abertura e Interesse em *Newsgames*, visto que a questão 22 aponta que 70% dos respondentes querem conhecer mais sobre os *newsgames*, mesmo que boa parte deles nunca tenha tido contato com o formato. Conforme demonstrado por Marciano (2020), os *newsgames*, especialmente os de

letramento, têm se mostrado eficazes na aproximação entre teoria e prática jornalística. A proposta de um *newsgame* de letramento, voltado à privacidade de dados, portanto, insere-se no contexto ideal: responde a uma demanda formativa explícita, atua sobre lacunas reconhecidas e o formato pode ser bem aceito pelos profissionais alvo da pesquisa.

7.2 Considerações sobre a Qualidade da Análise

Conforme Bauer e Gaskell (2002), a qualidade da análise de conteúdo está na forma em que ela é sistematizada e como é transparente. Durante a análise, buscou-se garantir isso através da definição do corpus, das unidades de análise e codificação, e da explicitação do processo de desenvolvimento das categorias, combinando referenciais teóricos com os dados empíricos. A interpretação foi constantemente referenciada aos dados do questionário e aos objetivos da pesquisa.

De todo modo, existem limitações inerentes aos dados: a análise é baseada em respostas agregadas, o que pode não capturar a totalidade da complexidade individual ou eventuais vieses possíveis. A sumarização das respostas abertas também pode implicar em uma perda de detalhe em relação às respostas originais. No entanto, os padrões consistentes das diferentes questões conferem solidez aos principais achados, fornecendo um diagnóstico relevante das percepções e necessidades dos jornalistas pesquisados, fundamentando adequadamente a proposta de *newsgame* de letramento que será apresentada posteriormente. Além disso, a triangulação dos achados do questionário com a revisão de literatura apresentada anteriormente na dissertação reforça a validade das interpretações aqui apresentadas.

7.3 O *Design Science Research* como Fundamento Metodológico Complementar

A presente pesquisa, em sua essência, alinha-se também aos conceitos do *Design Science Research* (DSR), trazido nos estudos de Hevner *et al.* (2004), como

um percurso metodológico que transcende a mera descrição de fenômenos, focando na criação de artefatos inovadores para solucionar problemas complexos da vida real. Neste contexto, o "problema complexo" reside na lacuna de conhecimento sobre privacidade de dados no jornalismo digital, e o "artefato inovador" é o *newsgame* proposto.

Os autores defendem, também, que diferente do *design* profissional rotineiro, o DSR distingue-se pela clara identificação da contribuição à base de conhecimento de fundamentos e metodologias. Para este trabalho, isso significa não apenas desenvolver um jogo, mas também elucidar os princípios e a metodologia que o tornam um recurso eficaz para o letramento em privacidade de dados. Pesquisadores que utilizam este método devem estar atentos para não supervalorizar o artefato, mantendo uma base teórica adequada para que o artefato não se torne inútil para o mundo real.

Conforme Hevner *et al.* (2004), a DSR requer a criação de um artefato inovador e útil (Diretriz 1) para resolver um problema específico (Diretriz 2). Neste estudo, o *Game Design Document* (GDD) representa a materialização desse artefato, um modelo que, embora não seja um sistema completo em si, serve como base para o desenvolvimento do jogo. A relevância desse artefato é demonstrada pela demanda por ferramentas de apoio identificada na pesquisa, que obteve uma avaliação média de 4,5 em 5, indicando uma alta necessidade por parte dos profissionais.

A avaliação do artefato (Diretriz 3) na DSR, fornece evidências de que aquele produto "funciona" ou alcança a finalidade para o qual foi projetado. Como o artefato proposto neste trabalho é uma proposta de jogo (o GDD) e não um jogo em si, a avaliação não aconteceu por meio de testes de usabilidade do *software* final. Em vez disso, a avaliação se concentrou na coerência, completude e adequação do GDD em relação aos objetivos de letramento em privacidade de dados, bem como à sua viabilidade e potencial inovador. March e Smith (1995) qualificam a avaliação como o processo de determinar o quão bem um artefato alcança sua finalidade.

Venable *et al.* (2010) adicionam que a avaliação formal de um artefato visa também identificar pontos fracos e áreas de melhoria durante a etapa de

desenvolvimento. Dessa forma, a avaliação do GDD foi realizada por meio de uma análise teórica e conceitual, verificando se a estrutura do jogo, seus mecanismos e narrativas estão alinhados com as necessidades identificadas na pesquisa qualitativa e foram descritas no decorrer da explicação do artefato, no capítulo 7 do trabalho. Esta abordagem assegura o rigor da pesquisa, mesmo sem a testagem de um produto final, pois foca na validade e potencial da proposta conceitual como uma contribuição para o campo.

A aplicação da DSR, conforme enfatizado por Hevner *et al.* (2004), envolve um processo de busca rigorosa, descrevendo o espaço do problema e desenvolvendo mecanismos para encontrar uma solução eficaz (Diretriz 6). Essa abordagem iterativa do *design*, em que se parte da simplificação do problema para, gradual e iterativamente, ampliar o escopo e testar a solução, é central para a construção do *newsgame*.

Ao focar na interação do artefato (o *newsgame*) com o ambiente (a prática jornalística), busca-se não apenas desenvolver um recurso, mas também gerar conhecimento sobre a natureza do problema e da solução proposta, o que se alinha com a Diretriz 4 da DSR, a Contribuição da Pesquisa. Esta contribuição pode se dar através do artefato desenhado, das fundações do *design* ou em metodologias de construção e avaliação. O artefato criado deve ser rigorosamente definido, formalmente representado, coerente e consistente.

Por fim, a DSR preconiza que os resultados devem ser comunicados tanto para a comunidade científica quanto para a audiência impactada pelo problema e sua solução (Diretriz 7). A presente dissertação, ao detalhar a metodologia DSR e apresentar o GDD, visa cumprir essa diretriz, informando não só a academia sobre a proposta, mas também os jornalistas sobre uma potencial ferramenta para aprimorar suas práticas, traduzindo as complexidades técnicas em uma linguagem acessível e útil para ambos os públicos.

8 APLICAÇÃO PRÁTICA: PROPOSTA DE *NEWSGAME* DE LETRAMENTO

Considerando o percurso da pesquisa, desde a identificação da lacuna no letramento em privacidade de dados entre jornalistas, passando pela aplicação de questionários e análise de conteúdo, verificou-se não apenas a consciência da importância do tema, mas também as necessidades formativas específicas e o interesse por novas ferramentas de aprendizagem. A análise dos dados coletados, além de validar a relevância de um *newsgame* como ferramenta de letramento, também forneceu subsídios para uma proposição com essa finalidade.

Este estudo, com sua natureza aplicada, tem como artefato a elaboração de um *Game Design Document* (GDD), baseado na pesquisa de Carlos Marciano (2020), que propõe um *Game Design Document para Newsgames*, tendo como base o lide jornalístico. O documento funciona como uma proposta conceitual e técnica para um *newsgame* de letramento focado em privacidade de dados.

Como resultado prático desta pesquisa, apresenta-se a proposta do *newsgame* "Guardiões da Notícia: O Desafio da Privacidade". Trata-se de um jogo no formato de quiz narrativo no qual o jogador assume o papel de Ana, uma jornalista recém formada, encarregada de investigar uma complexa denúncia de violação de dados envolvendo um popular aplicativo de mensagens. O objetivo é simular os desafios e dilemas éticos do cotidiano da profissão, exigindo a aplicação de conhecimentos sobre a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) para a construção de uma reportagem precisa e responsável.

A estrutura desta proposta de *newsgame* está ancorada nas categorias analíticas que foram identificadas na fase de análise de conteúdo, bem como nos estudos de Marciano (2020), que tiveram como principal objetivo adaptar o planejamento de jogos para o contexto jornalístico, unindo as definições do GDD com os conceitos de notícia e linguagem jornalística. O modelo proposto pelo autor é composto por 13 tópicos, descritos no quadro abaixo e que serão melhor detalhados à medida que cada tópico for explicado:

Quadro 7 - Checklist de desenvolvimento do GDD.

Seção do GDD	Descrição
História (O quê?)	Detalha a história do jogo, incluindo o fato ocorrido.
Objetivos (Por quê?)	Apresenta os propósitos do jogo, que podem estar ligados à causa ou aos motivos do fato noticioso, respondendo à pergunta "Por quê?".
Equipe e <i>Deadline</i>	Tempo disponível para o desenvolvimento e a equipe mínima necessária.
<i>Gameplay</i> e Plataforma (Como?)	A mecânica do jogo, como o jogador alcança os objetivos, recompensas, desafios e a plataforma em que será lançado. Sugere que o gameplay simule o modo como o fato noticiado ocorreu.
Personagens (Quem?)	Características físicas e de personalidade dos personagens. Sugere que o personagem controlado representa o envolvido no fato noticiado.
Inimigos	Detalhamento das características e habilidades dos oponentes, ou elementos que dificultam o jogo, como o tempo.
Universo do Jogo (Onde? Quando?)	Descrição e ilustração dos cenários e mapas, e a representação do tempo e local do fato noticiado.
Controles	Como os botões do jogo são acessados e os personagens controlados.
Câmera	Tipo de visualização do jogo (primeira pessoa, de cima para baixo, etc.).

Interface	Design das telas do jogo (menu, pause, etc.) e os elementos de indicação.
Cutscenes	Descrição de vídeos ou animações narrativas, se presentes.
Cronograma	Divisão de tarefas e prazos de desenvolvimento.
Orçamento	Planejamento dos custos com pessoal e infraestrutura.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025), com base em Marciano (2020).

Considerando que o artefato desenvolvido corresponde a um *Game Design Document* (GDD) e que não há definição estabelecida para a etapa de implementação do jogo, as seções dedicadas a *Deadline*, *Cronograma* e *Orçamento* não foram contempladas nesta pesquisa. Conforme argumenta Marciano (2020), o desenvolvimento de um *newsgame* não exige, de forma mandatória, o preenchimento integral de todos os tópicos previstos em um GDD. O elemento essencial para sua concepção reside na definição clara e consistente de sua mecânica de jogo, capaz de sustentar o propósito educativo e interativo do artefato.

8.1 Checklist do Lead (Lide)

De acordo com Lage (2001), o *lead* é o primeiro parágrafo da notícia em jornalismo impresso ou a abertura do texto nos noticiários radiofônicos. É o relato sumário e ordenado chamado de o fato mais interessante de uma série e não o resumo de uma notícia toda. A técnica é também conhecida como pirâmide invertida, onde as informações são dispostas em ordem decrescente de importância. Para surtir esse efeito, o lide deve responder a seis perguntas básicas: O quê?, Quem?, Quando?, Onde?, Como? e Porquê?, as quais, para a presente pesquisa, foram respondidas no quadro abaixo:

Quadro 8 - Checklist do Lead.

Pergunta	Identificação dos Elementos
O quê?	O desenvolvimento de um <i>newsgame</i> para promover o letramento em privacidade de dados para jornalistas.
Quem?	Jornalistas e demais interessados em aprofundar seus conhecimentos sobre o uso ético e proteção de dados pessoais na prática jornalística.
Quando?	Atualmente (contexto contemporâneo de desafios do jornalismo digital e ascensão das leis de proteção de dados, como a LGPD no Brasil).
Onde?	No campo do jornalismo digital, com foco em redações e práticas jornalísticas.
Como?	Através de um jogo de perguntas e respostas (quiz) que simula dilemas reais do cotidiano jornalístico, abordando a LGPD, o consentimento de dados e a identificação de riscos.
Por quê?	Para suprir lacunas de conhecimento em privacidade de dados entre jornalistas, conforme pesquisa que revelou forte demanda por ferramentas de apoio e interesse em <i>newsgames</i> como forma de aprendizagem.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Assim, tendo como base as seis perguntas do lide jornalístico, Carlos Marciano (2020) propõe um modelo de *Game Design Document* (GDD) para *newsgame*, detalhado nas seções abaixo.

8.2 A História (O quê?)

De acordo com o estudo de Marciano (2020), este item aborda a descrição detalhada da história, contendo começo, meio e fim. Apresenta uma breve descrição

do ambiente onde o jogo acontece e dos principais personagens envolvidos. Aqui, deve-se incluir a resposta para a primeira pergunta do *lide* jornalístico (O quê?), ou seja, apresentar o fato ocorrido.

Segundo o autor, a narrativa do *newsgame* deve remeter diretamente ao conteúdo jornalístico que motivou sua concepção, seja vinculando-se a uma matéria já publicada, quando o jogo atua como extensão de outra mídia, seja apresentando de forma autônoma o tema em debate, como ocorre nos *newsgames* de caráter editorial. Recomenda-se que essa relação temática esteja explícita no próprio artefato, seja por meio de elementos textuais, como a inserção do título ou de informações na tela inicial, seja pela disponibilização de links que direcionam o jogador ao conteúdo original que fundamentou o desenvolvimento do jogo.

8.2.1 Aplicação no artefato:

Para o GDD proposto, o jogo terá como título: “**Guardiões da Notícia: O Desafio da Privacidade**” e acontece na redação caótica do “Factual”, um dos portais de jornalismo investigativo mais respeitados do Brasil. É o primeiro dia de Ana no emprego. Recém formada, ela sente o peso do “impostor” em meio a repórteres veteranos que correm contra prazos impossíveis.

No final do dia, quando a adrenalina da redação começa a baixar, ela é chamada à sala de Mendes, o editor chefe. Ele é uma lenda do jornalismo, um homem cuja carreira foi forjada no papel e na apuração de rua, e que enxerga o jornalismo digital com uma mistura de admiração e desconfiança profunda. Em sua mesa, ele desliza um tablet na direção de Ana. Na tela, uma denúncia anônima: um trecho de código e uma mensagem cifrada sobre o “ConectaVoz”, um aplicativo de mensagens que virou febre nacional por sua suposta criptografia inquebrável. A denúncia sugere que o app está secretamente coletando dados de geolocalização e áudio de seus usuários no Brasil e enviando para servidores no exterior, uma aparente violação flagrante da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

“Recebemos isso há uma hora”, diz Mendes, com o tom de quem já viu de tudo. “Todo mundo aqui está atolado em outras investigações. Mas isso tem um cheiro forte. Ninguém quer tocar nisso sem ter certeza absoluta.” Ele se recosta na

cadeira e fita Ana. "Ouvi dizer que você se interessava por tecnologia na faculdade. Essa pauta é sua. Mas entenda bem: não quero uma matéria baseada em "prints" de rede social. Quero a lei, o fato, a prova. Quero que você entenda a LGPD, a compare com a GDPR europeia e as leis da Califórnia para saber onde estamos pisando. Se vamos acusar uma empresa gigante, nossa matéria precisa ser à prova de balas, inquestionável."

A jornada de Ana se torna a jornada do jogador. Cada módulo do quiz representa um avanço em sua investigação. A escolha do jogador define o parágrafo final da matéria e o desfecho do jogo. Ao publicar, a tela final mostra a manchete do "Factual" e a repercussão do seu trabalho, que varia com base em seu "Índice de Credibilidade" e em suas escolhas éticas. Ela pode se tornar a jornalista que expôs um escândalo nacional de privacidade, ou aquela cuja primeira grande matéria precisou de uma nota de correção no dia seguinte. A história de Ana é, em essência, a história sobre como, no jornalismo moderno, a precisão e a ética são os verdadeiros guardiões da notícia.

8.3 Objetivos (Por Quê?)

Conforme explica Marciano (2020), a definição dos objetivos de um *newsgame* deve contemplar, de maneira geral, aquilo que se espera que o jogador alcance ao longo da experiência. Essa etapa envolve a indicação da meta do personagem principal, a finalidade do jogo, seja ela educativa, comercial ou de entretenimento e o público a que se destina. O detalhamento desses objetivos será desenvolvido no momento em que o *gameplay* for descrito, mas é importante que o GDD já sinalize o direcionamento pretendido para o artefato.

Marciano (2020) aponta que os objetivos podem dialogar diretamente com a estrutura narrativa da notícia que deu origem ao *newsgame*. Nesse sentido, a resposta ao "porquê" do fato noticiado pode ser transposta para o jogo de duas maneiras. A primeira consiste em alinhar o objetivo ao *gameplay*, representando direta ou indiretamente a causa do evento jornalístico.

Outra forma de estabelecer os objetivos, segundo o autor, está relacionada à função comunicativa do *newsgame*. Nesse caso, o foco não recai sobre a causa do

evento, mas sobre o propósito da criação do jogo em si e sua conexão com o conteúdo noticioso. O *newsgame* pode ser concebido para complementar matérias publicadas em portais ou outros veículos, satirizar determinado tema ou facilitar o entendimento de conteúdos complexos, como reportagens de economia. Marciano (2020) recomenda, ainda, que tais jogos sejam pensados para alcançar um público amplo, de forma a ampliar o potencial de disseminação da informação e estimular o engajamento com o conteúdo jornalístico em múltiplas camadas.

8.3.1 Aplicação no artefato:

O principal objetivo do *newsgame* Guardiões da Notícia: O Desafio da Privacidade consiste em capacitar jornalistas a compreender os fundamentos das legislações de proteção de dados, como a LGPD, bem como sua aplicação prática nos processos de apuração e no cotidiano. Essa proposta reforça a ideia de que a precisão e a ética constituem elementos indispensáveis para a credibilidade jornalística. Tal direcionamento dialoga com os resultados obtidos na pesquisa, que evidenciaram lacunas significativas no domínio prático da LGPD e na identificação de riscos, mesmo diante do reconhecimento da relevância do letramento em privacidade.

Nesse contexto, o *newsgame* de letramento, conforme delineado nesta dissertação, configura-se como um recurso capaz de aproximar o público das especificidades da prática jornalística, abrangendo desde técnicas de apuração até normas éticas de conduta. A concepção do jogo busca, portanto, atender à demanda identificada por ferramentas de apoio que contribuam para suprir essas deficiências formativas.

A finalidade do *game* é educativa, classificado como um *newsgame* de letramento (*literacy newsgame*). O público-alvo principal são jornalistas e estudantes de jornalismo, mas o jogo é projetado para ser acessível a qualquer interessado em aprofundar seus conhecimentos sobre privacidade de dados no contexto da comunicação. O "porquê" do jogo é, portanto, diretamente atrelado à necessidade de capacitação e à forte demanda por ferramentas de apoio identificadas nos resultados da pesquisa, onde 95% dos respondentes consideraram o letramento em

privacidade essencial, e 70% manifestaram interesse em *newsgames* como forma de aprendizagem.

8.4 Equipe e Deadline

De acordo com Marciano (2020), o planejamento do desenvolvimento de um *newsgame* envolve a definição do tempo disponível, da quantidade de profissionais necessários e das especialidades que irão compor a equipe. O período de produção influencia diretamente a complexidade do projeto e o perfil dos profissionais envolvidos, sendo determinante para a escolha das estratégias e do formato do jogo. Dessa forma, a etapa de planejamento permite alinhar expectativas e recursos, garantindo que o artefato seja desenvolvido de forma coerente com seus objetivos.

A composição da equipe de trabalho é outro aspecto relevante nesse processo. Marciano (2020) indica que uma equipe mínima deve contar com um jornalista, responsável por apurar o conteúdo e assegurar a fidelidade da narrativa ao objetivo do *newsgame*; um artista, encarregado da criação dos elementos gráficos, como cenários, personagens, fotografias ou ilustrações, muitas vezes encontrado em setores de infografia, fotografia ou *web design* das próprias redações; e um programador, responsável pela implementação do jogo na linguagem ou *software* escolhido, função que pode ser desempenhada por profissionais de Tecnologia da Informação da organização. Embora seja possível que profissionais realizem tarefas distintas, a colaboração entre especialistas favorece a qualidade do produto final e a redução do tempo de desenvolvimento.

Marciano (2020) observa que *newsgames* de maior qualidade exigem planejamento e integração entre os profissionais desde o início do projeto. Não é recomendável que sejam produzidos em ritmo semanal ou diário, pois o desenvolvimento apressado tende a comprometer a experiência do jogador e a clareza da mensagem jornalística. A produção deve ser articulada às reuniões de pauta, permitindo que o jogo seja pensado de forma simultânea à evolução da reportagem. Essa integração possibilita um alinhamento constante entre o conteúdo noticioso e o design do jogo, além de favorecer a identificação e resolução ágil de eventuais dificuldades técnicas ou narrativas durante o processo.

Além do tempo e da equipe, a dimensão financeira precisa ser considerada no planejamento do *newsgame*. Quando há necessidade de contratação de profissionais externos, os custos de mercado devem ser avaliados, bem como a verba disponível para o projeto. O autor recomenda que, antes de iniciar a produção, questões estratégicas sejam respondidas, tais como: o momento ideal para o lançamento do jogo, se a divulgação ocorrerá junto à matéria ou de forma independente, se a equipe interna é suficiente para executar o projeto ou se será necessário recorrer a colaboradores externos, e qual será o investimento necessário para cada profissional envolvido. Essa avaliação prévia permite estruturar o desenvolvimento do artefato de maneira organizada e financeiramente viável, favorecendo a entrega de um produto final consistente e alinhado aos objetivos editoriais.

8.4.1 Aplicação no artefato:

O desenvolvimento do *Game Design Document* (GDD) para o *newsgame* Guardiões da Notícia: O Desafio da Privacidade refere-se a uma concepção inicial do *game*. Por se tratar de um artefato em fase de planejamento, não há equipe de desenvolvimento ou prazos de execução previamente estabelecidos. A definição de funções específicas, cronograma de produção e eventuais recursos financeiros dependerá de uma etapa posterior, vinculada à efetiva implementação do jogo. Dessa forma, o GDD cumpre, neste momento, o papel de detalhar os objetivos, mecânicas e estrutura narrativa do *newsgame*, servindo como base conceitual para sua futura produção.

8.5 Gameplay e plataforma (Como?)

Marciano (2020) destaca que a descrição do *gameplay* constitui uma das etapas mais abrangentes e relevantes na elaboração de um *Game Design Document* (GDD), pois explicita o funcionamento do jogo e orienta todas as etapas subsequentes de desenvolvimento. Nesse item, detalham-se os elementos essenciais que permitem compreender como o jogador interage com o artefato, desde a mecânica adotada até as condições de vitória e derrota. A definição clara

desses aspectos possibilita alinhar os objetivos educativos e narrativos do *newsgame* às expectativas de jogabilidade.

De acordo com o autor, a descrição do *gameplay* deve contemplar questões como a mecânica principal do jogo, o número de fases ou etapas que o compõem, e os desafios que serão propostos ao jogador, bem como os métodos necessários para superá-los. Também é importante explicitar como ocorre a progressão, de que forma a dificuldade aumenta ao longo da experiência e como o sistema de recompensas é estruturado, incluindo pontos, itens colecionáveis ou benefícios específicos que estimulem o engajamento do jogador.

Marciano (2020) sugere que a relação entre *gameplay* e narrativa jornalística pode se estabelecer de duas formas. A primeira ocorre quando o jogo simula diretamente o modo como o fato noticiado aconteceu, permitindo ao jogador vivenciar o evento e compreender suas consequências de forma interativa. A segunda forma ocorre quando o *gameplay* não reproduz exatamente o evento, mas transmite o conteúdo por meio de mecânicas que reforçam o tema abordado, seja pela exploração do ambiente, pela resolução de desafios ou por interações narrativas com os elementos do jogo.

Além disso, essa seção do GDD deve apresentar um panorama inicial sobre o design das fases, detalhando como os objetivos serão atingidos, quais desafios e recompensas estarão presentes e de que forma a informação jornalística será incorporada à experiência. É igualmente relevante indicar em quais plataformas o jogo será disponibilizado, *web*, *mobile*, *Android*, *iOS*, ou mesmo formatos físicos como cartas e tabuleiros, já que essa decisão orienta o trabalho de artistas e programadores no que diz respeito às linguagens, resoluções e ferramentas que serão utilizadas no desenvolvimento do artefato.

Em síntese, o detalhamento do *gameplay* organiza as ideias centrais que nortearão a construção do *newsgame*, oferecendo uma visão estruturada do percurso do jogador e da integração entre entretenimento e conteúdo informativo. Para Marciano (2020), esse registro sistemático no GDD não apenas viabiliza o desenvolvimento técnico, mas também assegura que o artefato atenda simultaneamente às funções lúdicas e educativas para as quais foi concebido.

8.5.1 Aplicação no artefato:

O *newsgame* "Guardiões da Notícia: O Desafio da Privacidade" é um *quiz* narrativo focado na simulação das etapas de uma investigação jornalística. No papel da repórter Ana, o jogador deve analisar uma denúncia contra o aplicativo "ConectaVoz", respondendo a perguntas sobre os conceitos e a aplicação prática de leis de proteção de dados como a LGPD e a GDPR, em um contexto real. O *game* será dividido em 4 módulos, com diferentes temáticas.

O primeiro módulo, intitulado como "A Denúncia - Entendendo a LGPD", se concentra em estabelecer a base de conhecimento sobre a LGPD. O objetivo é que o jogador, como Ana, compreenda que a denúncia anônima contra o app "ConectaVoz" é, de fato, uma violação da lei brasileira. As perguntas são baseadas nas lacunas de conhecimento identificadas na pesquisa. O quadro 9 detalha as perguntas:

Quadro 9 - Perguntas do módulo 1.

Descrição do Módulo	Perguntas
Módulo 1 - A Denúncia - Entendendo a LGPD	Pergunta 1: De acordo com a LGPD, a coleta de dados de geolocalização e áudio dos usuários, sem o consentimento deles, se enquadra em qual categoria? Opções: a) Dados de uso e navegação. b) Dados pessoais e sensíveis. c) Dados públicos.

	Pergunta 2: O fato de o aplicativo "ConectaVoz" enviar dados de geolocalização e áudio de usuários brasileiros para servidores no exterior, sem autorização, é uma violação da LGPD? Opções: a) Não, pois a LGPD só se aplica a servidores dentro do Brasil. b) Sim, pois a LGPD se aplica a qualquer tratamento de dados de brasileiros, independentemente de onde o servidor esteja localizado. c) Sim, mas apenas se os usuários tiverem feito uma reclamação formal à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).
	Pergunta 3: Qual dos princípios a seguir, estabelecido pela LGPD, o aplicativo "ConectaVoz" estaria violando ao coletar dados secretamente? Opções: a) Princípio da Qualidade dos Dados. b) Princípio da Livre Acesso. c) Princípio da Finalidade e Transparência.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O módulo 2, tem como título “O Padrão Global - GPDR e Leis Internacionais” e seu principal objetivo é contextualizar a denúncia em um cenário global, conforme a solicitação do editor Mendes para que Ana compare a LGPD com a GDPR europeia. O quadro 10 ilustra as perguntas referentes ao módulo 2:

Quadro 10 - Perguntas do Módulo 2.

Descrição do Módulo	Perguntas
Módulo 2 - O Padrão Global - GDPR e Leis Internacionais	Pergunta 1: Qual das leis internacionais de proteção de dados a seguir tem um escopo de aplicação similar ao da LGPD, protegendo dados de seus cidadãos independentemente de onde a empresa esteja sediada? Opções: a) Lei de Proteção da Privacidade Online para Crianças (COPPA). b) Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR). c) Lei de Privacidade do Consumidor da Califórnia (CCPA).
	Pergunta 2: O editor Mendes pede a Ana para se basear em "leis da Califórnia" na matéria. A Lei de Privacidade do Consumidor da Califórnia (CCPA) se diferencia da LGPD por: Opções: a) Focar na proteção de dados de crianças e adolescentes. b) Ser uma lei mais focada em direitos do consumidor e não em direitos fundamentais. c) Ser aplicada apenas a empresas de tecnologia sediadas na Califórnia.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O Módulo 3: O Flagrante - Analisando o “ConectaVoz”, exige que o jogador aplique o conhecimento adquirido para analisar a denúncia de forma prática e conversando com esta pesquisa, que enfatiza sobre a importância de um processo rigoroso de verificação e apuração dos fatos. O quadro 11 detalha as perguntas:

Quadro 11 - Perguntas do Módulo 3.

Descrição do Módulo	Perguntas
Módulo 3 - O Flagrante - Analisando o 'ConectaVoz'	Pergunta 1: A denúncia anônima inclui um trecho de código e uma mensagem cifrada. Qual é o primeiro passo de Ana para verificar a veracidade da denúncia? Opções: a) Publicar imediatamente, citando a fonte anônima. b) Enviar a denúncia a um especialista em segurança de dados e criptografia para uma análise técnica. c) Postar o trecho de código em redes sociais para pedir ajuda da comunidade.
	Pergunta 2: O especialista em dados informa que o aplicativo possui uma falha de segurança que permite o acesso a dados de áudio. Ana descobre que uma fonte, que forneceu informações sobre a falha, é na verdade uma ex-funcionária que teve acesso a dados sigilosos da empresa e os usou para a denúncia. Como Ana deve proceder? Opções: a) Publicar a matéria usando as informações da fonte, já que a informação é de interesse público. b) Decidir não usar a fonte e tentar validar a informação por outros meios, pois a fonte pode ter cometido um crime de acesso indevido. c) Publicar a matéria e dar o crédito para a fonte, pois isso reforça a credibilidade da denúncia.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

No quarto e último módulo, denominado “A Publicação - Ética e Consequências”, ocorre o clímax do jogo, onde o jogador deve tomar decisões finais que impactarão diretamente o desfecho. O quadro 12 ilustra as perguntas do módulo:

Quadro 12 - Perguntas do Módulo 4.

Descrição do Módulo	Perguntas
Módulo 4 - A Publicação - Ética e Consequências	Pergunta 1: Ao finalizar a matéria, Ana descobre que a denúncia se baseia em uma cláusula do Termo de Uso do aplicativo, que permitia a coleta dos dados, mas estava escrita de forma ambígua e escondida. Como Ana deve abordar isso na matéria? Opções: a) Ignorar a cláusula, pois o app a escondeu propositalmente. b) Destacar a cláusula, criticando a falta de transparência da empresa. c) Apenas mencionar a cláusula em uma nota de rodapé.
	Pergunta 2: O editor Mendes, ao revisar o texto, sugere que Ana insira na reportagem os nomes de alguns dos usuários que tiveram seus dados coletados, afirmando que "isso dará rosto ao problema". Como Ana deve agir, considerando a LGPD e o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros? Opções: a) Aceitar, pois o editor é o chefe e a informação tem interesse público. b) Recusar, pois a exposição dos nomes violaria o direito à privacidade dos usuários, a menos que tenham consentido com a exposição. c) Recusar, pois a exposição de nomes de usuários não é um dado relevante para a matéria.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

A dificuldade aumenta progressivamente à medida que a história avança, exigindo do jogador não apenas conhecimento, mas também a capacidade de tomar decisões éticas sob pressão. A progressão do jogo está ligada ao avanço da investigação, onde cada módulo do quiz representa uma etapa do processo de apuração de Ana.

Quanto ao sistema de recompensas, elemento importante do *newsgame*, ele foi projetado para refletir a importância da precisão e da ética no jornalismo digital. A principal recompensa, além do avanço da narrativa, é o aumento do “Índice de Credibilidade” da Ana. Cada resposta correta tomada pelo jogador contribui diretamente para esse índice, simulando o reconhecimento profissional e a construção de uma reputação sólida. O jogador é incentivado a buscar o conhecimento e a agir de forma responsável, pois cada ação tem um impacto direto no resultado final da matéria.

Por outro lado, o jogo também penaliza decisões incorretas, reforçando a ideia de que a falta de rigor tem consequências. O principal mecanismo de punição é o “*Deadline*”, um cronômetro que diminui com cada erro. Isso cria um senso de urgência e simula a pressão por prazos que existe em uma redação. O tempo é um recurso valioso e limitado, e cada decisão errada consome esse recurso, aumentando o risco de a matéria não ser publicada a tempo ou de ser feita de forma apressada.

A combinação desses dois sistemas, o de recompensa e o de punição, pode gerar um desfecho com múltiplos finais baseados em um “Índice de Credibilidade” final. A condição de vitória não é simplesmente concluir o jogo, mas sim alcançar um índice alto o suficiente para que a matéria seja publicada com sucesso, o que varia de um “Furo de Reportagem” a um “Escândalo Nacional”. Em contraste, a derrota ocorre quando a matéria é publicada com erros e precisa de uma “Nota de Correção”, o que afeta diretamente a reputação do jornal e de Ana como jornalista. O quadro 13 detalha o sistema de recompensa, punição e condição de vitória:

Quadro 13 - Sistema de Recompensa, Punição e Condição de Vitória.

Sistema de Recompensa/Punição	Descrição Detalhada
Recompensa Principal: Índice de Credibilidade	A pontuação do jogador é medida por um “Índice de Credibilidade”, que aumenta a cada resposta correta e decisão ética na apuração. Esta pontuação reflete o rigor e a responsabilidade da jornalista.

Mecanismo de Punição: O Deadline	Um cronômetro marca o prazo para a conclusão da matéria. Cada resposta incorreta ou decisão questionável diminui o tempo disponível, simbolizando a perda de tempo na verificação e a pressão por prazos.
Condição de Vitória: Múltiplos Finais	O desfecho da história depende do "Índice de Credibilidade" final. Existem três resultados possíveis, com a vitória máxima sendo alcançada com um índice superior a 90%.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O jogo pode ter 3 finais distintos, que variam de acordo com o "Índice de Credibilidade" alcançado pelo jogador. O primeiro final, de derrota, ocorre quando o índice fica abaixo de 50%, resultando em uma "Nota de Correção" para a matéria, pois ela foi publicada com erros e o portal precisa se retratar. O segundo final, considerado um sucesso moderado, é alcançado com um índice entre 50% e 89%, culminando em um "Furo de Reportagem" que, embora bem sucedido, gera debate e sugere que a apuração poderia ser mais aprofundada. Por fim, a vitória máxima se dá com um índice igual ou superior a 90%, resultando em um "Escândalo Nacional", com uma matéria que gerou um impacto profundo e inquestionável, levando a investigações oficiais contra o aplicativo "ConectaVoz".

A plataforma de lançamento inicialmente prevista para o *newsgame* é a *Web*, utilizando tecnologia HTML. Essa escolha busca assegurar o acesso amplo ao público alvo, formado por estudantes e profissionais de jornalismo, por meio de navegadores em computadores de mesa. A definição da plataforma final, contudo, permanece flexível e dependerá das decisões tomadas na fase de desenvolvimento, considerando a futura equipe disponível e as etapas previstas no *Game Design Document* (GDD).

8.6 Personagens (Quem?)

Marciano (2020) observa que, ao elaborar a seção de personagens de um *Game Design Document* (GDD), devem ser definidos aspectos físicos e comportamentais que conferem identidade ao protagonista ou às figuras centrais do

jogo, como nome, idade, aparência e temperamento. Refletir sobre o histórico do personagem contribui para a coerência narrativa, permitindo compreender seu papel no universo do *newsgame* e a forma como evolui ao longo da experiência. Também é relevante registrar suas habilidades, possíveis transformações durante o jogo e as ações disponíveis ao jogador, como andar, correr, saltar ou escalar, de acordo com a mecânica adotada. Embora personagens não sejam obrigatórios em *newsgames*, sua presença pode enriquecer a experiência de jogo, desde que esteja alinhada aos objetivos narrativos e educativos do artefato.

Quando o *newsgame* opta por incluir personagens, Marciano (2020) recomenda que eles representem virtualmente o elemento “quem?” do lide jornalístico, funcionando como uma ponte entre o conteúdo noticioso e a interação do jogador. Essa conexão fortalece a imersão na narrativa e facilita a compreensão do contexto abordado. Sempre que possível, a inclusão de esboços ou representações gráficas no GDD é aconselhável, pois orienta artistas e programadores nas etapas futuras de desenvolvimento, garantindo que a estética do personagem dialoga com o conteúdo e os objetivos propostos para o jogo.

8.6.1 Aplicação no artefato:

Para o artefato em questão, serão dois personagens. Ana, 23 anos, é uma jovem recém-formada em jornalismo e representa o avatar do jogador na narrativa do *newsgame*. Sua aparência reflete o início de carreira: trajes casuais, porém profissionais, típicos de uma redação moderna, e um semblante que mistura entusiasmo com a ansiedade de enfrentar sua primeira grande pauta. Curiosa, determinada e interessada em tecnologia desde a faculdade, Ana enfrenta o peso da “síndrome do impostor” entre colegas mais experientes, mas evolui ao longo do jogo de uma profissional insegura para uma jornalista confiante, capaz de tomar decisões éticas sob pressão. Suas habilidades são predominantemente intelectuais: analisar dados em uma interface simulada, interagir com e-mails e mensagens para avançar na investigação e escolher caminhos em dilemas éticos que impactam diretamente a apuração jornalística.

O segundo jogador é Mendes, que tem entre 50 e 60 anos, é o editor chefe do portal investigativo *Factual* e personifica a tradição do jornalismo construído “no papel e na rua”. Sua aparência transmite experiência, reforçando seu ceticismo em relação ao jornalismo digital e sua postura exigente diante das novas práticas da redação. No *newsgame*, ele atua simultaneamente como mentor e obstáculo, estabelecendo prazos, cobrando precisão absoluta e representando a pressão editorial que acompanha o jornalismo investigativo.

8.7 Inimigos

Para Marciano (2020), os inimigos em um *newsgame* correspondem a qualquer elemento que imponha desafios ao jogador, podendo inclusive ser representados por fatores abstratos, como o tempo em jogos cronometrados. Para defini-los, é necessário considerar aspectos como a quantidade, o momento em que aparecem, o grau de dificuldade que apresentam e o comportamento durante a interação, incluindo suas habilidades e formas de ataque. Também se deve especificar como podem ser superados, quais recompensas oferecem ao jogador, como pontos, acesso a novas áreas ou progressão na narrativa e de que forma contribuem para a evolução da experiência de jogo.

Assim como ocorre com os personagens, Marciano (2020) recomenda que os inimigos tenham suas características físicas, comportamentais e funcionais descritas no *Game Design Document* (GDD), além de esboços ou representações gráficas sempre que possível. Embora a presença de inimigos não seja obrigatória em *newsgames*, sua inclusão, quando prevista, deve estar alinhada à narrativa e à mecânica, de modo a reforçar os objetivos educativos e interativos do artefato.

8.7.1 Aplicação no artefato:

No *newsgame* Guardiões da Notícia: O Desafio da Privacidade, o principal inimigo é representado pelo prazo de entrega (*Deadline*), simbolizado por um cronômetro que avança continuamente e acelera a cada decisão incorreta. Esse elemento traduz a pressão típica das redações, na qual a velocidade e a precisão caminham lado a lado. Para superá-lo, o jogador deve responder corretamente às

questões apresentadas e tomar decisões rápidas, garantindo que a matéria seja finalizada dentro do tempo estipulado.

8.8 Universo do jogo (Onde? – Quando?)

Marciano (2020) destaca que o planejamento dos cenários e mapas em um *newsgame* deve considerar a conexão entre as fases, a estrutura do mundo do jogo e as emoções que cada ambiente pretende transmitir. Essa etapa envolve também a definição de recursos sonoros, como músicas e efeitos, que contribuem para a ambientação e fornecem *feedback* ao jogador durante a experiência. A descrição visual e sonora de cada fase deve estar alinhada à proposta narrativa e educativa do jogo, de modo que a imersão favoreça tanto o engajamento lúdico quanto a compreensão do conteúdo jornalístico.

Além da ambientação, Marciano (2020) sugere que os cenários funcionem como pontos de acesso à informação jornalística, explicitando onde e como o jogador terá contato com dados, documentos ou pistas que representam a apuração noticiosa. Elementos como menus informativos, objetos interativos e símbolos gráficos podem indicar o “quando” e o “onde” do lide, contextualizando temporal e espacialmente o fato retratado. Assim, a integração entre cenário, narrativa e sons potencializa a experiência do *newsgame* e reforça sua função de letramento em privacidade de dados.

8.8.1 Aplicação no artefato:

Para a realidade do *newsgame* proposto neste trabalho, o universo é simples: a redação do portal *Factual*, descrita como um ambiente dinâmico que serve de referência para o jogador. A narrativa tem início na sala do editor chefe Mendes, marcada por uma mesa de vidro que simboliza formalidade e controle, sendo o local onde Ana recebe a denúncia que dará início à investigação. A composição desse espaço busca transmitir a atmosfera de pressão e de rigor característica do jornalismo investigativo.

8.9 Controles

Para Marciano (2020), a definição dos controles é um aspecto essencial no planejamento de qualquer jogo, incluindo os *newsgames*, pois influencia diretamente a programação e a experiência do jogador. Cada plataforma demanda soluções específicas: em dispositivos móveis, predominam os comandos por *touchscreen*, enquanto em computadores a interação ocorre, em geral, por teclado e mouse. Os controles podem ser apresentados em menus explicativos, no decorrer da partida ou, em casos específicos, podem ser omitidos, assumindo que o jogador já possua familiaridade com o gênero do jogo.

O *Game Design Document* (GDD) também deve registrar, sempre que possível, um esboço visual do controle, indicando botões e respectivas funções, além de possíveis combinações de comandos, como abrir menus, silenciar o som ou ativar habilidades especiais. Quando o *newsgame* é planejado para múltiplas plataformas, a programação precisa contemplar essas diferenças, o que pode demandar ajustes de layout e de resolução para cada dispositivo.

8.9.1 Aplicação no artefato:

A mecânica do *newsgame* proposto, combina quiz e simulação narrativa, o que dispensa movimentos complexos de personagens e prioriza interações simples e diretas com a interface. No computador (*Web*), o mouse será o principal método de interação, permitindo clicar em opções de resposta, navegar entre telas, interagir com botões e caixas de diálogo, além de arrastar elementos, como documentos ou trechos de código. O teclado terá uso opcional, com a tecla “Enter” para confirmações rápidas e setas direcionais para navegação básica em algumas telas de quiz.

Nos dispositivos móveis, as interações ocorrerão por *touchscreen*. O toque funcionará como o clique do mouse, sendo usado para selecionar respostas, navegar entre telas e interagir com os elementos da interface. O gesto de arrastar permitirá simular a manipulação de documentos ou dados, mantendo a experiência intuitiva e compatível com a proposta de simulação narrativa do jogo.

8.10 Câmera

Em *newsgames*, o uso de câmera tende a ser simplificado, uma vez que seu objetivo principal é oferecer ao jogador uma visão clara dos cenários e elementos interativos, de acordo com os estudos de Marciano (2020). No contexto do *Game Design Document*, a câmera corresponde ao recurso técnico do *software* de desenvolvimento que define como os objetos são visualizados na tela, organizando a disposição dos elementos visuais e orientando a experiência do jogador. Alterações de perspectiva, como visão em primeira pessoa, de cima para baixo ou com aproximações específicas, devem ser registradas no GDD juntamente com sua função, seja para destacar um inimigo, acessar o mapa ou enfatizar detalhes relevantes da narrativa.

8.10.1 Aplicação no artefato:

A câmera em *Guardiões da Notícia: o Desafio da Privacidade* terá uma perspectiva fixa em primeira pessoa, simulando a visão de Ana enquanto ela interage com os objetos da redação e as interfaces digitais, colocando o jogador diretamente no lugar da protagonista, fortalecendo a conexão com o enredo e a sensação de estar no controle da investigação.

8.11 Interface

Segundo Marciano (2020), o planejamento das interfaces de um *newsgame* envolve a definição de todos os elementos visuais que orientam a experiência do jogador, como tela inicial, menus de opções, tela de pausa, tela de carregamento e créditos, além do HUD (*Heads-Up Display*), que reúne as informações exibidas durante a partida. Nas interfaces, concentram-se também as informações jornalísticas, que podem aparecer em menus, botões ou descrições de itens encontrados ao longo do jogo, conectando a narrativa à prática de apuração. Marciano (2020) destaca que, quando há personagens ou restrições de tempo, é necessário organizar o HUD de forma clara, indicando pontos, cronômetro e status do personagem em posições estratégicas da tela. A inclusão de rascunhos ou

esquemas de disposição desses elementos no GDD é recomendada, pois orienta a etapa de desenvolvimento e contribui para uma experiência visual coesa.

8.11.1 Aplicação no artefato:

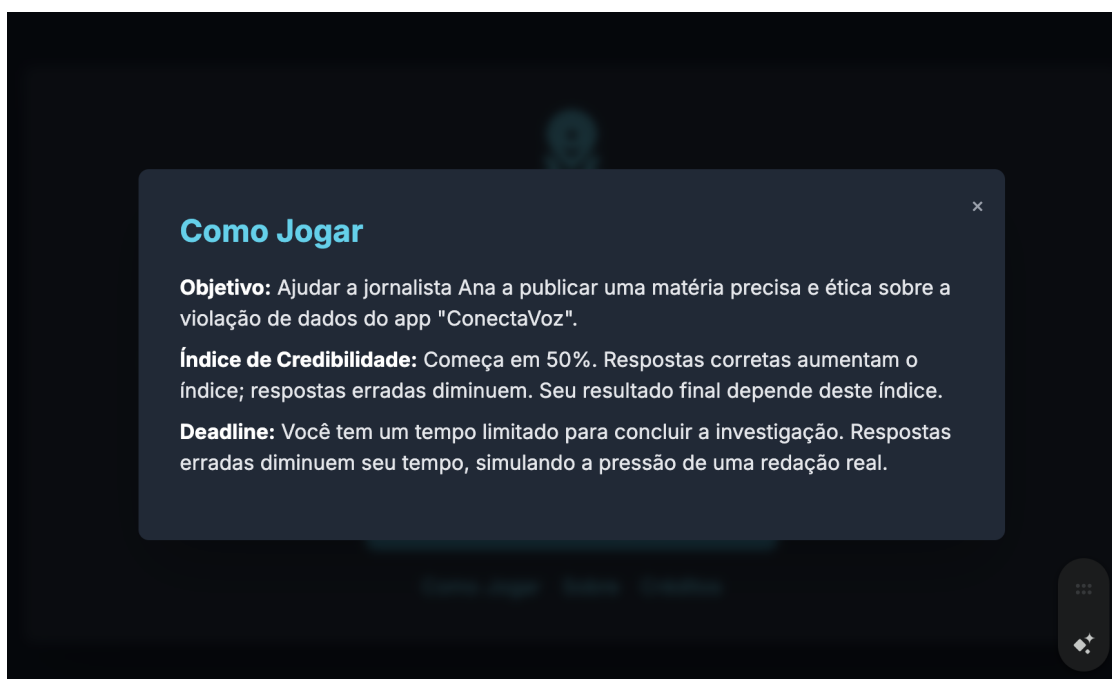
Apesar de não passar pela etapa de desenvolvimento, para deixar a sessão mais visual e compreensível, utilizou-se a inteligência artificial *Gemini*, do *Google*, para a criação de um protótipo que rascunha cada uma das interfaces do *newsgame*. Da Figura 17 à Figura 24, é feito o detalhamento dessas telas:

Figura 17 - Tela Inicial/Menu principal, contendo título do jogo, descrição da missão, botões “Iniciar Investigação”, “Como Jogar”, “Sobre” e “Créditos”.



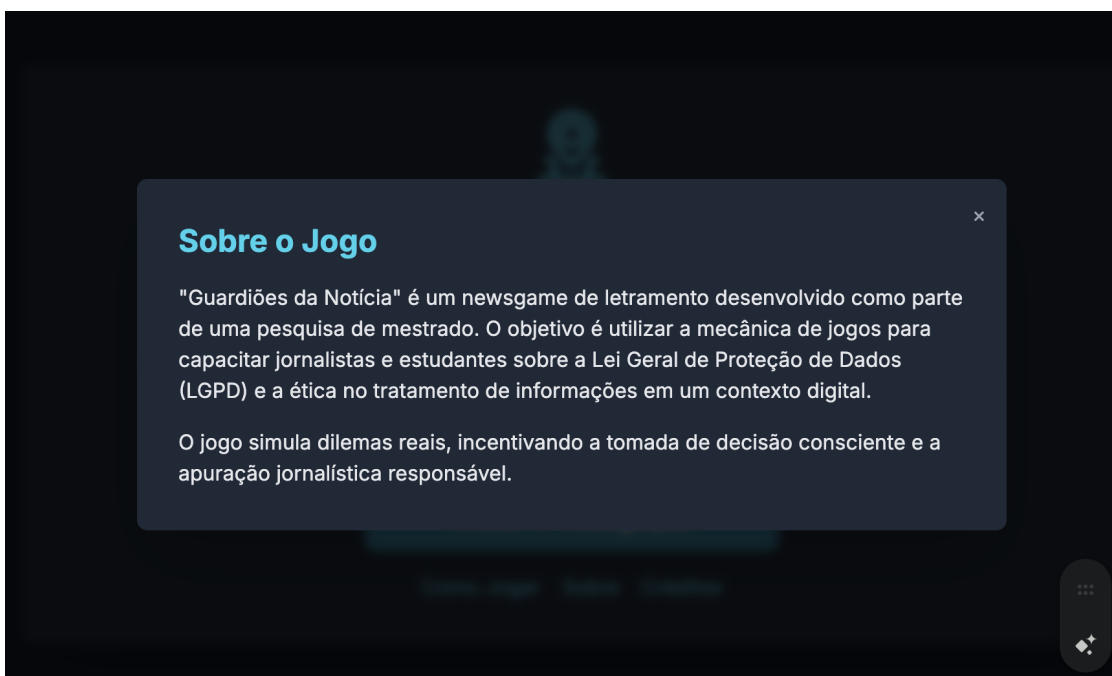
Fonte: Elaboração própria (2025).

Figura 18 - Tela Como Jogar, contendo texto explicativo sobre a mecânica do Quiz, descrição do objetivo, sistema de pontos e condição de vitória/derrota.



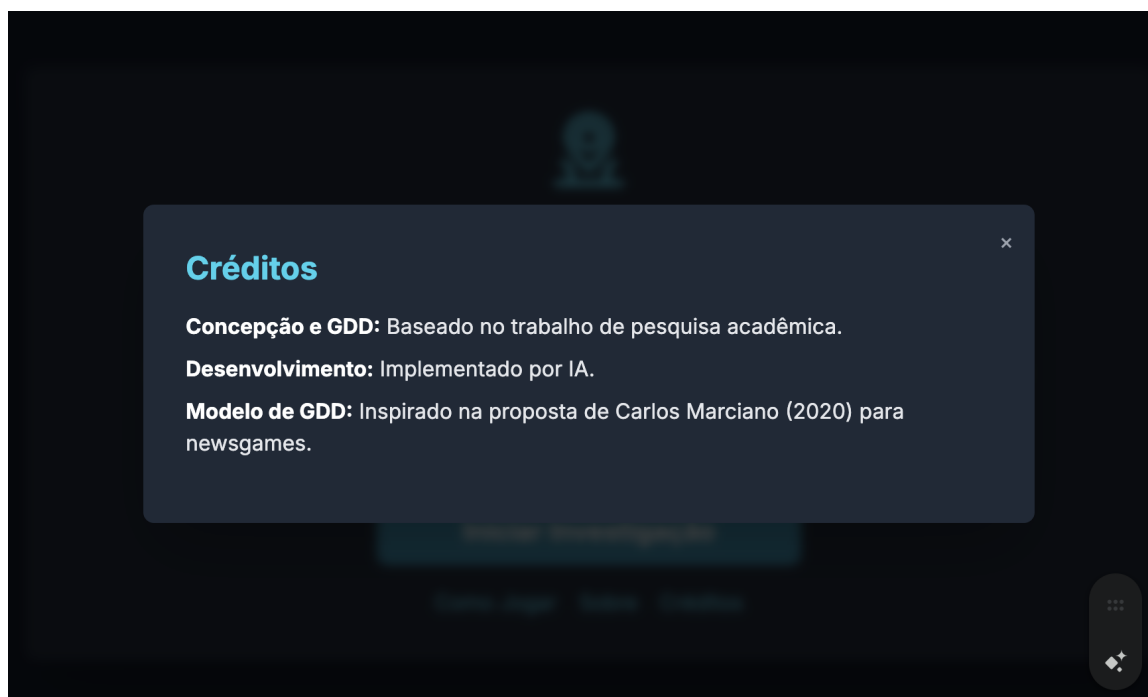
Fonte: Elaboração própria (2025).

Figura 19 - Tela Sobre o Jogo, contendo contextualização do tema.



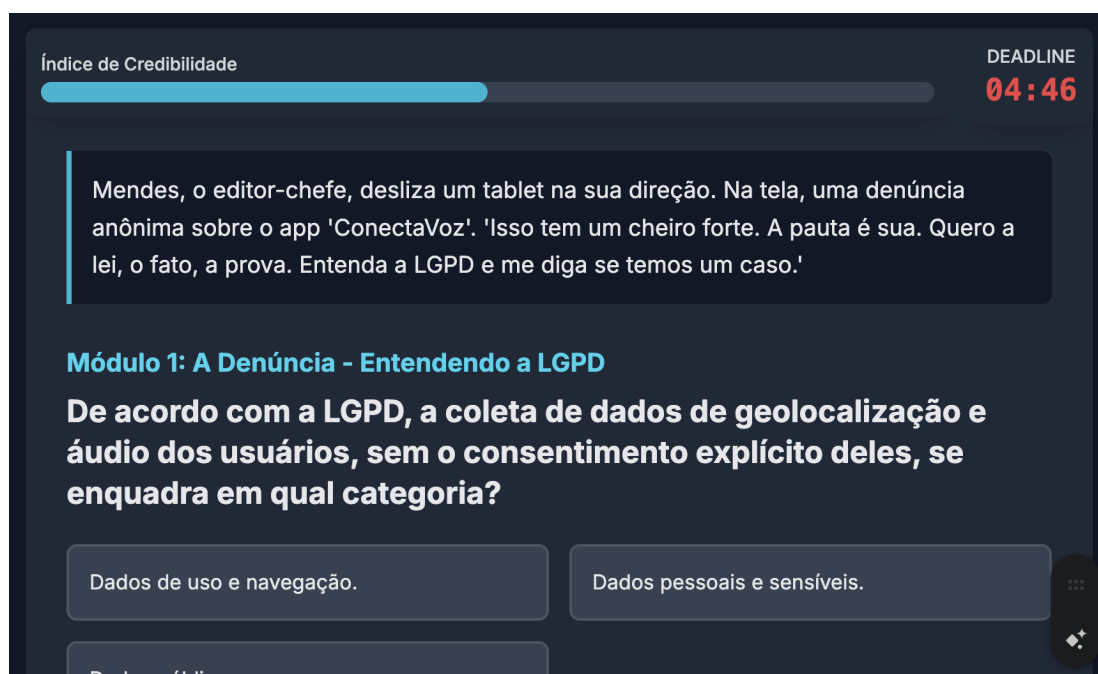
Fonte: Elaboração própria (2025).

Figura 20 - Tela Créditos contendo concepção, desenvolvimento e modelo do GDD.



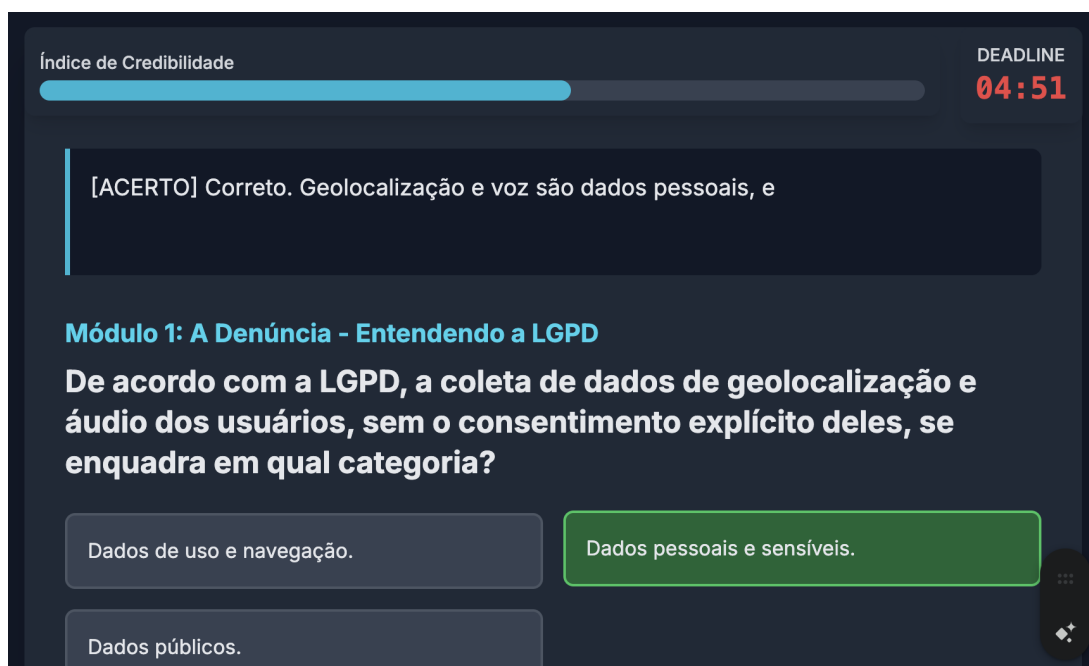
Fonte: Elaboração própria (2025).

Figura 21 - Tela da primeira pergunta do Módulo 1, indicando o índice de credibilidade e *deadline* restante.



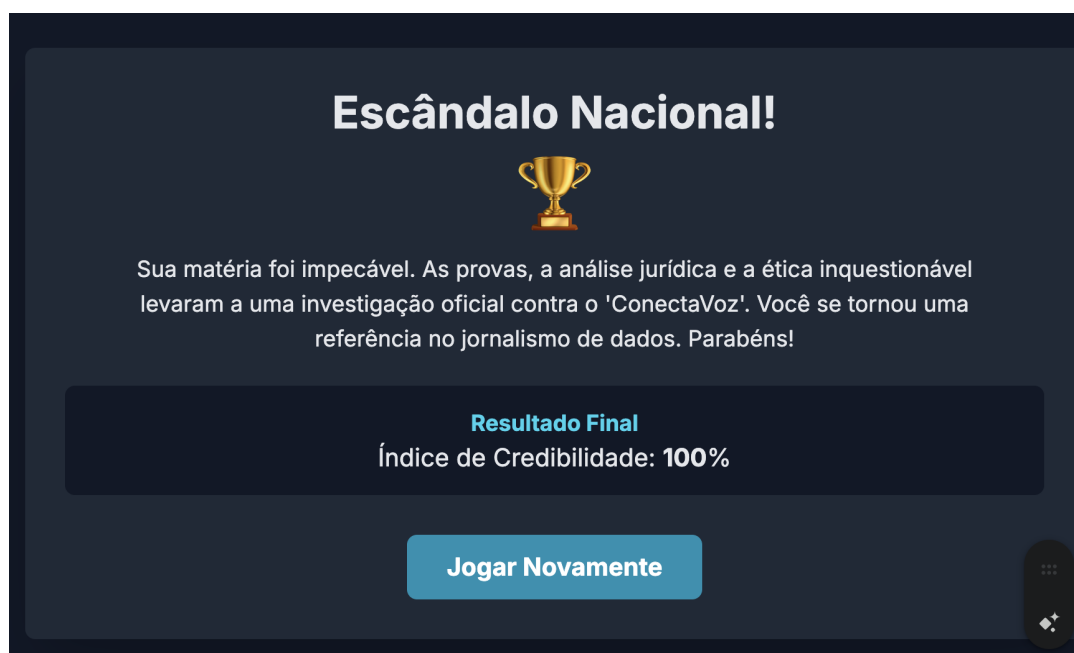
Fonte: Elaboração própria (2025).

Figura 22 - Sinalização de resposta correta/errada e caixa de diálogo explicativa sobre a resposta.



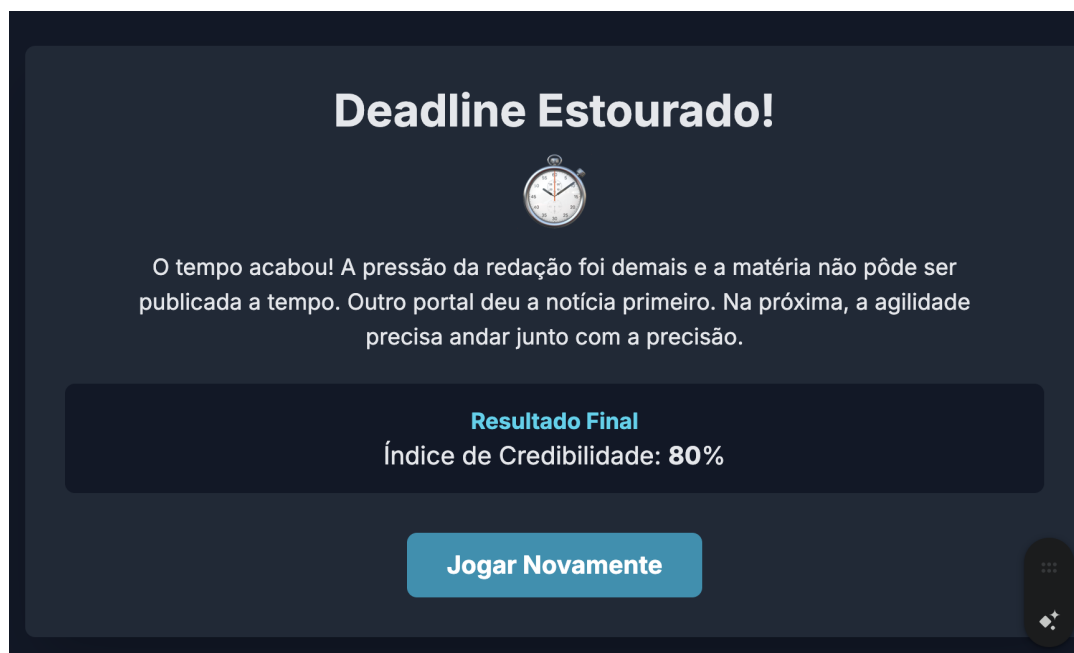
Fonte: Elaboração própria (2025).

Figura 23 - Layout de Vitória.



Fonte: Elaboração própria (2025).

Figura 24 - Layout de Derrota.



Fonte: Elaboração própria (2025).

8.12 Cutscenes

Marciano (2020) defende que, em *newsgames*, o uso de *cutscenes* tende a ser limitado, já que essas produções podem prolongar o tempo de jogo e desviar o foco da transmissão objetiva das informações. O autor observa que *cutscenes* podem assumir a forma de vídeos introdutórios ou animações curtas, sendo empregadas principalmente para contextualizar o enredo, apresentar a história de personagens ou reforçar a conexão entre os elementos narrativos e o *gameplay*. Para o *newsgame* proposto nesta pesquisa, *cutscenes* não foram incluídas.

8.13 Cronograma e Orçamento

Para este trabalho, os tópicos de cronograma e orçamento não serão detalhados, uma vez que o *Game Design Document* (GDD) apresentado corresponde a uma proposta conceitual e não a um projeto em fase de implementação. Por se tratar de um artefato acadêmico, ainda não há definição de equipe, prazos ou recursos financeiros para o desenvolvimento do jogo. Dessa

forma, o planejamento temporal e orçamentário será pertinente apenas em uma etapa futura, vinculada à produção efetiva do *newsgame*.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações do jornalismo na era digital impuseram novos desafios à prática profissional, especialmente no que tange ao uso ético e à proteção de dados pessoais. Este trabalho partiu da constatação de que, embora a privacidade de dados seja um tema central na sociedade contemporânea, persiste uma lacuna significativa no jornalismo digital brasileiro. Essa lacuna não reside apenas na compreensão teórica da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), mas, especialmente, na capacidade de aplicar seus princípios e identificar riscos no tratamento de informações. Diante desse cenário, a presente dissertação buscou contribuir para o campo da Comunicação ao propor um recurso inovador de letramento, materializado na concepção de um *Game Design Document* (GDD) para um *newsgame* voltado a jornalistas e estudantes de jornalismo.

O problema de pesquisa que norteou este estudo investigou o nível de conhecimento das equipes jornalísticas sobre privacidade de dados e como essa compreensão (ou sua ausência) impacta as práticas cotidianas. Para responder a essa questão, adotou-se uma abordagem metodológica de natureza quali-quantitativa. Inicialmente, a aplicação de um questionário a 20 jornalistas permitiu mapear percepções e hábitos. Em seguida, a análise de conteúdo das respostas, fundamentada em Bardin (2011) e Bauer (2002), possibilitou a identificação de padrões e demandas formativas concretas, como a incerteza recorrente sobre "o que é permitido ou não" no uso de dados.

Complementarmente, a pesquisa foi alicerçada nos princípios do *Design Science Research* (DSR), que orientaram a concepção do artefato proposto. A DSR demonstrou-se uma metodologia adequada à natureza aplicada do estudo, pois permitiu alinhar o rigor científico à proposição de uma solução prática e inovadora para um problema real. Essa abordagem foi fundamental para transformar o diagnóstico empírico em um produto conceitual estruturado, o GDD do *newsgame* "Guardiões da Notícia: O Desafio da Privacidade", que funciona tanto como resposta ao problema identificado quanto como base para futuras implementações.

No que se refere aos objetivos, o trabalho cumpriu as metas estabelecidas. O estudo confirmou que, embora 95% dos participantes considerem o letramento em

privacidade de dados "essencial para a prática jornalística" , existem lacunas significativas no domínio prático da LGPD e na identificação de riscos. A análise revelou uma forte demanda por ferramentas de apoio (avaliada em 4,5 de 5) e um interesse expressivo (70% dos respondentes) em *newsgames* como estratégia de aprendizado, validando a pertinência da proposta do GDD como ferramenta potencial de capacitação.

Como resultado principal, este trabalho entrega a proposta detalhada de um *newsgame* de letramento que simula dilemas reais do jornalismo digital. O jogo, estruturado em um quiz narrativo, foi projetado para abordar diretamente as necessidades formativas identificadas, promovendo a reflexão sobre a LGPD, a ética no tratamento de dados e o equilíbrio entre o direito à informação e a proteção de direitos individuais. Embora o escopo da pesquisa tenha se limitado à elaboração do GDD, e não à implementação completa do jogo, o estudo demonstra o potencial dos *newsgames* como recursos pedagógicos, alinhando-se às teorias de autores como Marciano (2020) e Bogost *et al.* (2010) .

Por fim, reconhece-se que esta pesquisa abre caminhos para desdobramentos futuros. A implementação e o teste do *newsgame* em redações e ambientes educacionais são etapas cruciais para validar empiricamente sua eficácia como ferramenta de letramento. Pesquisas futuras poderiam também explorar o impacto dessa capacitação na mudança de comportamento profissional e no fortalecimento da confiança do público. Adicionalmente, o modelo de GDD aqui proposto pode ser adaptado para outras áreas complexas do jornalismo, como o *fact-checking* ou a cobertura de crises digitais. Dessa forma, esta dissertação cumpre sua função de diagnosticar um problema real, propor uma solução inovadora e fundamentada, e fomentar novas investigações na interface entre jornalismo, ética, dados e tecnologia.

REFERÊNCIAS

ALBERS, M. **A complexidade da proteção de dados**. Revista Brasileira De Direitos Fundamentais & Justiça, 10(35), 2016, 19–45. Disponível em: <https://doi.org/10.30899/dfj.v10i35.93>. Acesso em 10 jun. 2025.

ALBUQUERQUE, Elisabeth Maciel de. **Avaliação da técnica de amostragem “Respondent-driven Sampling” na estimação de prevalências de doenças transmissíveis em populações organizadas em redes complexas**. 2009. 99 f. Dissertação (Mestrado em Saúde Pública) – Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2009.

ALVES, João Roberto Moreira. A história da EAD no Brasil. In: LITTO, Fredric Michael; FORMIGA, Marcos (org.). **Educação a distância: o estado da arte**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009. p. 9–13. Disponível em: https://www.abed.org.br/arquivos/Estado_da_Arte_1.pdf. Acesso em: 18 fev. 2025.

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Tradução de Antônio Pinto de Carvalho. São Paulo: Editora Abril Cultural, 1973.

ARISTÓTELES. **Ética de Nicômaco**. Tradução de Leonel Vallandro e Gerd Bornheim da versão inglesa de W.D. Ross. Livro I e livro II. Nova Cultura, 1991.

BALDIN, Nelma; MUNHOZ, Elzira M. Bagatin. **Educação ambiental comunitária: uma experiência com a técnica de pesquisa snowball (bola de neve)**. REMEA – Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental, [S. I.], v. 27, 2012. DOI: <https://doi.org/10.14295/remea.v27i0.3193>. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/remea/article/view/3193>. Acesso em: 30 mar. 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3. reimp. da 1. ed. São Paulo: Almedina Brasil, 2011. ISBN 978-85-62938-04-7.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BOGOST, Ian; FERRARI, Simon; SCHWEIZER, Bobby. **Newsgames: journalism at play**. Cambridge, MA: MIT Press, 2010.

BRADSHAW, Paul. **The inverted pyramid of data journalism**. 2011. Disponível em: <http://onlinejournalismblog.com/2011/07/07/the-inverted-pyramid-of-data-journalism/>. Acesso em: 12 set. 2024.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República,. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 12 jun. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 de agosto de 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 12 jun. 2025.

BRADSHAW, Paul. **The online journalism handbook: skills to survive and thrive in the digital age.** 3. ed. Abingdon, Oxon: Routledge, 2023. DOI: 10.4324/9780429321566.

CARVALHO, Helder Buenos Aires de. **Contemporaneidade de Aristóteles na filosofia moral de Alasdair MacIntyre.** Síntese: Revista de Filosofia, v. 28, n. 90, p. 37-66, 2001. DOI: 10.20911/21769389v28n90p37-66/2001. Disponível em: <https://www.faje.edu.br/periodicos/index.php/Sintese/article/view/564>. Acesso em: 11 out. 2024.

CHAUI, M. **Introdução à história da filosofia: dos pré-socráticos a Aristóteles.** 2. ed. v. 1. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

CHAVES, Reinaldo; KLEIM, Leticia; MEIRA, Marina; OLIVEIRA, Lucas; ROSSI, Amanda; SALIBA, Pedro; TOLEDO, Luiz Fernando; VERGILI, Gabriela; ZAHAR, Cristina; ZANATTA, Rafael. **Jornalismo e proteção de dados pessoais: a liberdade de expressão, informação e comunicação como fundamentos da LGPD.** São Paulo: Abraji, 2022.

COSTA, Claudio. **Razões para o utilitarismo.** Ethic@, Florianópolis, v. 1, n. 2, p. 155-174, 2002. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ethic/article/view/14591/13345>. Acesso em: 19 nov. 2024.

DIAKOPOULOS, Nicholas. **Automating the news: how algorithms are rewriting the media.** Cambridge: Harvard University Press, 2019.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ). **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.** 2007. Atualizado em 2019. Disponível em: <https://www.fenaj.org.br/codigo-de-etica/>. Acesso em: 20 ago. 2024.

FRASCA, Gonzalo. **Juego, videojuego y creación de sentido: una introducción.** Comunicación, n. 7, v. 1, p. 37-44, 2009. Disponível em: <https://revistas.uma.es/index.php/comunicacion/article/view/87407>. Acesso em: 6 mar. 2025.

GALLOWAY, Alexander. **Gaming Essays on Algorithmic Culture.** Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.

GAN, André Ricardo. **A concepção de liberdade civil utilitarista em John Stuart Mill e suas contribuições**. 2015. 112 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

GLOBALWEBINDEX. **Social**: GlobalWebIndex's flagship report on the latest trends in social media. Londres: GlobalWebIndex, 2020. 32 p. Disponível em: <https://www.gwi.com/hubfs/Social%20Media%20Trends%20Report.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2025.

GEE, James Paul. **Video games, learning, and “content”**. In: MILLER, Christopher Thomas (org.). Games: purpose and potential in education. New York: Springer, 2008. p. 17–40.

GULARTE, Daniel. **Jogos eletrônicos: 50 anos de interação e diversão**. Teresópolis: Novas Ideias, 2010.

HERZ, Jessie Cameron. **Joystick nation**: how videogames ate our quarters, won our hearts, and rewired our minds. Boston: Little, Brown & Company, 1997.

HEVNER, A. R.; MARCH, S.T.; PARK, J. **Design Science in Information Systems Research**. MIS Quarterly, v. 28, n. 1, p. 75-105, 2004.

HOUSTON, Brant. **Computer-assisted reporting**: a practical guide. 4. ed. New York: Taylor & Francis, 2015.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. 9. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p. ISBN 978-85-7657-084-4.

KANT, Immanuel. **Fundamentação da metafísica dos costumes**. Tradução: Paulo Quintela. Lisboa: Edições 70, 2011.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público deve exigir. 3. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2013.

LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da Notícia**. 3. ed. Florianópolis: Insular/UFSC, 2001.

LYON, David. **The culture of surveillance**: watching as a way of life. Cambridge: Polity Press, 2018.

MACINTYRE, Alasdair. **Dependent rational animals**: why human beings need the virtues. Chicago, Illinois: Open Court Publishing Company, 1999. (The Paul Carus Lectures Series, 20).

MANCINI, Leonardo; VASCONCELLOS, Fábio. **Jornalismo de dados: conceito e categorias**. Fronteiras – Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 18, n. 1, p. 69–82, jan./abr. 2016. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2016.181.07>. Acesso em: 11 set. 2024.

MARCH, S. T.; SMITH, G. F. **Design and natural science research on information technology**. Decision Support Systems, v. 15, n. 4, p. 251–266, set. 1995.

MARCIANO, Carlos Nascimento. **Da pauta ao play: proposta metodológica para o planejamento e desenvolvimento de newsgames**. 2020. 434 f. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

MARCIANO, Carlos Nascimento. **Jogando ética: newsgames de letramento no ensino de deontologia jornalística**. 2016. 239 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

MEYER, Philip. **Precision journalism: a reporter's introduction to social science methods**. Bloomington: Indiana University Press, 1973.

MILL, John Stuart. **O utilitarismo**. Tradução: Pedro Galvão. Lisboa: Edições 70, 2000.

MIZUKAMI, Maria da Graça Nicoletti. **Ensino: as abordagens do processo**. São Paulo: EPU, 1986.

NOBRE, J F. **Imprensa e liberdade: os princípios constitucionais e a nova legislação**. São Paulo: Summus, 1988.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. 1948. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91601-declara%C3%A7%C3%A3o-universal-dos-direitos-humanos>. Acesso em: 21 ago. 2024.

PAULINO, Rita de Cássia Romeiro; MARCIANO, Carlos; VENTURA, Mariane; CARVALHO, Frederico S. M. de. **Newsgames de letramento: formato interativo com base em notícias jornalísticas**. Anais do I Simpósio Latino-Americano de Jogos, Porto Alegre: UniRitter, 2019. p. 1–15. Disponível em: <https://marciano.itch.io/ng-meteacolher>. Acesso em: 8 abr. 2025.

RICHARDS, Neil M.; KING, Jonathan H. **Three paradoxes of big data**. Stanford Law Review Online, v. 66, p. 41–46, 2014. Disponível em: https://review.law.stanford.edu/wp-content/uploads/sites/3/2016/08/66_StanLRevOnline_41_RichardsKing.pdf. Acesso em: 21 ago. 2024.

ROGERS, Simon. **Facts are sacred: the power of data**. Londres: Faber and Faber, 2013.

ROSEGRANT, Susan. **Revealing the roots of a riot**. ISR Sampler, Ann Arbor, 1º abr. 2011. Disponível em: <http://www.sampler.isr.umich.edu/2011/featured/revealing-the-roots-of-a-riot>. Acesso em: 11 set. 2024.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do jogo**: fundamentos do design de jogos. Tradução de Edson Furmankiewicz. São Paulo: Blucher, 2012.

SEMAAN, Salaam; LAUBY, Jennifer; LIEBMAN, Jon. **Street and network sampling in evaluation studies of HIV risk-reduction interventions**. AIDS Review, Madrid, v. 4, p. 213–223, 2002. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/10927165_Street_and_Network_Sampling_in_Evaluation_Studies_of_HIV_Risk-Reduction_Interventions. Acesso em: 12 abr. 2025.

SICART, Miguel. **Newsgames**: Theory and Design. International Conference on En-tertainment Computing. Pittsburgh, 2008.

SILVA, Isabel Cristina Siqueira da; NESI, Luan Carlos; SILVA, Angelo Gomes da. **Jogos sérios e a conscientização sobre o descarte de resíduos urbanos**. In: I 'Simpósio Latino-Americano de Jogos, 2017. Porto Alegre: UniRitter, 2017. p. 178–188. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/315800267_Jogos_Serios_e_a_Conscientizacao_sobre_o_Descarte_de_Residuos_Urbanos. Acesso em: 18 fev. 2025.

TURANO, Allan Nascimento; NUNES, Simone Lahorgue. **Nova lei de proteção de dados pessoais e atividade jornalística**. Levy & Salomão Advogados, 15 ago. 2018. Disponível em: <https://www.levysalomao.com.br/publicacoes/boletim/nova-lei-de-protecao-de-dados-pessoais-e-atividade-jornalistica>. Acesso em: 17 jun. 2025.

VEGLIS, A. A.; BRATSAS, C. P. Data journalism. In: KOLTZIS, G. (ed.). **Encyclopedia of Information Science and Technology**. 4. ed. Hershey: IGI Global, 2018. p. 1196–1208. DOI: 10.4018/978-1-5225-2255-3.ch103.

VENABLE, John R. et al. **Creation, Transfer, and Diffusion of Innovation in Organizations and Society**: Information Systems Design Science Research for Human Benefit. In: IFIP Working Conference on Human Benefit through the Diffusion of Information Systems Design Science Research. Springer, Berlin, Heidelberg, 2010. p. 1-10.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira de poder. Tradução: George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.