

CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO – UNISAGRADO

VICTOR MALDONADO CARNEIRO

JORNALISMO DE GAMES: ANÁLISE DE CONTEÚDO DA RECEPÇÃO DO
PÚBLICO SOBRE PUBLICAÇÕES DE DEAN TAKAHASHI

BAURU

2024

VICTOR MALDONADO CARNEIRO

JORNALISMO DE GAMES: ANÁLISE DE CONTEÚDO DA RECEPÇÃO DO
PÚBLICO SOBRE PUBLICAÇÕES DE DEAN TAKAHASHI

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como parte dos requisitos
para obtenção do título de bacharel em
Jornalismo - Centro Universitário Sagrado
Coração.

Orientadora: Prof.^a Dra. Érica Cristina de
Souza Franzon

BAURU

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

C2895j	<p>Carneiro, Victor Maldonado</p> <p>Jornalismo de games: análise de conteúdo da recepção do público sobre publicações de Dean Takahashi / Victor Maldonado Carneiro. -- 2024. 59f. : il.</p> <p>Orientadora: Prof.^a Dra. Erica Cristina de Souza Franzon</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO - Bauru - SP</p> <p>1. Jornalismo de Games. 2. Videogames. 3. Análise de Conteúdo. 4. Dean Takahashi. 5. Recepção. I. Franzon, Érica Cristina de Souza. II. Título.</p>
--------	--

VICTOR MALDONADO CARNEIRO

JORNALISMO DE GAMES: ANÁLISE DE CONTEÚDO DA RECEPÇÃO DO
PÚBLICO SOBRE PUBLICAÇÕES DE DEAN TAKAHASHI

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como parte dos requisitos
para obtenção do título de bacharel em
Jornalismo - Centro Universitário Sagrado
Coração.

Aprovado em: ___/___/___.

Banca examinadora:

Prof.^a Dra. Érica Cristina de Souza Franzon
Centro Universitário Sagrado Coração

Prof.^o Me. Marcelo Narciso Bueno Junior
Centro Universitário Sagrado Coração

Prof. Dr. João Marcelo Soares
Centro Universitário Sagrado Coração

Dedico este trabalho à minha mãe e avó que jamais desistiram de mim e lutaram ao meu lado para concretizar essa minha conquista.

AGRADECIMENTOS

Minha jornada pela graduação em jornalismo foi acompanhada por fortes figuras femininas, mulheres importantes que foram fundamentais no meu sucesso.

À minha mãe Silvana Lúcia Maldonado e avó Leornice Romeira Redi que jamais desistiram de mim. Ambas fizeram sacrifícios e me proporcionaram uma vida em que eu pudesse confortavelmente ir atrás dos meus sonhos e me encontrar como pessoa. Por isso sou eternamente grato a essas duas mulheres incríveis. Sem elas eu não seria quem sou. Obrigado.

À minha orientadora, Prof.^a Dra. Érica Cristina de Souza Franzon que pacientemente me guiou e me instruiu arduamente por essa jornada difícil, assim me possibilitando conquistar esta vitória acadêmica. Obrigado.

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso fundamenta-se na intersecção entre videogames e jornalismo para investigar a percepção pública sobre o jornalismo de games. O estudo aborda os conceitos-chave do tema, discute os desafios do jornalista na cobertura especializada e a opinião do público sobre o jornalismo de games. Para isso, analisa as reações do público, por meio de 45 comentários em uma publicação de Dean Takahashi sobre *DOOM Eternal*, que gerou críticas direcionadas ao jornalista. O percurso metodológico combina a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental, a abordagem quali-quantitativa, e a Análise de Conteúdo, proposta por Laurence Bardin (2016). A análise do corpus selecionado confirma as hipóteses de que a reação do público consumidor de informações sobre games reflete um interesse em rigor jornalístico na cobertura no nicho dos games. Os resultados alcançados indicam que a especialização em jornalismo de games demanda habilidades tanto técnicas quanto conceituais.

Palavras-chave: Jornalismo de Games; Videogames; Análise de Conteúdo; Dean Takahashi; Recepção.

ABSTRACT

This Final Paper is based on the intersection between video games and journalism to investigate the public's perception of games journalism. The study addresses the key concepts of the subject, discusses the journalist's challenges in specialized coverage and the public's opinion of games journalism. To do this, it analyzes the reactions of the public, through 45 comments on a publication by Dean Takahashi about DOOM Eternal, which generated criticism directed at the journalist. The methodological approach combines bibliographical research, documentary research, a qualitative-quantitative approach and content analysis, as proposed by Laurence Bardin (2016). The analysis of the selected corpus confirms the hypotheses that the reaction of the public who consume information about games reflects an interest in journalistic rigor in the coverage of the games niche. The results indicate that specializing in games journalism requires both technical and conceptual skills.

Keywords: Games Journalism; Videogames; Content Analysis; Dean Takahashi; Reception.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Vídeo da prévia do jogo <i>DOOM Eternal</i> por Dean Takahashi	44
Figura 2 – Mensuração dos comentários a partir das três categorias	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Aplicação das 3 categorias de análise para os comentários	46
--	----

Sumário

1	INTRODUÇÃO	12
2	COMUNICAÇÃO E JORNALISMO.....	17
2.1	Jornalismo Digital	20
2.2	Jornalismo segmentado e especializado	23
3	HISTÓRIA DO VIDEO GAME E EVOLUÇÃO COMO MÍDIA E ARTE	28
4	JORNALISMO DE GAMES E A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA	32
4.1	Teoria de Newsmaking.....	33
4.2	A Teoria Multifatorial da Notícia.....	34
4.3	Teoria da Recepção.....	37
5	METODOLOGIA	39
6	DEAN TAKAHASHI E A OPINIÃO PÚBLICA	43
6.1	A Recepção do público nos comentários do vídeo “Dean Takahashi's Doom Eternal Gameplay Preview”	47
6.2	Discussão dos resultados	54
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
8	REFERÊNCIAS.....	61

1 INTRODUÇÃO

Os jogos digitais, nas últimas duas décadas, têm crescido exponencialmente por diversos motivos, em partes pelos *eSports* (esportes eletrônicos), pelo espaço artístico que os games conquistaram e pela inegável interatividade e dinamismo do meio. A Pesquisa Game Brasil (PGB) publicou uma análise em 2024 revelando que aproximadamente 74% da população apresenta interesse em jogos digitais. 82% desses brasileiros já ouviram falar em *eSports* e 62% ativamente acompanham ou assistem aos jogos profissionais.

O *eSport* é um só um dos aspectos pelos quais permeiam a percepção e opinião pública. Afinal, não foi até 2011, com o lançamento da plataforma Twitch em que o contato direto com múltiplos telespectadores simultâneos foi possível nas então famosas transmissões ao vivo ou *livestreams* impulsionando assim o *eSports* para o patamar de hoje, atingindo um pico de mais de 6 milhões de torcedores acompanhando ao vivo. Por outra perspectiva encontra-se outro lado dos jogos digitais, deixando de lado ímpeto esportivo e focando mais no lado expressivo e artístico.

Primeiramente, vídeo games já eram considerados como arte na década de 80, mais precisamente em 83, quando a revista *Video Games Player* pela *Carnegie Publications* nos Estados Unidos da América, em seu segundo volume adicionou um segmento chamado de *Golden Joystick Awards* onde “premiava” jogos que combinavam elementos de jogabilidade, diversão e gráficos de uma forma notável. Neste mesmo segmento, a revista faz alusão à indústria musical e cinematográfica com suas prestigiosas premiações; *Grammy* e *Oscar* respectivamente, e diz que vídeo games são tão arte quanto outros campos do entretenimento.

Já nos dias de hoje os jogos digitais contemplam muito mais do que jogabilidade e gráficos visuais. Atualmente há uma maior preocupação na criação de narrativas elaboradas, design, música etc. Tendo em mente tais aspectos, assim como o futebol, música e cinema, o jornalismo segmentou-se para atender o interesse pelos jogos digitais. Com o advento moderno nos vídeos games, no século XXI a busca pelos conteúdos sobre jogos e pelo jornalismo especializado e segmentado voltado para o mundo dos games se tornou real.

Em teoria, o livro "Jornalismo Especialização e Segmentação", de Alessandra Lemos Fernandes (2017), oferece uma base teórica estrutural forte para que

possamos definir jornalismo especializado e segmentado em um capítulo futuro que pode ser aplicada ao jornalismo de games. Embora o livro não se concentre especificamente nesse campo, muitos dos princípios e técnicas discutidos podem ser adaptados para cobertura jornalística de jogos eletrônicos. A obra aborda aspectos como ética, redação, pesquisa, conhecimento do público-alvo e uso de tecnologia e mídias digitais, que são relevantes para a cobertura de jogos eletrônicos. A obra também discute a produção de conteúdo multimídia, algo comum no jornalismo de games. Adaptar esses conceitos ao contexto dos jogos pode ajudar os jornalistas a informarem de forma mais eficaz e envolver a comunidade de jogadores.

O assunto de jornalismo de games é algo relativamente novo tanto no mercado quanto academicamente e ainda é um setor em desenvolvimento que enfrenta alguns problemas como a profissionalização de seus jornalistas. Ballerini (2015) descreve em seu livro *Jornalismo cultural no século 21*.

“No entanto, ainda predomina a cobertura feita por leigos – usuários de jogos que descrevem suas experiências – em vez da abrangência de um olhar crítico voltado também para a tecnologia empregada no jogo, as mudanças das novas versões, os aspectos fotográficos e de direção de arte no visual do game, a sofisticação do roteiro (história, evolução, conflitos, personagens secundários), a interatividade com o usuário etc. Em consequência, os textos são quase sempre ruins, porque são escritos não por redatores, mas por fãs de determinados jogos.” (Ballerini, 2015, p. 183)

O problema descrito por Frantjesco Ballerini (2015) é um dilema polêmico neste nicho e se destaca como pilar central desta pesquisa. Há possivelmente uma opinião popular desfavorável ao conceito de jornalismo de games e como o mesmo é visto e acatado pelo público. Essa ideia ganha forças em 2017 quando Dean Takahashi, um jornalista de games contratado para cobrir o jogo *Cuphead* em uma convenção, tem uma performance ruim no jogo que fez o público questionar se os profissionais desse meio são realmente qualificados para exercer esse trabalho segmentado.

No contexto do jornalismo contemporâneo, especialmente neste campo, muitas vezes criticado, do jornalismo de games, a teoria da convergência de mídias, conforme proposta por Jenkins (2009), emerge como um quadro conceitual relevante destacando a intersecção entre diversas formas de mídia e a participação ativa do público na produção e consumo de conteúdo. Em um cenário onde o jornalismo de

games muitas vezes enfrenta críticas por falta de integridade, compreender como a informação é criada, distribuída e consumida torna-se essencial

A circulação de conteúdos, por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídia concorrentes e fronteiras nacionais, depende fortemente da participação ativa dos consumidores (...) a convergência representa uma transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexão em meio a conteúdos midiáticos disperso. (Jenkins, 2009, p. 27-28).

Particularmente no jornalismo de games, a participação engajada da comunidade de jogadores assume um papel ainda mais crítico. Isso reflete a ênfase do autor na colaboração entre produtores e consumidores de mídia, proporcionando uma oportunidade para reverter percepções negativas e promover uma abordagem mais transparente e inclusiva na produção de conteúdo jornalístico. A interação dinâmica entre diferentes formas de mídia e a contribuição ativa dos jogadores na criação e disseminação de conteúdo podem ser fundamentais para construir uma nova reputação.

Em suma, tais diversidades de aspectos torna o jornalismo de games um campo desafiador, onde é crucial compreender não apenas os jogos em si, mas também a comunidade que os cerca. A criação de conteúdos jornalísticos para este nicho é delicada e apesar de ser relativamente nova, enfrenta alguns desafios internos e externos.

O jornalismo de games é um meio complexo e volátil onde pode-se haver múltiplas interpretações, percepções, gostos e nichos diferentes que influenciam nas opiniões das pessoas. O trabalho busca investigar possíveis causas e desdobramentos de publicações decisivas criadas pelo jornalista estadunidense Dean Takahashi que fomentaram fortes opiniões do público e que se tornaram referência quando se fala sobre jornalismo de games. Por isso a **questão problema** da pesquisa se torna: Qual a percepção do público sobre o jornalismo de games a partir das polémicas causadas pelas publicações feitas pelo jornalista Dean Takahashi?

De acordo com conhecimentos prévios sobre esse segmento do jornalismo, o jornalismo de games algumas **hipóteses** foram criadas para que seja possível responder o problema.

a) A review de Dean Takahashi de Cuphead (2017) que recebeu extrema rejeição popular foi um possível catalisador da reputação negativa que o jornalismo de games atualmente possui e fortaleceu o discurso de que jornalistas deste nicho devem “jogar bem”. **b)** A percepção do público atual aparenta ser negativa em relação ao jornalismo de games. **c)** Jornalistas não são capacitados no quesito de games e faltam o conhecimento básico sobre o meio.

Diante da contextualização até então descrita, o **objetivo geral** deste projeto é pesquisar a percepção do público sobre o jornalismo de games, por meio de comentários, das postagens do jornalista Dean Takahashi através do veículo em que trabalha, *VentureBeat*.

De acordo com essa proposta, foram elaborados os seguintes diferentes **objetivos específicos** **a)** Realizar pesquisa bibliográfica sobre os conceitos-chave da pesquisa, como jornalismo, jornalismo de games e indústria de games. **b)** Discutir o papel do jornalismo e a construção da notícia. **c)** Destacar o perfil do jornalista de games e os desafios do jornalismo especializado **d)** Analisar a opinião do público sobre as publicações feitas por Dean Takahashi. **e)** Contribuir com os estudos sobre jornalismo de games.

Este projeto tem como principal **justificativa** um tema de relevância atual, o jornalismo de games é relativamente novo e ainda está em desenvolvimento, apesar disso há possíveis tribulações e incertezas na percepção que o público tem por esse meio. A pesquisa deste trabalho pode trazer um melhor entendimento sobre tais pontos e salientar alguns problemas do jornalismo de games como um mercado.

Segundo a Pesquisa Game Brasil, a indústria de games no Brasil representa um mercado significativo, movimentando aproximadamente R\$ 14,2 bilhões em 2023. Este valor inclui tanto a venda de jogos quanto investimentos em eSports. A pesquisa destaca que 76.5% da população brasileira joga algum tipo de jogo digital, evidenciando o impacto econômico e cultural deste setor no país. Atualmente, acredita-se que a reputação atual do jornalismo de games é, de uma forma geral, negativa. A pesquisa trará à tona se de fato é, ou se há outras perspectivas. De acordo com a pesquisa “O jornalismo de games como mediador: um conflito entre função social e mercado”:

“[...] as empresas possuem seus próprios boletins informativos voltados ao público e canais de divulgação nas redes sociais, a participação do jornalista muda consideravelmente. Inserido na economia afetiva, é o fã que

busca, por conta própria, as informações sobre o conteúdo em questão. O fã se recusa a aceitar qualquer coisa; ele busca participação ativa. Há de se considerar se, dentro dessa configuração, o jornalista perde sua posição de intermediário". (Pereira 2020, p.3).

O jornalismo de games é um tópico recente de pouca atenção midiática popular ou bases científicas desenvolvidas. Para compreender o tema, foi necessário consultar a obra de Felipe Pena (2005) e a Teoria do Newsmaking, para a construção de uma base teórica sobre o papel do jornalista, a produção e o consumo de notícias, segundo a rotina de produção abordado por Pena (2005). Essa base teórica contribuiu para auxiliar o entendimento do papel do jornalismo que possui a capacidade de desempenhar um papel informativo e formador de opiniões, mas que também está intrinsecamente ligado à uma indústria de produção.

(...) o processo de produção da notícia é planejado como uma rotina industrial. Tem procedimentos próprios e limites organizacionais. Portanto, embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo. (Pena, 2005 p. 131)

A partir dessa relevância e das lacunas de pesquisa sobre o tema, este Trabalho de Conclusão de Curso pode contribuir com estudos sobre o jornalismo de games. Acredita-se que a rotina produtiva do jornalismo tem afetado determinadas coberturas especializadas, como no caso do jornalismo de games, em que nem sempre um profissional com repertório sobre o assunto faz a cobertura. Assim, esperar-se contribuir com discussões ao relacionar a rotina profissional no jornalismo especializado, com a percepção do público que consome vídeo game a partir de um caso emblemático.

O percurso metodológico deste estudo, apoiou-se na pesquisa do tipo básica, como forma de ampliar conhecimento sobre o tema e de abordagem qualitativa. Os procedimentos apoiam-se na pesquisa bibliográfica, documental e na Análise de Conteúdo de acordo com Laurence Bardin (2016), para analisar a percepção do público em comentários sobre duas postagens feitas pelo jornalista Dean Takahashi. A análise teve início no dia 27 de outubro e busca entender as críticas do público para com o jornalismo de games através do profissional mencionado.

2 COMUNICAÇÃO E JORNALISMO

Este capítulo aborda a comunicação como extensão dos sentidos humanos, expandindo a interação social e cultural e destacando a "Aldeia Global" de McLuhan, onde a tecnologia conecta globalmente diferentes nichos. Após estabelecido o conceito de comunicação, será traçado um breve segmento dedicado à contextualização histórica e teórica do jornalismo para, em seguida, abordar o jornalismo digital, segmentado e especializado.

A comunicação e o jornalismo são pilares fundamentais para as teorias e os desdobramentos deste estudo. Como conceito, a comunicação proporciona uma extensão dos sentidos dos seres humanos, podendo ampliar e influenciar na sua relação com o ambiente, neste caso, aplicando-se no meio sociopolítico econômico. No caso da ampliação dos sentidos, trata-se de forma literal que através da comunicação o ser humano seja capaz de ouvir, aprender, sentir, ver, e obter mais informações de forma global e instantânea (McLuhan, 1961).

O alcance e a instantaneidade fizeram com que as pessoas pudessem se conectar não só umas com as outras, mas também com os mais diversos e inéditos nichos, temas e interesses, que possivelmente não teriam um acesso tão democrático sem a comunicação e a tecnologia. Marshall McLuhan (1961) chama isso de "Aldeia Global", onde eventos em qualquer lugar podem ser experimentados simultaneamente por uma audiência mundial, tornando o mundo mais interconectado e interdependente.

A velocidade elétrica mistura a cultura da pré-história com os detritos dos mercadologistas indústrias, os analfabetos com os semiletrados e os pós-letrados. Crises de esgotamento nervoso e mental nos mais variados graus constituem o resultado, bastante, comum do desarraigamento e da inundação provocada pelas novas informações e pelas novas e infundáveis estruturas informacionais. (McLuhan, 1961 p. 31)

Além disso, a comunicação contemporânea evoluiu para além da simples transmissão de informações, tornando-se uma plataforma de interação e colaboração entre emissores e receptores. Como Henry Jenkins (2008) descreve em "Cultura da Convergência", o público deixa de ser apenas espectador passivo e assume o papel de participante ativo no processo comunicativo. A convergência das

mídias, conceito central de Jenkins, refere-se ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, permitindo que consumidores colaborem, compartilhem e criem novos significados a partir de produções culturais, como no caso dos spoilers de programas de TV e dos fãs que escrevem histórias baseadas em franquias populares.

Com a convergência midiática de Jenkins, o público assume papel ativo, criando novos significados e conteúdo. O jornalismo também evolui de notícias sobre eventos extraordinários para uma mídia democrática e interativa. A profissionalização e industrialização da mídia, seguidas pela revolução digital, transformaram o jornalismo para melhor engajar e informar, mantendo-se relevante no contexto contemporâneo.

Esse fenômeno não apenas amplia o alcance da comunicação, mas também transforma as relações sociopolíticas e culturais. O conceito de Aldeia Global de McLuhan se expande com a convergência midiática, onde as novas mídias estão em colisão com as antigas, promovendo um ambiente de constante interação e migração de públicos e conteúdo. Jenkins destaca que, na cultura participativa, o consumidor não é apenas um receptor, mas um criador de conteúdo, modificando ativamente o fluxo de informações e ampliando as fronteiras da comunicação global, algo impossível sem as plataformas digitais.

A aceleração da velocidade da forma mecânica para a forma elétrica instantânea faz reverter a explosão em implosão. Em nossa atual era elétrica as energias de nosso mundo, implosivas ou em contração, entram em choque com as velhas estruturas de organização expansionistas e tradicionais. (McLuahn 1961 p. 53)

Desde seu surgimento, o jornalismo tem se transformado de acordo com as inovações tecnológicas que impõem novas condições para a produção e a recepção, mas a essência do que é notícia, mantém-se de algum modo, de acordo com Traquina (2008). Segundo o autor, inicialmente, a notícia era majoritariamente sobre o insólito, extraordinário, catastrófico, chocante, a violência, guerra, morte e a celebridade. O autor ressalta que o jornalismo partiu de um ponto de origem de a matéria prima da notícia, o fato, era tudo o que quebrava a “normalidade” do cotidiano, como o insólito e o extraordinário. Traquina discute que “não há regras que indiquem que alguns critérios têm prioridade sobre outros; mas os critérios de noticiabilidade existem, duradouros ao longo dos séculos”, explica Traquina (2008,

p. 96), sustentando que o jornalismo é o produto do utilitarismo e praticidade do produto e da curiosidade mórbida humana.

Em outra perspectiva, Asa Briggs e Peter Burke (2004) em “Uma História Social da Mídia: De Gutenberg à Internet” descreve a trajetória que o jornalismo passou ao longo dos anos para chegar aonde se encontra hoje. É importante sempre destacar um dos momentos históricos cruciais para todo o conceito de Jornalismo, não somente a invenção da Prensa de Gutenberg por volta do ano 1440, mas tão importante quanto, seu amplo e normalizado uso na sociedade ao longo dos anos que contribuiu para uma forte ressignificação do propósito da prensa. Isso se tornou crucial para a população quando se trata de exercer a democratização da informação.

Os autores explicam que no século XVII, durante a Era dos Jornais, surgiram os primeiros jornais regulares que se tornaram uma ferramenta crucial para a disseminação de notícias e opiniões, especialmente durante períodos de agitação política e social. Este período foi marcado pela Revolução Francesa que se conectou ao impacto das primeiras formas de mídia (Briggs e Burke, 2004).

Segundo Briggs e Burke (2004), no século XIX, a fase de industrialização do jornalismo trouxe avanços tecnológicos significativos que permitiram a produção em larga escala de jornais. Com a introdução de máquinas de impressão mais eficientes e a expansão das redes de transporte, a imprensa se tornou mais acessível ao público em geral. Esse período marcou o início da profissionalização do jornalismo, com a criação de normas e práticas que visavam garantir a qualidade e a credibilidade das notícias.

No século XX, o surgimento do rádio e da televisão revolucionou os meios de comunicação de massa. Esses novos veículos transformaram a maneira como as notícias eram transmitidas e consumidas, proporcionando uma cobertura mais imediata e visual dos eventos. O rádio e TV permitiram que as notícias chegassem rapidamente a um público amplo, enquanto a televisão adicionou um elemento visual que tornou a experiência de consumo de notícias mais envolvente. (Briggs e Bruke, 2004).

Com a internet no final do século XX e início do século XXI, o jornalismo passou por uma nova transformação. A digitalização permitiu a disseminação instantânea de notícias e a interação direta com o público. Surgiram novos formatos, como blogs, portais e redes sociais, que democratizaram a produção e o consumo

de notícias. A era digital trouxe desafios e oportunidades, exigindo que os jornalistas se adaptassem a um ambiente em constante mudança e explorassem novas formas de engajar o público (Briggs e Bruke, 2004).

2.1 Jornalismo Digital

De acordo com Polyana Ferrari (2010) e Nívea Canalli Bona (2017) em suas respectivas obras “Jornalismo Digital” e “Jornalismo na Sociedade”, a internet e a computação trouxeram uma profunda mudança para o ambiente dos meios de comunicação, promovendo uma verdadeira revolução na maneira como a informação é produzida, distribuída e consumida. Esse processo de digitalização alterou não apenas as técnicas e ferramentas, mas também o próprio conceito de comunicação, que passou a ocorrer em um ambiente virtual e dinâmico.

Os meios tradicionais de comunicação, como jornais, rádios e televisões, enfrentaram a necessidade de adaptar-se a uma nova realidade onde a interação com o público, a instantaneidade das informações e o acesso global aos conteúdos se tornaram pilares essenciais. A digitalização permitiu que o consumo de informação se tornasse mais acessível, mas também mais complexo, integrando-se a uma rede global interconectada (Ferrari, 2010; Bona, 2017).

As obras das autoras argumentam que nesse novo cenário, o jornalismo também teve que se reconfigurar para adaptar-se às características específicas da internet. Surge, assim, o jornalismo digital, que difere em vários aspectos do jornalismo tradicional, especialmente na forma e no conteúdo. A linguagem do jornalismo digital é mais leve, direta e, muitas vezes, adaptada para um público que consome notícias de maneira fragmentada e rápida através da tecnologia de hiperlinks, caminhos na internet que fornecem maior contextualização para o assunto. “A internet possibilita uma interação rápida e facilitada entre os usuários. Se o jornalista posta uma notícia ou um vídeo nas redes sociais, por exemplo, pessoas de todas as partes do mundo” (Bona, 2017 p. 219).

É comum que o conteúdo seja mais visual, com uso intensivo de imagens, infográficos e vídeos para facilitar a compreensão e manter a atenção do leitor em um contexto marcado pela sobrecarga de informação. A flexibilidade e a capacidade de adaptar-se a novos formatos tornam-se fundamentais para o jornalista digital, que

precisa explorar recursos multimídia e narrativas híbridas. (Ferrari, 2010; Bona, 2017)

Costumo dizer para os repórteres da internet que qualquer história pode ser contada em mil caracteres, já que temos o recurso dos links embutidos para criar profundidade no conteúdo. Se estivermos falando de uma revista mensal, no entanto, é claro que a situação é outra. Em reportagens maiores, com mais dados e fontes, pode-se utilizar links para hipertextos de áudio, vídeo e galerias de fotos, tornando a leitura leve e agradável. (Ferrari, 2010 p. 53)

A participação também está presente na possibilidade de o público contribuir com informações, sugestões ou mesmo atuar como uma fonte de conteúdo por meio de plataformas colaborativas, como blogs, fóruns e redes sociais. Esse fenômeno amplia o conceito de notícia e desafia os jornalistas a repensarem sua função, já que a própria audiência se torna parte do processo de apuração e distribuição de informações. Em suma, o jornalismo digital não é mais apenas uma questão de informar, mas de engajar e construir um diálogo constante com o público. (Ferrari, 2010; Bona, 2017)

Para Rocha (2000), o jornalismo digital possui algumas características importantes que devem ser ressaltadas, dentre elas: A Instantaneidade, a capacidade de toda e qualquer informação uma vez veiculadas alcançar centenas de milhares de internautas em um instante de forma fácil e barata. A Memória, o potencial imediato de informações serem armazenadas e guardadas indefinidamente e futuramente acessadas com facilidade. A Interatividade, provavelmente a mais importante de todas, possibilita que o leitor vá além da interatividade até então reservada para cartas à jornais e telefonemas às rádios, criando um caminho customizado para se consumir a notícia, utilizando sessões de comentários junto de outros usuários, participando de votações etc.

A Convergência une todos as possíveis formas de se transmitir uma informação, seja através da leitura, audição, imagens ou vídeos e entrega ao consumidor tudo de uma vez. A Hipertextualidade torna o consumo de informações dinâmico podendo fragmentar informações em porções menores e mais fáceis de se consumir, além de fornecer um maior poder de contextualização elevado.

Com o avanço intenso e exponencial da evolução da tecnologia, o jornalismo, principalmente o jornal impresso, precisa também se adaptar ao meio digital para sobreviver assim dando origem ao Jornalismo Digital, Ciberjornalismo, Jornalismo

Online ou Web Jornalismo. Enquanto isso a TV e o Rádio buscam também a integração convergente das mídias de uma forma mais concreta e interativa. Alguns veículos notáveis são: *Folha de São Paulo* e *New York Times* integrando uma assinatura que permite acesso ilimitados às notícias, catálogos anteriores e até mesmo jogos e passatempos como palavras cruzadas online. (Bona, 2017).

A digitalização da informação proporcionou algo jamais antes visto no setor jornalístico: a capacidade de escolher o que se quer ver. Até então, as informações nos jornais de papel, rádio e TV passavam por um processo de seleção para que fossem veiculadas, deixando muitas possíveis notícias de fora. Com isso, a informação está a alguns cliques nos celulares e computadores (Bona, 2017):

Dois outros fatores alteram, de maneira drástica, o processo de produção jornalística no meio digital: o receptor escolhe o que quer consumir de informação e lhe responde e a produz pela rede. A via de mão dupla nunca havia existido, pois os processos comunicacionais sempre foram um emaranhado de redes e teias. Porém, eles foram potencializados em um ambiente no qual todo mundo vira produtor e também receptor de informação. É possível dizer que os movimentos informacionais ficaram em mãos duplas - e triplas, e quádruplas - e à velocidade da luz, o que desafia o jornalista a ser muito diferente. (Bona, 2017, p. 216)

A digitalização do jornalismo e a oficialização do ciberjornalismo como uma verdadeira vertente de informação exigiu que o profissional da área estivesse não somente antenado na profissão, mas também no setor tecnológico e de comunicação como um todo. Aqueles que não se adaptaram acabaram por ficar antiquados e ultrapassados em meio tanta inovação.

Não demorou muito para que, em meio a tanto barulho, um ruído em especial chegasse, finalmente, aos ouvidos atentos dos profissionais de comunicação, deixando um recado muito claro: acabou a exclusividade do jornalista quanto à divulgação de informações. O fluxo da notícia, até então um monopólio de profissionais acostumados à via de mão única da comunicação, passa a ter um novo personagem, desafiando princípios consolidados da estrutura midiática e convidando o jornalista para um curioso debate, por que não, com o seu leitor. (Bona, 2017, p. 216)

Para Ferrari (2010), a interatividade se torna um pilar principal das virtudes do ciberjornalismo, isso significa que através do meio digital, os meios de comunicações desenvolvem novas capacidades de cativar, incentivar e reter o internauta. Isso tudo se dá por meios de diversos artifícios empregados pela elaboração virtual desde a customização de conteúdo através de algoritmos, até assinatura de newsletters,

recomendação de artigos e notícias, sessão de comentários, feedbacks, todos a favor de uma nova linguagem jornalística.

De acordo com a autora, percebe-se que a comunicação moderna não é mais unilateral, mas interativa, o que exige uma compreensão mais profunda do comportamento do público. Saber utilizar ferramentas que captam informações sobre o caminho percorrido pelos usuários, como o tempo gasto em determinados tópicos ou o tipo de conteúdo consumido, permite adaptar as estratégias de comunicação para engajar e satisfazer as audiências de maneira eficaz. O uso inteligente desses dados pode não só ampliar o alcance das produções, mas também fortalecer o vínculo entre o público e o conteúdo oferecido (Ferrari, 2010).

Os repórteres de mídias impressas, por exemplo, privilegiam a informação; os de TV buscam cenas emocionantes, sons e imagens para serem transmitidos junto com o texto da notícia. Já os jornalistas do on-line precisam pensar em elementos diferentes e em como eles podem ser complementados. Isto é, procurar palavras para certas imagens, recursos de áudio e vídeo para frases, dados que poderão virar recursos e assim por diante (Ferrari, 2010).

Além disso, surgem novos desafios como a adaptação da linguagem e das funções disponíveis pela tecnologia para a mídia digital, afinal, o jornalismo não é uma cópia idêntica do impresso, há características predominantes que influenciam na forma de consumir a informação, seja através de fotos, vídeos, animações, áudio, trilhas sonoras, efeitos especiais etc. Todos esses artifícios ajudou a indústria a se estabelecer de forma única e adaptada ao meio digital (Ferrari, 2010).

2.2 Jornalismo segmentado e especializado

Por mais que a segmentação e especialização do jornalismo sejam tópicos mais velhos que a digitalização, é difícil desvinculá-los um do outro justamente pelo fato de que o mundo virtual foi um forte catalisador que deu forças para que a segmentação e a especialização obtivessem ainda mais presença no mundo jornalístico. Ao longo dos anos a busca por conhecimentos específicos se intensificou e o caráter generalista do jornalismo pouco satisfazia o interesse do público, portanto a necessidade de uma segmentação surgiu. Para Fernandes (2017), apesar do nome, o jornalismo segmentado ou especializado pode ou não manter o caráter generalista.

Jornalismo especializado faz parte do jornalismo de informação geral por se tratar de comunicação ampla e genérica, embora possa ser limitado por aspectos temáticos que imprimem certa singularidade na redação das notícias e até na abordagem dos temas noticiados. O jornalismo especializado, normalmente, se remete a uma editoria do jornalismo de informação geral, não sendo considerado um fenômeno ou modalidade a parte, mas uma característica do jornalismo de informação geral contemporâneo. (Fernandes 2017, p. 24)

Por essa perspectiva, a segmentação e a especialização do jornalismo proporcionam novos horizontes tanto para o profissional quanto para o leitor. Ambos buscam por um conteúdo nichado, muitas vezes inacessível em canais comuns. A partir dessa demanda, a procura gerou não somente interesses, mas novos desafios e barreiras a serem superadas.

O jornalista especializado também pode atuar em um veículo que não seja de informação geral, mas totalmente especializado. Imagine um profissional que, além de ser formado em jornalismo, tem graduação em moda. Ele pode atuar em um portal que divulgue apenas informações ligadas a esse universo, como lançamentos de coleções, tendências e grandes estilistas. Um meio especializado demanda ainda mais jornalistas especializados. (Fernandes 2017, p. 24)

Para Fernandes (2017) jornalismo especializado, uma vertente da atividade jornalística que se contrapõe à cobertura geral dos fatos, apresenta alguns atributos fundamentais. Primeiramente, seu foco está em pautas direcionadas a temas específicos ou a um público segmentado. Além disso, seu aprofundamento busca ultrapassar o senso comum, evitando a superficialidade típica do noticiário geral. A linguagem utilizada é diferenciada, com maior emprego de termos técnicos, científicos e jargões, dispensando explicações detalhadas por se tratar de um discurso familiar à área de conhecimento abordada. Outro ponto crucial é a presença de profissionais especializados, ou seja, jornalistas que possuem formação complementar ou um domínio mais aprofundado sobre o tema em questão.

O jornalismo especializado pode ser praticado de três formas principais, explica o autor. A primeira ocorre dentro de uma editoria, caderno ou suplemento de um veículo de comunicação. Nesse caso, embora o veículo aborde assuntos gerais, o jornalista se concentra em uma seção específica, produzindo conteúdo relacionado à sua especialidade. Um exemplo é o editor de um caderno de turismo em um grande jornal, que se dedica exclusivamente a pautas relacionadas ao turismo, mesmo que o veículo cubra outros temas, como política ou manifestações.

Esse profissional, com sua expertise no setor turístico, tem acesso a fontes e contatos valiosos, além de conhecimento técnico que o capacita a produzir cadernos especiais sobre o tema semanalmente (Fernandes, 2017).

Na perspectiva da segmentação no jornalismo, Mário Erbolato (1981) explora os desafios enfrentados pelos jornalistas especializados, como a dificuldade em traduzir termos técnicos para uma linguagem acessível e a necessidade de manter a precisão sem simplificar demais as informações. A ética é outro ponto crucial discutido, onde Erbolato aborda questões como a responsabilidade na transmissão de informações, o combate à desinformação e a importância da transparência. Em meio a segmentação do jornalismo e as dificuldades que profissionais enfrentam, o jornalismo de games, interesse deste estudo, equilibra-se na capacitação do jornalista sob demanda do mercado e dos leitores.

De acordo com Ana Carolina de Araújo Abiahy (2000), a especialização e a diversificação no jornalismo têm um impacto profundo no perfil do profissional da área, moldado pelas mudanças significativas nas estratégias de produção e consumo de informação. O cenário da comunicação atual é marcado por um aumento notável nas publicações especializadas, com destaque para revistas e suplementos, impulsionado pela necessidade premente de atender a nichos de público com interesses específicos. Essa fragmentação da audiência se intensifica com a ascensão da televisão a cabo e da internet, ferramentas poderosas que permitem segmentar o público de forma mais precisa e direcionada.

Nesse contexto, a autora evidencia que a figura do jornalista como um "especialista em generalidades" se torna cada vez mais obsoleta. As redações contemporâneas buscam, com crescente ênfase, profissionais que, além da formação básica em jornalismo, possuam conhecimento aprofundado em áreas específicas, como economia, política, ciência, cultura, games entre outras. Essa mudança de paradigma exige uma adaptação substancial nos currículos universitários, que devem transcender a abordagem generalista tradicional e incorporar especializações em áreas como jornalismo científico, econômico e cultural, preparando os futuros jornalistas para a demanda por conteúdo especializado.

A escolha, a preferência do telespectador não dependem de uma brecha no universo de programações variadas. Porque os canais, em geral, já são variados e cada qual é direcionado a um tipo de telespectador. Enquanto

oque na televisão convencional o telespectador sente-se preso à programação de um canal de opções das mais variadas fontes. (Abiahy, 2000 p. 12)

Para a autora, proliferação exponencial de informações e a velocidade vertiginosa das mídias exigem do jornalista contemporâneo a capacidade de filtrar, analisar criticamente e sintetizar a avalanche de dados disponíveis, combatendo a desinformação e a superficialidade. O desenvolvimento de um olhar crítico e analítico se torna, portanto, indispensável para a produção de conteúdo jornalístico de qualidade. Paralelamente a essa capacidade analítica, o jornalismo especializado valoriza o contato próximo com o leitor e a busca constante pela interatividade. O profissional da área precisa ser capaz de comunicar-se de forma clara e envolvente, construindo um relacionamento de confiança e diálogo com seu público.

Essa maior proximidade com o leitor permite a construção de um discurso mais informal, criativo e autêntico, abandonando o estilo objetivo e impessoal que visava atingir um leitor médio, agora inexistente. As revistas especializadas, em particular, se beneficiam dessas características, com matérias mais aprofundadas, uso de linguagem específica e maior espaço para criatividade. (Abiahy, 2000).

Uma importante especialização e segmentação do jornalismo e jornalista para esta pesquisa é o de games que Alessandra Lemos Fernandes trás de forma direta em seu livro *Jornalismo: Especialização e Segmentação*.

Na cobertura de entretenimento, uma das áreas que vêm crescendo é o jornalismo de games, que se enquadra no que se convencionou chamar de soft news (em português, “noticiário leve”). Muitas pessoas consideram tais notícias fúteis, atribuindo importância jornalística apenas às hard news – relatos objetivos acerca de temas políticos, econômicos, cotidianos, científicos ou policiais. No entanto, há quem se interesse por esses assuntos e, nesse sentido, o jornalista é essencial na transmissão de informações precisas, checadas, apuradas e bem-escritas. (Fernandes, 2017 p. 123)

Um dos principais desafios do jornalismo de games é evitar ser apenas um “repassador” ou tradutor de notícias de fontes internacionais, já que os fabricantes de jogos fornecem materiais diretamente. Além disso, as empresas desenvolvedoras de games frequentemente contratam jornalistas para criar esses conteúdos. Por outro lado, é inegável que quem deseja se especializar nessa área precisa dominar uma língua estrangeira, especialmente o inglês. Muitas fontes são internacionais e, para entender as informações, os tradutores on-line não são suficientes (Fernandes, 2017).

A pesquisa “Jornalismo de Games no Brasil” publicada em 2020 e desenvolvida pela Theogames uma assessoria de imprensa e agência de conteúdo especializado no mercado de games do Brasil e da América Latina traz informações importantes sobre a rotina e como funciona o mercado de trabalho quando se trata de jornalismo de games. O estudo envolveu 113 jornalistas de 93 veículos diferentes, abrangendo plataformas online, impressa e televisão.

Na pesquisa, o autor lista veículos e canais de jornalismo especializados em games, como *IGN Brasil*, *The Enemy*, *Jovem Nerd*, *UOL*, *Terra*, *Globo* e *Canaltech*, e evidencia os desafios do crescimento do jornalismo especializado. Segundo a Theogames, sites menores buscam monetizar seu trabalho e atrair a atenção de empresas do mercado, enquanto os veículos de maior relevância estão com uma estrutura cada vez mais enxuta. Este aspecto apresenta o desequilíbrio em relação às oportunidades de criação de conteúdo especializado, tanto no Brasil quanto no resto do mundo.

3 HISTÓRIA DO VIDEO GAME E EVOLUÇÃO COMO MÍDIA E ARTE

Este capítulo tem como objetivo principal estabelecer os conceitos básicos sobre vídeo games, o que são, qual sua relevância e qual o espaço que ocupa atualmente tanto como mídia quanto arte para que então seja possível discutir a segmentação jornalística focada neste nicho.

É um equívoco comum imaginar que os primeiros jogos eletrônicos surgiram com fins comerciais. Pelo contrário, nasceram da paixão de programadores e entusiastas por explorar o potencial ainda desconhecido dos computadores. "Tennis for Two" (1958) e "Spacewar!" (1962) são exemplos emblemáticos desse período, criados em computadores de grande porte, inacessíveis ao público em geral. O espírito hacker e a busca por desafiar os limites da tecnologia impulsionaram essa fase inicial, estabelecendo as bases para a futura indústria (Jamie, 2020).

Jamie Woodcock (2020) em "Marx no Fliperama" explica os pontos focais de origem dos jogos:

Para começar bem do início, o National Museum of Play, em Nova York, afirma que o primeiro jogo eletrônico foi um computador desenvolvido por encomenda em 1940: o Nimatron. Era possível jogar uma versão do jogo Nim, no qual os jogadores têm de evitar pegar o último fósforo. (No Nimatron isso significava apagar as luzes que representavam os fósforos restantes). (Jamie, 2020, p. 31)

A década de 1970 marca um ponto de inflexão, com os fliperamas (arcades) popularizando o acesso aos jogos eletrônicos. "Pac-Man" (1980), "Donkey Kong" (1981) e "Space Invaders" (1978) se tornam não apenas jogos, mas verdadeiros fenômenos culturais, conquistando uma legião de fãs. Simultaneamente, os consoles domésticos, como o Atari 2600 (1977), democratizam ainda mais o acesso, levando os jogos para dentro das casas e consolidando-os como forma de entretenimento. (Jamie, 2020).

É precisamente na década de 80 que os videogames passam a ser considerados arte; fato evidenciado pela revista "Video Games Player", publicada pela *Carnegie Publications* nos Estados Unidos, em seu segundo volume. Nesse exemplar, foi incluído um segmento chamado *Golden Joystick Awards*, que reconhecia jogos que se destacavam pela combinação de jogabilidade, diversão e qualidade gráfica. A revista também fazia comparações com as indústrias da música

e do cinema, mencionando o *Grammy* e o *Oscar*, e afirmava que os videogames "são tão artísticos quanto outras formas de entretenimento".

David Guilherme Monteiro Alves (2021) explica que videogames podem ser considerados obras de arte devido à sua capacidade de integrar diversas formas de arte, como música, artes visuais e escrita narrativa, para criar uma experiência esteticamente agradável e emocionalmente envolvente. Além disso, alguns videogames se inspiram em movimentos artísticos existentes, como Surrealismo e Abstracionismo, para seu design visual e conceito. *Braid*, *Limbo* e *Mirror's Edge* são exemplos de jogos que demonstram essa integração de influências artísticas.

Segundo Alves (2021), a ideia de que videogames não sejam considerados como arte é algo difícil de se entender hoje em dia, pois representam o amálgamo de diversas as expressões artísticas. Há inúmeros elementos a serem considerados quando se trata de videogames. Desde as sinfonias orquestrais presentes em *Bloodborne* (2015) no tema de Ludwig, a Lâmina Sagrada, até os elementos visuais culturais de *Okami* (2006) que se baseiam diretamente no folclore e mitologia xintoísta do Japão, as cores psicodélicas de *Hylics* que remetem a Andy Warhol e o enredo rico, emocionante e crítico de *Metal Gear Solid 3*, que traz elementos de realismo e fantasia junto à críticas sociopolíticas, elementos de escrita presentes em obras de autores literários como Jorge Amado.

Estes são elementos que harmonizam com o enredo e as mecânicas implementadas e que acabam por evidenciar que se torna possível a existência de uma conexão entre ambos os conceitos, arte e os videogames, sem que o próprio videogame produzido perca a sua própria identidade. (Alves, 2021 p. 57)

O autor argumenta que a interatividade é um elemento fundamental que distingue os videogames de outras formas de arte. Ela permite que os jogadores moldem ativamente a narrativa e a experiência, criando um nível de envolvimento e agência não presentes em formas de arte mais tradicionais. No entanto, a aceitação dos videogames como forma de arte estabelecida ainda é debatida. A ênfase no entretenimento e nos aspectos comerciais dos videogames, bem como a sua natureza interativa, desafiam as noções tradicionais de arte (Alves, 2021).

Apesar disso, a crescente exploração de conceitos artísticos e experimentação no design de jogos vem diminuindo a lacuna entre videogames e arte. Jogos *indie*, com maior liberdade criativa, exploram novos funcionamentos

expressivos e mecânicas para proporcionar uma combinação tecnológica, lúdica e imaginativa inovadora (Alves, 2021).

E não é só isso, baseando-se na pesquisa de Alves (2021) podemos extrapolar que os videogames possuem a capacidade de se autorreferenciar, permitindo que o meio seja influenciado tanto por si mesmo, com obras marcantes, quanto por outras expressões artísticas. Em *Signalis* (2023) encontramos dentro dessa única obra os quadros simbolistas *Ilha dos Mortos* de Arnold Böcklin (1827–1901) e *Shore of Oblivion* de Eugen Bracht (1842–1921), a sinfonia *Lago do Cisnes* (1877) de Tchaikovsky, o livro *Rei de Amarelo* (1895) por Robert W. Chambers e diversas outras referências à outras obras clássicas e modernas.

Enquanto mídia, os videogames emergiram como uma das mídias mais significativas da atualidade, consolidando sua relevância tanto como forma de entretenimento quanto como um mercado de impacto econômico. No Brasil, esse cenário é ainda mais marcante. Segundo a Pesquisa Game Brasil 2024 (PGB), o consumo de jogos digitais no país atingiu 73,9% da população, um aumento em relação ao ano anterior, reforçando o papel dos videogames como uma das principais formas de entretenimento. Esse crescimento é impulsionado por diversos fatores, como o aumento da diversidade de plataformas como smartphones, consoles e computadores e a expansão do mercado de eSports, que tem atraído tanto jogadores quanto espectadores.

O público gamer no Brasil é extremamente diversificado. Cerca de 50,9% dos jogadores são mulheres, com uma predominância de jogos em smartphones, plataforma preferida por 66,9% desse público. O perfil etário também é variado, com a maior concentração de jogadores entre 25 e 34 anos. Isso demonstra que o mercado de jogos já não é restrito a jovens, mas também abrange adultos que cresceram jogando e mantêm esse hábito na vida adulta.

Os números financeiros da indústria também são impressionantemente grandes. A pesquisa revela que grande parte dos jogadores investe regularmente em acessórios, upgrades e expansões de jogos. Mais de 85,4% consideram os jogos digitais sua principal forma de entretenimento. Além do entretenimento, o impacto dos videogames na sociedade brasileira vai além. 60,4% dos jogadores enxergam boas oportunidades de carreira na área de produção e gestão de projetos para jogos digitais, com outros 63,4% vendo o marketing e a publicação de games como uma área promissora.

Esse interesse pelas carreiras ligadas aos jogos demonstra que a indústria não só entretém, mas também abre portas para desenvolvimento profissional. A PGB indica que 59,9% dos jogadores brasileiros consideram os jogos uma maneira de escapar dos problemas do dia a dia, proporcionando um nível de imersão e interação que outras mídias não conseguem alcançar.

4 JORNALISMO DE GAMES E A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA

Este capítulo apresenta algumas teorias do jornalismo que ajudam a explicar a rotina profissional e o processo de construção da notícia, para contribuir com a discussão do tema. As teorias esclarecem sobre como funciona o cotidiano de uma produção de notícia, desde os critérios para a seleção da pauta, o tratamento da informação e a publicação.

A pesquisa realizada pela empresa Theogames, contextualizada anteriormente, explica como funciona a rotina de um jornalista de games e sobre o fluxo de informação no jornalismo de games, que se inicia com as assessorias de imprensa, *publishers* (publicadoras) e desenvolvedores que buscam divulgar seus jogos e produtos. As assessorias enviam *press releases* sobre algum lançamento de jogo, fazem ligações e enviam mensagens para os jornalistas na esperança de conseguir uma cobertura da imprensa. Mais de 37% dos jornalistas de games recebem mais de 50 *press releases* por semana, o que significa mais de 10 por dia. Essa grande quantidade de informação exige que os jornalistas filtrem e selecionem as pautas que serão trabalhadas. É importante ressaltar que essas informações não se limitam somente o jornalismo de games brasileiro, mas que afetam o cenário como um todo.

Alguns fatores influenciam a decisão do jornalista sobre cobrir ou não uma pauta: o potencial de audiência do jogo, a relevância da pauta, a afinidade com a linha editorial do veículo, a disponibilidade de código de *review* e a confiança no desenvolvedor, *publisher* ou assessoria de imprensa. Jogos AAA (alto orçamento e publicidade) e franquias populares tendem a ter mais destaque, mas quase metade dos jornalistas prioriza a importância da pauta, mesmo que a audiência seja menor.

Após decidir cobrir uma pauta, o jornalista pode produzir reviews, notícias, guias, vídeos e podcasts. As assessorias de imprensa, *publishers* e desenvolvedores devem evitar erros comuns no contato com jornalistas, como abusar do *follow up*, avisar sobre pautas em cima da hora e insistir em pautas que não têm afinidade com o veículo.

A rotina de trabalho do jornalista de games é desafiadora, com prazos apertados dificuldades financeiras, estruturais e de acesso, grande volume de informações e a necessidade de se adaptar às constantes mudanças do mercado.

Para Traquina (2005) “Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são”, com o advento da internet e a digitalização dos meios de comunicação, mais do que nunca, o papel do jornalista e do Jornalismo em si é questionado e posto à prova. O autor explica que existem várias teorias que buscam responder a essa pergunta e que elas, de algum modo, complementam-se (Traquina, 2005, p. 146).

4.1 Teoria de Newsmaking

De acordo com a teoria de Newsmaking descrita por Felipe Pena (2005) em seu livro Teorias do Jornalismo, as notícias são como são, pois, são produzidas perante uma rotina estabelecida de trabalho e “leva em consideração critérios como noticiabilidade, valores-notícia, constrangimentos organizacionais, construção da audiência e rotinas de produção” (Pena, 2005 p.130). Portanto, apesar de produzir e veicular informações importantes, muitas vezes vindo de notícias que continuam se desenvolvendo, o veículo preocupa-se também com seu modelo de produção e “uma lógica interna de constituição que influencia todo o processo de construção.” (Pena 2005, p.131).

(...) o processo de produção da notícia é planejado como uma rotina industrial. Tem procedimentos próprios e limites organizacionais. Portanto, embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo. (Pena, 2005 p. 131)

Segundo o Pena (2005), a qualidade, viabilidade e/ou confiabilidade da notícia pode ficar à mercê de uma “distorção inconsciente” atribuída à rotina de produção e às trocas de valores internos e profissionais. Com isso em mente, junto da pesquisa realizada pela Theogames é observável que a rotina de trabalho no jornalismo de games pode impactar no produto de forma negativa.

Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do newsmaking. [...] a atividade jornalística é extremamente complexa, apesar de seu objetivo parecer simples: fornecer relatos de acontecimentos significativos e interessantes. (Pena, 2005 p. 132)

Um dos pilares principais da teoria de Newsmaking é a noticiabilidade. Este conceito refere-se a um conjunto de critérios, operações e ferramentas utilizados para selecionar, entre diversos acontecimentos, uma quantidade limitada de notícias. A noticiabilidade é negociada por jornalistas, editores, diretores e outros participantes do processo de produção jornalística. (Uma ação e atividade também descritas pela pesquisa Theogames). Sua aplicação se baseia nos valores-notícia, que são esses critérios e operações usados para determinar quais eventos são relevantes e interessantes para serem transformados em notícia. Por exemplo, a importância do envolvido é um valor-notícia: “quanto mais famoso for o personagem do evento, maior a chance de ele se tornar notícia” (Pena, 2005 p. 132 -133)

Outra prática é a sistematização do trabalho jornalístico. A divisão de tarefas é uma das rotinas: pauteiros, repórteres e editores têm funções específicas, embora estejam interligadas. A divisão em editorias também ajuda a organizar o trabalho. E o processo industrial, com hora de fechamento e cartão de ponto, encerra a trilogia organizacional. (Pena, 2005 p. 133).

No contexto do jornalismo especializado, como o de games, mencionado na pesquisa da Theogames, essas rotinas e valores-notícia podem influenciar significativamente o conteúdo final. Em nichos com públicos muito específicos, as demandas por atualizações constantes e pela cobertura de eventos contínuos tornam-se ainda mais intensas. Assim, as práticas do Newsmaking, como a sistematização e a aplicação dos valores-notícia, podem gerar distorções no produto final, o que Pena chama de “distorção inconsciente”. Isso ocorre quando a repetição de processos e a pressão por produtividade fazem com que o conteúdo seja moldado mais pela estrutura organizacional do que pela profundidade informativa, impactando a qualidade e a confiabilidade da cobertura jornalística.

Nesse sentido, o Newsmaking questiona a ideia de autonomia absoluta do jornalista, sugerindo que ele atua, em grande medida, dentro das limitações e expectativas da empresa jornalística. A construção da realidade jornalística, portanto, é fruto de uma prática que busca balancear as restrições organizacionais com o compromisso ético e informativo. Para Pena (2005), o desafio do jornalismo é equilibrar essas dinâmicas, mantendo a integridade e a credibilidade das notícias, sem ignorar a complexidade e as exigências do processo produtivo.

4.2 A Teoria Multifatorial da Notícia

A produção da notícia exige processos para transformar um acontecimento em notícia, como abordado anteriormente. Para Sousa (2004), diversas forças impactam tanto a produção da notícia quanto os seus efeitos sobre o público. Para compreender essas forças, o pesquisador propôs a Teoria Multifatorial da Notícia como forma de unificar as teorias do jornalismo em um só e explicar a complexidade da produção de notícias, tendo em conta uma multiplicidade de fatores. Desse modo, o que também interessa deste estudo é compreender os efeitos das notícias, no público diante.

Em “Construindo uma Teoria Multifatorial da Notícia como uma Teoria do Jornalismo”, Jorge Pedro Sousa (2004) aponta o trio de dinâmicas entre profissional, público e indústria para a construção da notícia.

(...) a notícia jornalística é o produto da interação histórica e presente (sincrética) de forças pessoais, sociais (organizacionais e extraorganizacionais), ideológicas, culturais, históricas e do meio físico e dos dispositivos tecnológicos que intervêm na sua produção e através dos quais são difundidas; e que as notícias têm efeitos cognitivos, afetivos e comportamentais sobre as pessoas e, através delas, sobre as sociedades, as ideologias, as culturas e as civilizações. (Sousa, 2004 p. 16)

Para Sousa (2004), tanto a produção quanto o entendimento e a interpretação de um fato jornalístico ou notícias veiculada depende de inúmeros fatores independentes e coexistentes para cada indivíduo chamados de “Forças”. Cada “Força” atua sobre as pessoas de forma diferente e possuem diferentes impactos entre si. As principais “Forças” elencadas pelo pesquisador são:

A **Força Pessoal** descrita pelo autor, por exemplo, tem como principal elemento os valores atribuídos a si mesmo por jornalistas à sua função profissional, quanto para leitores e suas interpretações. Um jornalista que se auto identifica como neutro perante o mercado e procura ao máximo adotar um caráter de imparcialidade é completamente diferente de um que se considera um “participante ativo” em seu meio. Sousa, assim como Pena (2005), também leva em consideração a rotina de produção (Sousa, 2004)

As rotinas produtivas situam-se a meio caminho entre a força pessoal e a força social, pois correspondem a formas mecanicistas pessoais de proceder, embora esses mecanicismos representem, igualmente, uma maneira de os jornalistas se defenderem de críticas e de as organizações

noticiosas fazerem estrategicamente face ao imprevisto e conseguirem garantir que o produto informativo se faz. (Sousa, 2004 p. 20)

A **Força Social** está diretamente ligada à Teoria de Newsmaking já descrita, nela o jornalista está sob influência sócio-organizacional de forma interna e social extraorganizacional de forma externa. Apenas uma pequena parte dos fatos se transforma em notícia, devido a mecanismos que vão além da ação individual dos jornalistas. Estes mecanismos incluem forças sociais que atuam em dois níveis: o sócio-organizacional, ligado às limitações internas das organizações jornalísticas, e o extraorganizacional, relacionado aos fatores externos que influenciam a produção de notícias. No âmbito organizacional, elementos como o desejo de lucro, a competição entre editoriais, os recursos disponíveis e a burocracia afetam o que é publicado. Externamente, fatores como as demandas do mercado, a audiência e as relações entre jornalistas e fontes de informação também moldam as decisões editoriais, contribuindo para uma visão multifatorial do processo de seleção das notícias (Sousa, 2004).

A **Força Cultural** atua similarmente, porém desta vez, leva em consideração principalmente o contexto cultural em que o indivíduo se encontra, seja esse uma cultura da profissão, do mercado e do nicho que ele atende. No jornalismo de jogos, tanto o leitor quanto o jornalista se encontram envoltos da cultura “gamer” que os afeta diretamente (Sousa, 2004).

Finalmente a **Força do Meio Tecnológico** argumenta que as ferramentas que vem acompanhadas da digitalização da profissão como a alteração e correção de informações em tempo real tal como a possibilidade de inclusão de infográficos, imagens, vídeos, e a eficácia elevada de coleta de informações, por um lado auxiliam o profissional, mas também ofuscam a importância do jornalista como principal gestor da informação (Sousa, 2004).

As notícias exercem uma série de efeitos complexos e profundos sobre os consumidores, que abrangem desde a percepção da realidade até o comportamento cotidiano. Em análise dos efeitos jornalísticos, uma teoria completa do jornalismo deve considerar tanto o conteúdo das notícias quanto os impactos que esse conteúdo gera. Diante de tais forças autor propõe 3 efeitos principais apontam que o verdadeiro alcance de uma notícia se realiza apenas quando consumida, momento em que seus efeitos se tornam evidentes, gerando um ciclo onde as notícias

impactam a sociedade e, por sua vez, influenciam os próprios meios jornalísticos. Os efeitos em questão são descritos na versão de 2005 da mesma obra.

Os efeitos cognitivos referem-se à maneira como as notícias moldam a percepção da realidade, influenciando as atitudes, a formação de crenças e o desenvolvimento de valores juntamente da construção social da realidade, que influencia a compreensão do mundo (Sousa, 2005).

No aspecto afetivo, as notícias não apenas informam, mas também despertam emoções. Elas podem induzir sentimentos de medo, insegurança ou mesmo pânico, especialmente quando a cobertura foca em temas violentos ou negativos, e também oferecem gratificações emocionais. (Sousa, 2005).

Por fim, os efeitos comportamentais derivam dos impactos cognitivos e afetivos, influenciando a conduta dos indivíduos. Isso pode significar desde a modificação de atitudes até ações mais concretas, dependendo da intensidade da mensagem jornalística e da predisposição pessoal dos consumidores. No entanto, tais efeitos são variáveis, pois dependem das características individuais de cada consumidor de notícia (Sousa, 2005).

4.3 Teoria da Recepção

Outra teoria que ajuda a compreender a percepção do público diante do conteúdo noticioso é a Teoria da Recepção, como descrita em **“A história da literatura como provocação à teoria literária”**, de Hans Robert Jauss (1994). Apesar de não ser considerada diretamente uma teoria jornalística e inicialmente ter um propósito voltado para a literatura e estética, atualmente é considerada e utilizada em diversas outras áreas, incluindo no jornalismo. Os conceitos de Jauss podem ser aplicados ao jornalismo ao analisar como o público interpreta e reage às notícias e aos conteúdos jornalísticos, uma interação dinâmica entre o conteúdo e sua audiência que é extremamente dependente da bagagem cultural, social e de conhecimento. Segundo Jauss:

Afinal, a qualidade e a categoria de uma obra literária não resultam nem das condições históricas ou biográficas de seu nascimento, nem tão-somente de seu posicionamento no contexto sucessório [...] do desenvolvimento de um gênero, mas sim dos critérios da recepção, do efeito [...] reduzido pela obra e de sua fama junto à posteridade, critérios estes de mais difícil apreensão. (Jauss, 1994, p. 2)

O autor argumenta que a relação dialética presente na dinâmica entre autor, obra e leitor é fundamental para ler, consumir, entender, avaliar e analisar qualquer tipo de obra literária. Adaptando a teoria para o jornalismo, e mais especificamente, no jornalismo games, é possível observar que quando se há tribulações presentes em um ou mais elementos da dinâmica como a rotina extremamente movimentada e exigente de um jornalista de games (assim apontada pela pesquisa *Jornalismo de Games no Brasil* desenvolvida pela Theogames), a percepção geral do público para com o jornalismo de games pode ser afetada (Jauss, 1994).

Porém, a responsabilidade da dinâmica não paira unicamente sobre o jornalista, mas também com o público em geral visto que este consome avidamente os produtos e produções elaboradas pelo mercado. Aplicando os conceitos de Jauss, também ao público consumidor, espera-se que o mesmo, ao se deparar com um produto produzido pelo jornalismo de jogos, terá interpretações diferentes baseadas no seu histórico (Jauss, 1994).

Para exemplificar, um indivíduo, ávido consumidor de jogos de terror, terá um experiência completamente diferente ao consumir um jogo de romance, se comparado a um consumidor deste gênero, assim como se diferiria um jogador profissional que joga todos os dias de um jogador casual que joga aos fins de semana. E o mesmo acontece ao consumir e produzir jornalismo de games.

5 METODOLOGIA

Este capítulo apresenta o percurso metodológico da pesquisa, com apoio teórico em livros de metodologia científica, para delinear os passos do estudo. Aborda-se também o recorte do corpus analítico, a criação de categorias de análise e descreve como os dados serão tratados.

Quanto ao tipo, pesquisa é básica, usada para o enriquecimento do conhecimento e da compreensão do tema abordado. O procedimento se baseia na pesquisa bibliográfica e documental, de abordagem qualitativa e quantitativa. Quanto ao objetivo, a pesquisa é descritiva.

A escolha por realizar uma **pesquisa bibliográfica** se alinha com o objetivo de proporcionar uma ampla compreensão do tema investigado, permitindo ao pesquisador explorar uma diversidade de fenômenos e teorias já estabelecidos em estudos e publicações anteriores. Em um trabalho como este, focado no jornalismo e suas interações com novas mídias e o mercado de videogames, o uso de fontes secundárias ajuda a reunir um panorama consolidado de teorias, abordagens e dados previamente analisados por outros estudiosos e profissionais da área.

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Esta vantagem se torna particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço. (Gil, 2008 p. 50)

A escolha de realizar uma **pesquisa documental** é fundamentada na necessidade de explorar fontes que ainda não foram analisadas ou interpretadas exaustivamente, proporcionando uma visão direta e original dos dados que se deseja investigar. A pesquisa documental permite examinar diretamente fontes primárias, como reportagens, documentos oficiais, gravações e fotografias, ou fontes secundárias, como relatórios e tabelas estatísticas que foram parcialmente analisadas, mas que podem ser revisadas conforme os objetivos do estudo. No caso desta pesquisa, analisar a recepção pública quanto a Dean Takahashi.

O desenvolvimento da pesquisa documental segue os mesmos passos da pesquisa bibliográfica. Apenas há que se considerar que o primeiro passo consiste na exploração das fontes documentais, que são em grande

número. Existem, de um lado, os documentos de primeira mão, que não receberam qualquer tratamento analítico, tais como: documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, contratos, diários, filmes, fotografias, gravações etc. (Gil, 2008 p. 51)

Utilizando essas metodologias, foi possível definir o corpus da pesquisa, estabelecendo o objeto de análise, a seleção da amostra, o período de coleta de dados e, finalmente, a organização e análise dos dados, que seguirão as diretrizes apresentadas no livro "Análise de Conteúdo" de Laurence Bardin (2016). Seguidamente, através da abordagem qualitativa, foi possível separar as abordagens e recepções acerca do jornalismo de games. A metodologia qualitativa envolveu a análise de dados como comentários, entrevistas, gráficos e vídeos e suas métricas.

Para contextualização foram selecionados dois artigos acompanhados de seus respectivos vídeos, publicados no site **VentureBeat**, nos dias 24 de agosto de 2017 e 17 de março de 2020, pelo jornalista estadunidense Dean Takahashi. Ambas as publicações obtiveram considerável alcance na internet. As publicações são:

O vídeo que servirá de contextualização histórica sobre o caso. Publicado no dia 24 de agosto de 2017.

- ***Cuphead hands-on: My 26 minutes of shame with an old-time cartoon game***¹. (Tradução: Mãos à obra em Cuphead: Meus 26 minutos de vergonha com um jogo cartunesco das antigas).

Publicação no site publicação no site **VentureBeat** no 17 de março de 2020:

- ***Doom Eternal review — One of the best shooters, eva***². (Tradução: Review de Doom Eternal – um dos melhores jogos de tiro de todos).

Além disso, também será levado em consideração os vídeos hospedados no *Youtube*. visto que ambos contêm alta concentração de usuários que interagiram com o objeto de pesquisa e estão diretamente interligados às publicações. O

¹ Disponível em: <https://venturebeat.com/games/cuphead-hands-on-my-26-minutes-of-shame-with-an-old-time-cartoon-game/> . Acesso em: 26 outubro. 2024

² Disponível em: <https://venturebeat.com/business/doom-eternal-impressions-one-of-the-best-shooters-eva/> . Acesso em: 26 outubro.

primeiro sendo o objeto de análise e o segundo serve de contextualização geral do caso.

Vídeo publicado no *Youtube* no dia 5 de fevereiro de 2020:

- ***Dean Takahashi's Doom Eternal gameplay preview*** ³. (Tradução: Dean Takahashi's Doom Eternal gameplay preview).
- ***Cuphead Gamescom Demo: Dean's Shameful 26 Minutes Of Gameplay*** ⁴. (Tradução: A Vergonhosa Jogatina de 26 minutos do Dean na Demonstração de *Cupehad* na *Gamescom*).

É importante ressaltar, que a análise se concentra somente no vídeo ***Dean Takahashi's Doom Eternal gameplay preview*** e os demais vídeos e publicações citadas servirão de apoio histórico e contextualização do caso.

De acordo com Bardin (2016), observando os itens individualmente é possível estabelecer uma estrutura individual para que cada elemento se sustente e futuramente sejam incorporados uns aos outros, para uma análise geral dos padrões de informações encontradas. Esta ação é chamada de **pré-análise**. Os comentários foram lidos um a um para que se pudesse interpretar o tom e a intenção da mensagem para então categorizá-las.

Em seguida, foi feita a quantificação de comentários, interpretação e categorização de comentários encontrados nos vídeos em questão. As categorias são:

I – **Neutros**: referem-se à edição ou composição do vídeo, incluem piadas ou observações inofensivas sobre o gameplay (já que o próprio jornalista admite não ser um bom jogador) e abrangem temas não relacionados à análise, a Takahashi ou ao contexto em geral.

II – **Negativos**: envolvem insultos ou afirmações falsas que depreciam Dean pessoal ou profissionalmente, comparações ofensivas com animais, robôs, doenças, transtornos ou síndromes, bem como o uso de linguagem significativamente agressiva.

³ Disponível em: <https://youtu.be/848Y1Uu5Htk?si=YIT5FDZQhfKUcTTc>. Acesso em: 26 outubro.

⁴ Disponível em: https://youtu.be/L18W_ckOQNC?si=XLgaG8K8LiLAtFvQ. Acesso em: 26 outubro.

III – **Construtivos** são aqueles que questionam o comprometimento do jornalista de games com a indústria e o público, de forma que a integridade da matéria e do profissional não seja prejudicada nem comprometa a qualidade do conteúdo entregue ao público.

O período de coleta de comentários aconteceu no dia 27 de outubro de 2024 de maneira sequencial, conforme a ordem determinada pelo algoritmo de "**Relevância**" da seção de comentários do *YouTube*, que pode variar para cada usuário e mudar ao longo do tempo ou com novas interações. No total, acumulam-se **313** comentários no dia em que a coleta de dados aconteceu e destes, **45** foram selecionados para a análise. A razão por trás do número 45 se dá através do próprio algoritmo de relevância do *Youtube*. Comentários com maior quantidade de curtidas e respostas tendem de ter destaque e aparecer antes, por isso ir, optou-se por excluir os demais. Selecionar mais de 45 poderia se tornar prejudicial para a pesquisa, visto que os comentários passam a perder a relevância com o tópico.

Os comentários analisados serão distribuídos nas três categorias associadas a cores (verde para **neutro**, vermelho para **negativos** e azul para **construtivos**) em uma tabela que contendo o texto do comentário traduzido para o português brasileiro e a quantidade de "curtidas". Será também anexado um gráfico contendo as categorias e a quantidade de comentários que nelas se encaixam. Estes processos, segundo Bardin (2016), fazem parte das fases de codificação e categorização da informação.

6 DEAN TAKAHASHI E A OPINIÃO PÚBLICA

O objetivo deste capítulo é contextualizar quem é Dean Takahashi, quais são contribuições para o segmento profissional do jornalismo de game e o contexto de suas publicações que resultaram em reações dos internautas que acompanham publicações sobre games. Em seguida, no subcapítulo seguinte, é realizada a análise dos 45 comentários selecionados, sistematizados em uma tabela em que as categorias neutra, negativa e construtiva são aplicadas e, após, discutidas à luz das teorias abordadas no estudo.

Dean Takahashi é um jornalista e editor de 59 anos, que já trabalha na área de tecnologia a mais de 25 anos e 18 no segmento de videogames. Atuando principalmente como principal correspondente de jogos no portal VentureBeat, ele tem mais de duas décadas de experiência cobrindo o setor. Takahashi já é um profissional estabelecido no mercado com sua cobertura detalhada da indústria dos jogos eletrônicos e do mercado de tecnologia de forma geral. Apesar de focar mais no lado “business”, o jornalista eventualmente é o autor de reviews e resenhas que causam polêmica na internet. Além disso, ele se destaca pelo seu envolvimento em conferências e eventos importantes como o GamesBeat, onde especialistas e líderes do setor discutem tendências e inovações.

No dia 24 de agosto de 2017, Dean Takahashi publicou no site GamesBeat sobre sua experiência jogando a demo (uma versão de amostra de um jogo) de *Cuphead* (2017) no evento Gamescom, uma feira anual de vídeo games que serve como um veículo para a apresentação de novos produtos e tecnologias. O principal da publicação é o vídeo hospedado na plataforma de vídeos online, Youtube, em que Dean passa 26 minutos jogando, tendo dificuldades com os controles e sofrendo com a dificuldade do jogo.

Takahashi inicia o relato de sua experiência reconhecendo o fato de que ele não é um bom jogador, principalmente de jogos no estilo de *Cuphead*, chamados de jogos de plataforma e run-and-gun (andar e atirar), o jornalista não usou disso para criticar o jogo em si, apenas comentou sobre a jogabilidade, estilo artístico e principalmente sobre a dificuldade elevada do jogo. Acima de tudo, Dean descreve *Cuphead* como divertido, porém difícil.

O cunho da publicação é inofensivo, ela não é uma review propriamente dita, visto que o profissional não teve acesso ao jogo completo e meramente fala sobre sua experiência individual. Takahashi enfrentou fortes críticas de internautas que assistiram ao vídeo e leram seu artigo e foi zombado pela sua habilidade com o jogo. O vídeo no Youtube intitulado *Cuphead Gamescom Demo: Dean's Shameful 26 Minutes Of Gameplay* (traduzido para a “a vergonhosa jogatina de 26 minutos do Dean), atualmente possui mais de 2,6 milhões de visualizações e 11,393 comentários. Ao entrar na sessão de comentários, observa-se comentários em tom de zombarias, chacotas e deboches (as frases estão originalmente em inglês e traduzidas para a língua portuguesa pelo autor):

“É como ver um bebê andar pela primeira vez, mas a cada 20 segundos as pernas do bebê se quebram”.

“Eu gostaria de poder ser tão incompetente no trabalho e ainda manter meu emprego.”.

“Toda essa jogatina não mostra quase nenhum sinal de aprendizado e adaptação: as características fundamentais do bom jornalismo.”.

Estes foram alguns destaques selecionados e encontrados sem muito esforço na sessão de comentários, todos eles possuem uma quantidade considerável de curtidas que fazem com que apareçam com mais facilidade. Lendo aos poucos, observa-se que alguns comentários vão além de zombar das habilidades de Dean Takahashi por “jogar mal” e começam a criticar como isso pode afetar a capacidade profissional do jornalista. É importante notar que a recepção de forma geral presente nos comentários varia pouco entre sarcástica e ofensiva

Futuramente, dia 17 de março de 2020, Dean publicaria, no veículo VentureBeat, dessa vez uma review extremamente positiva do aguardado lançamento *DOOM Eternal* (2020), dando a ele uma nota 90/100 três dias antes do lançamento oficial. O jogo em questão é uma sequência do aclamado *DOOM* (2016), uma versão e releitura moderna do jogo *DOOM* (1993) considerado um dos grandes pilares dos videogames clássicos pela enciclopédia *Britannica* que o descreve como o jogo que “alterou o rumo de quase todos os aspectos dos jogos para

computadores (PC), desde os gráficos e a tecnologia de rede até aos estilos de jogo”. Evidentemente, *DOOM* é uma franquia que carrega um extremo peso e respeito em seu nome, tanto comercialmente quanto culturalmente. *DOOM* (2016) e *Eternal* possuem respectivamente 95% e 91% de aprovação em mais de 300 mil avaliações de usuários que compraram o jogo na plataforma de jogos *Steam*.

Na *review*, podemos ler como Dean meticulosamente conta sua experiência e ressalta todos os pontos positivos e negativos que acreditam ser relevantes para a escrita e para o público. Os aspectos positivos citados são a velocidade e a força que o jogo proporciona ao jogador, a movimentação fluida, a variedade de inimigos e de ferramentas para derrotá-los, os chefões imponentes e que dão medo, os gráficos atraentes, a trilha sonora heavy metal, a capacidade de controlar a dificuldade do jogo tornando-o mais confortável para jogadores inexperientes ou experientes (aspecto importante já que Takahashi proclama que venceu o jogo na dificuldade “fácil”), a conclusão da batalha final e a quantidade pequena dos chamados “bugs” (bugs são erros de programação que causam comportamentos inesperados ou falhas no jogo. Eles podem variar desde problemas visuais e de áudio até falhas graves que impedem o progresso do jogador, afetando a experiência de jogo.).

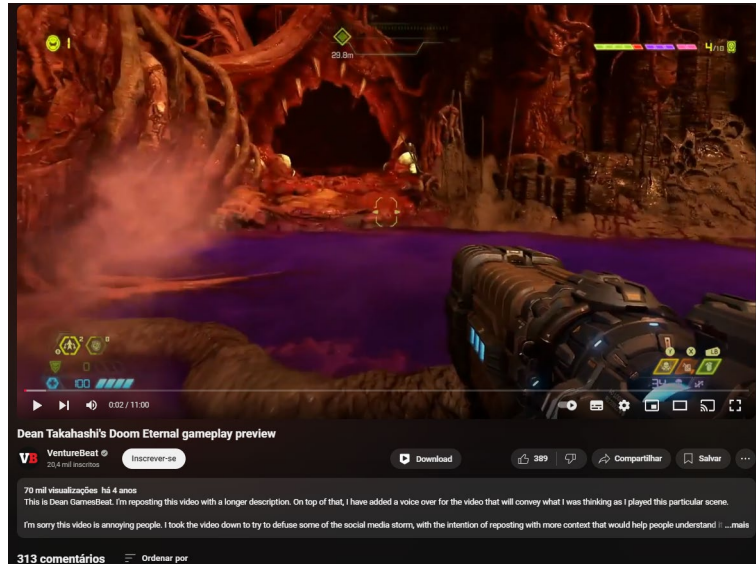
Em pontos negativos, o autor cita somente a repetição vinda da quantidade grande de inimigos que se espera que o jogador derrote, tornando a experiência perto do final um pouco maçante, a ausência de personagens, personalidades fortes e de um enredo elaborado (apesar de reconhecer que o foco de *DOOM Eternal* é na jogabilidade e não na história) e como as sessões de puzzles (quebra-cabeças) forçam o jogador a desacelerar do ritmo frenético característico do jogo acompanhado de uma falta de dicas para a solucionar os quebra-cabeças em questão.

A *review* Dean Takahashi conclui de forma extremamente positiva deixando claro que os pontos positivos são vastamente superiores aos negativos e indicando *DOOM Eternal* como a “melhor versão de *DOOM* até então” dando uma nota 90 de 100.

Porém o objetivo e objeto de análise deste trabalho é o vídeo 10 minutos contendo uma prévia da jogatina do jornalista postada no dia 5 de fevereiro de 2020, mais de um mês antes de sua *review* oficial de *DOOM Eternal*. O vídeo em questão possui mais de 70 mil visualizações e 313 comentários, números inferiores ao seu vídeo sobre *Cuphead*. O vídeo é intitulado “Dean Takahashi’s *Doom Eternal*

gameplay preview” (traduzido para: “Prévia do jogo Doom Eternal de Dean Takahashi”)

Figura 1 – Vídeo da prévia do jogo Doom Eternal feita por Dean Takahashi



Fonte: Print do Youtube.

Dean Takahashi recebeu o convite de um acesso antecipado ao jogo para fins jornalísticos, uma prática comum no jornalismo de games.

Apesar disso, o vídeo sobre a prévia de DOOM Eternal não é a versão original e sim um *reupload*, uma nova versão que acompanha uma narração gravada e editada por cima pelo próprio autor onde ele tenta explicar sua linha de raciocínio enquanto jogava e que é um jogador sem muitas habilidades. Dean tenta se desculpar com os leitores e telespectadores por sua performance frustrante similar ao caso de *Cuphead* onde foi criticado por “jogar muito mal”. Portanto, a quantidade de comentários e de visualização atualmente não reflete o alcance que o vídeo realmente teve.

O profissional da área conta na descrição de seu vídeo no Youtube como a gravação da jogatina foi feita de uma forma extremamente limitada, de uma maneira que teve pouco tempo para se familiarizar com as mecânicas e desafios do jogo. A prévia foi gravada em um evento sediado pela desenvolvedora de *DOOM Eternal*, Id Software, em São Francisco nos Estados Unidos da América, onde Takahashi e

outras pessoas e profissionais da área tinham a permissão de gravar somente 30 minutos de jogatina (gameplay) e utilizar somente 15 para publicações.

É importante essa evidência exaustiva dos elementos do texto e contexto da *review* para que possamos analisar a reação do público os desdobramentos das publicações feitas por ele. Dean conta também através da descrição da prévia que o ato de deletar o vídeo original foi uma tentativa de desarmar a situação e reduzir os ataques de cunho pessoal que estava recebendo. Apesar da situação delicada, o jornalista foi também criticado por isso e acusado de “censurar a opinião do público” nos comentários.

6.1 A Recepção do público nos comentários do vídeo “Dean Takahashi's Doom Eternal Gameplay Preview”

Para a elaboração deste capítulo analítico foi utilizada as teorias e técnicas citadas por Laurence Bardin (2016). Para melhor compreensão, a análise foi separada em três fases: a pré-análise, codificação e categorização. Durante a pré-análise é importante estabelecer o contato com o material a ser analisado e conhecer o contexto que se encontra. No caso desta pesquisa o objeto de análise se encontra na sessão de comentários do vídeo prévia do canal *VentureBeat* já mencionado. Em seguida é realizada a análise do material.

A análise é executada e concretizada no dia 27 de outubro de 2024, registrando e catalogando um total de 45 comentários, de forma linear, seguindo a ordem apresentada pelo algoritmo de “Relevância” da sessão de comentários do Youtube que pode ser diferente para cada usuário ou se alterar com tempo ou com novas interações. Os comentários foram qualificados em 3 categorias com diferentes critérios:

I - **Neutros** são comentários referentes à edição ou composição do vídeo, comentários ou piadas inofensivas referentes ao gameplay (visto o próprio jornalista se considera um mau jogador) e demais assuntos não relacionados à review, à Takahashi ou ao tema de forma geral. Estes foram atribuídos à cor verde.

II - **Negativos** são comentários de cunho insultuoso ou mentiroso que diminuem Dean como pessoa ou profissional, comparações ofensivas com animais, robôs, doenças, transtornos ou síndromes, xingamentos ou utilização significativa de linguajar inflamatório. Estes foram atribuídos à cor vermelho.

III - **Construtivos** são comentários que questionam o compromisso do jornalista de games com a indústria e com público de maneira com que a integridade da matéria e do profissional não sofram nem prejudiquem a qualidade do produto recebido pelo público. Estes foram atribuídos à cor azul.

A tabela a seguir apresenta os comentários analisados e traduzidos para o português brasileiro:

Tabela 1 – Aplicação das 3 categorias de análise para os comentários

Categorias	Comentários	Curtidas
Neutro	Dean Takahashi não é aquele cara que não conseguia dar aquele salto em Cuphead?	1,6 mil
Neutro	Isso deve ser uma piada.... O Dean está trollando o mundo.	615
Negativo	Pessoalmente, não tenho problemas com o Dean, mas sinto que ele ganhou seu emprego em um concurso do tipo “colete 10 caixas de cereal e torne-se um jornalista de jogos” e, de alguma forma, continuou com ele	706
Negativo	Pessoas como Dean são a razão pela qual vidros de xampu tem instruções	434
Neutro	Sons estridentes do jogo misturados com murmúrios silenciosos e incoerentes Aqui, eu o poupei de assistir a esse vídeo.	323
Negativo	Sou péssimo no hóquei, mas não vou andar por aí dizendo para todos mundo nunca jogar hóquei porque é muito difícil	212
Neutro	Adoro o fato de não conseguirmos ouvir uma única palavra do que ele está dizendo durante a maior parte do vídeo.	
Negativo	“Quebra-cabeça” você precisa literalmente saltar sobre uma parede para outra plataforma. Se esse é um quebra-cabeça difícil para você, Mario deve ser um código indecifrável.	431
Negativo	Ao ver sua qualificação como crítico de jogos, sinto que poderia ser um crítico de jogos incrível	191
Negativo	Ele não consegue nem mesmo fazer uma narração decente	153
Construtivo	(...) Se sua principal experiência profissional é cobrir tecnologia/negócios em vez de jogos, por que não continuar	536

	com isso? (...)	
Neutro	Cara. Isso é comédia de alto nível.	206
Construtivo	Não há problema em não ser bom em videogames e é compreensível que você cubra os aspectos comerciais dos jogos, mas as demonstrações dos jogos devem ser entregues a alguém que possa realmente operar o jogo de forma adequada, não apenas para o bem do crítico, mas também para o bem do público que está assistindo.	91
Construtivo	Bem, devo dizer que agradeço o esforço para explicar as coisas aqui. Devo mencionar que, pela minha experiência pessoal, diminuir o volume do jogo para cerca de 10% ajudará as pessoas a ouvi-lo muito melhor.	227
Negativo	Estou começando a perceber um padrão aqui. Acho que Dean era prisioneiro de guerra no Vietnã e, certa noite, durante uma tentativa de fuga sem sucesso, sua incapacidade de saltar rapidamente sobre uma pequena ravina fez com que todos os outros fugitivos fossem mortos a tiros pelos guardas, e Dean só foi poupado como lição para os outros prisioneiros. Portanto, agora, toda vez que ele se depara com um quebra-cabeça de salto em um videogame, seu Transtorno de Estresse Pós-traumático entra em ação e ele não consegue pensar direito com todos aqueles tiros e gritos de décadas passadas rugindo em sua cabeça. Agora ele é um homem destruído.	133
Negativo	O problema não é que ele é ruim videogames, é o fato de ele receber qualquer autoridade remota ou opinião válida sobre os jogos que analisa	78
Neutro	O mais triste é que ele provavelmente estava jogando na dificuldade fácil	19
Negativo	Acho que se esse cara pode ser um "jornalista profissional de jogos" por mais de 20 anos, eu também posso	25
Negativo	Esse cara é um jornalista de jogos? A definição absoluta de por que nem sempre se deve ouvir o que esses caras dizem antes de experimentar ou comprar um jogo.	37
Negativo	É bom saber que as pessoas que influenciam as pontuações das metacríticas não conseguem nem editar um vídeo nem jogar o jogo corretamente	13
Construtivo	Que bom que você fez esse comentário e não ficou na defensiva por causa do drama. Mas talvez, no futuro, você possa avaliar melhor os jogos em termos de mecânica.	83
Negativo	Veja este vídeo como um exemplo de que você pode fazer o que quiser na vida se enganar pessoas suficientes	9
		10

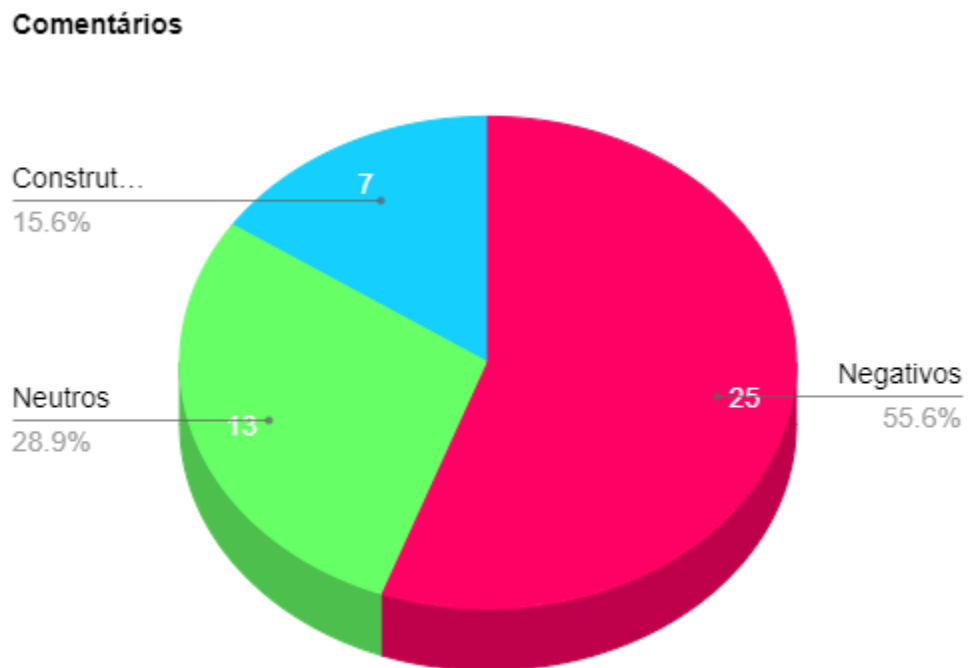
Negativo	Ser ruim no jogo é uma coisa, compreensível. Estar claramente abaixo da média em termos de habilidade para jogos de tiro e, por causa disso, avaliar de forma imprecisa um jogo como sendo difícil demais é culpa dele? Isso é desonesto, injusto com os designers do jogo e quase antiético.	
Neutro	Olá, Dean! Fico feliz por você ter republicado este vídeo, mas a desculpa de apaga-lo apenas para "evitar reações adversas" é apenas censura.	51
Neutro	Se houvesse um recorde mundial do Guinness para os piores jogadores, você estaria entre os 10 primeiros. Nenhuma desculpa que vier depois cobrirá sua falta de habilidade no jogo, você literalmente não consegue apontar a mira para um alvo estático.	27
Negativo	É como assistir alguém lobotomizado jogar	3
Negativo	Eu me recuso a acreditar que alguém possa jogar tão mal e ainda ser um jornalista de jogos confiável.	3
Neutro	Uau. Não consigo nem ouvir o comentário dele. Então, além de ser ruim em jogos, ele também é ruim em edição de vídeo?	17
Neutro	Pior ainda... isso foi na dificuldade fácil; para pessoas com "pouco ou nenhum reflexo e coordenação"	2
Negativo	Se uma criança tivesse esse desempenho em um videogame, mesmo tendo sido exposta a jogos anteriormente, ela acabaria em uma classe de necessidades especiais.	5
Construtivo	Em reação á review vinculado à reportagem do vídeo, gostaria de acrescentar uma coisa (respeitosamente, veja bem): embora eu concorde que, para gostar de jogos, não é preciso ser um astro dos esportes eletrônicos, você também não pode não saber nada sobre eles para fazer análises, nem mesmo de nível amador.	16
Negativo	Ele deveria fazer um teste de QI e nos mostrar os resultados	8
Construtivo	Por favor, continue com o que você sabe fazer.	11
Negativo	Ainda me surpreende que as pessoas possam ganhar a vida com algo em que são tão ruins. Não me importa o quanto Dean GOSTE de videogames. Eu gosto de xadrez. Sou absolutamente péssimo nisso. Perco 80% das partidas que jogo com minha família e amigos. Ainda assim, é divertido, ainda gosto de jogar. NINGUÉM deveria me dar um emprego em que minhas opiniões/visões sobre xadrez fossem levadas a sério ou consideradas úteis, porque sou	1

	inteligente o suficiente para saber o pouco que sei. AO CONTRÁRIO DOS JORNALISTAS DE JOGOS	
Construtivo	O Dean realmente precisa jogar mais videogames. Ele é inexperiente, imagino. Portal 2 é um bom começo. Ele se baseia mais na solução de problemas e menos na habilidade em jogos de tiro	7
Neutro	Com esse nível de habilidade, quase se pode falar de performance artística ;).	9
Negativo	Esse cara me faz sentir melhor sobre minha inteligência	7
Negativo	Eu tentando jogar depois de minha lobotomia:	1
Negativo	(...) Isso é que é não ter a menor ideia do que está fazendo. Talvez as análises de videogames e os vídeos do YouTube não sejam para você. Não há nada de errado nisso. Pera aí, filho. (...)	16
Negativo	O fato de você levar 10 minutos para passar de um nível de plataforma é insano. Parece que você merece ser demitido	13
Negativo	Se você se sentir mal com sua vida, lembre-se de que Dean Takahashi ganha a vida jogando videogames mal.	55
Negativo	O argumento de que você não precisa ser pelo menos decente em videogames para analisá-los já é hilário, considerando que, se você não consegue nem mesmo entender as ideias básicas de design de jogos, não vejo por que seria capaz de analisá-los de maneira honesta e abrangente, mas você não é bom nem mesmo em edição de som, meu caro... É hora de parar! Você não é um jogador, nem um jornalista, e muito menos um jornalista de jogos.	6
Neutro	Estou surpreso que você tenha conseguido descobrir como atirar.	1
Neutro	A mixagem de áudio está ruim aqui. O jogo está muito alto	4

Fonte: Elaborado pelo autor.

Em seguida, o Gráfico 1 coloca em perspectiva as categorias e seus respectivos números:

Gráfico 1 – Mensuração dos comentários a partir das três categorias



Fonte: Elaborado pelo autor.

A análise dos comentários evidencia que a maior parte dos comentários presentes aborda a situação e o tema, no mínimo de forma sarcástica ou como piada e no máximo de forma ofensiva e insultuosa. Mas apresenta também uma minoria que traz comentários construtivos para Dean como um profissional ou faz críticas saudáveis à indústria do jornalismo de games.

O primeiro comentário imediatamente reconhece Dean como jornalista do vídeo extremamente criticado de *Cuphead*, que foi publicado em 2017. O autor é instantaneamente reconhecido e carrega uma aparente reputação negativa em relação a comunidade de jogos na internet e dentro do nicho de jornalismo de games.

Diversos comentários presentes nas três categorias criadas mencionam a edição do vídeo. Essa crítica em questão se refere à narração adicionada no

reupload do vídeo quando Dean decide republicá-lo, nele, diversos comentários alegam não poder ouvi-lo claramente pois sua narração está com o volume baixo demais comparado aos sons do jogo. Alguns, de forma ácida, apontam e criticam que a qualidade de edição está condizente com a qualidade profissional do jornalista, já outros comentam em tom de *feedback*.

“Que bom que você fez esse comentário (narração) e não ficou na defensiva por causa do drama. Mas talvez, no futuro, você deva avaliar jogos que você seja capaz de entender as mecânicas.”

“Não há problema em não ser bom em videogames e é compreensível que você cubra os aspectos comerciais dos jogos, mas as demonstrações dos jogos devem ser entregues a alguém que possa realmente operar o jogo de forma adequada, não apenas para o bem do crítico, mas também para o bem do público que está assistindo.”

“Ao ver sua qualificação como crítico de jogos, sinto que poderia ser um crítico de jogos incrível.”

“Eu me recuso a acreditar que alguém possa jogar tão mal e ainda ser um jornalista de jogos confiável.”

Estes são alguns destaques. Comparados aos comentários referentes ao incidente com Cuphead, podemos ver uma concentração maior de críticas construtivas sobre o jornalista e sobre como deveria ser a dinâmica da indústria de jornalismo de jogos. Comentários sarcásticos e ofensivos também estão presentes junto de presunções errôneas de que Dean Takahashi “falou mal” ou disse que “não recomenda” DOOM Eternal quando sua review veio a dizer claramente o contrário.

Os dois temas mais abordados pelos usuários na sessão de comentários são o valor de Dean Takahashi como jornalista de jogos ou o valor da profissão como um todo e a capacitação e habilidade necessária para ser um jornalista de jogos. Apesar de não ser amplamente esclarecido ou debatido, alguns comentários mencionam que o jornalista, para devidamente realizar uma review ou opinar sobre videogames,

deve ser minimamente capaz de jogar na dificuldade “normal” e não “fácil” visto que nesta, a experiência pode ser vastamente diferente da média de jogadores.

No total, 25 dos comentários foram categorizados como “**Negativos**” e possuem tom ofensivo, degradante e inflamatório. Em seguida, 13 comentários se encaixam como “**Neutros**” e abordam diversos elementos do vídeo como o nível de habilidade apresentado pelo jornalista sem ofender diretamente ou a qualidade da edição. Apenas 7 comentários podem ser considerados “**Construtivos**” e apresentam uma perspectiva de questionamento do compromisso jornalístico e servem, de forma geral, como *feedback*.

Seguindo a teoria de Bardin (2016), essas foram as fases de **codificação e categorização** da análise, a transformação dos dados e textos em sua forma bruta em um conteúdo que nos permite devidamente catalogá-los e representá-los, neste caso em número e gráficos e sua classificação em conjuntos diferenciados com critérios previamente definidos.

6.2 Discussão dos resultados

A discussão dos resultados apoia-se nos dados levantados no capítulo analítico e na fundamentação teórica da pesquisa, com a proposta de aprofundar nuances dos resultados à luz das teorias estudadas. Essas reflexões partem das ideias anteriormente propostas, entre elas a de compreender melhor a percepção do público sobre o jornalismo de games com base nas publicações feitas pelo jornalista Dean Takahashi. Vale ressaltar que o recorte do estudo está inserido em uma realidade online onde predomina o inglês como principal idioma.

É evidente que o jornalismo se encontra sob opiniões desfavoráveis com seu público e diante da demanda do mercado. Os comentários, apesar de muitas vezes hostis, levantam um questionamento importante sobre a integridade profissional daqueles que atuam na área.

A teoria de Jauss (1994) aqui torna-se relevante quando as expectativas de performance do profissional não atingem o que aparenta ser “o mínimo aceitável” para exercer a profissão de jornalista de games. Diante da Teoria da Recepção, os inúmeros fatores que influenciam na percepção geral do público para com o produto de Takahashi agem sobre aquele que consumiu o conteúdo publicado.

Individualmente, tanto o jornalista quanto os comentaristas possuem experiências diferentes que ditam suas possíveis reações; a inexperiência do profissional com o jogo e a possível familiaridade com a franquia DOOM, memórias afetivas com o jogo ou até mesmo o ato de reconhecer Dean Takahashi como o jornalista que jogou *Cuphead* “muito mal” do público influenciaram diretamente na recepção geral do vídeo no Youtube.

Mas olhar somente para a recepção do público tornaria a pesquisa unilateral, por isso, devemos também compreender que a indústria e o mercado atuam também diante de interesse próprio.

Como descrita na pesquisa de mercado conduzida pela Theogames, a rotina do jornalista de games é estenuosa e exigente, por muitas vezes o profissional é submetido aos caprichos, normas e exigências da indústria e como ela funciona, assim descrita por Pena (2005) quando se fala em Newsmaking. Devido as restrições impostas a Dean Takahashi, o jornalista encontrou-se em uma situação delicada em que o tempo limitado de exposição à *DOOM Eternal* não foi o suficiente para sua familiarização com as mecânicas do jogo, segundo a teoria, essa seria uma das possíveis barreiras profissionais da rotina de produção da profissão que acabaram por afetar a noticiabilidade de sua review. A “distorção inconsciente” descrita por Pena (2005) ocorre diante também da inexperiência do profissional para com o estilo de jogo o impossibilitando de “performar” de forma satisfatória perante as expectativas do público.

Tal como descrita por Jenkins (2009) a cultura de convergência proporcionou a todos, tanto indústrias quanto profissionais, consumidores e leitores a capacidade de participar de primeira mão na produção midiática, neste caso, no jornalismo. Pereira (2020) em “O jornalismo de games como mediador: um conflito entre função social e mercado” descreve mais detalhadamente como funciona a dinâmica.

Na cibercultura, o público se torna muito mais exigente; os protagonistas não se satisfazem apenas como consumidores, mas se engajam em uma cultura participativa que transforma leitores passivos em fãs assíduos e ativos na construção de sentido. A interação entre público e mídia ocorre de forma mais direta (...). (Pereira, 2020 p. 3)

Assim observamos na sessão de comentários do vídeo de previa de *DOOM Eternal*, a transformação de meros leitores passivos em atores ativos na construção do sentido, não só da notícia, mas da profissão também. Diante da “Teoria

Multifatorial da Notícia” de Sousa (2004), a **Força Pessoal** exercida sobre Dean Takahashi pelo título de “jornalista de games” desperta no público expectativas sobre a profissão. Espera-se que alguém com esse título possua certa familiarização com os mais diferentes estilos de jogo e mecânicas neles presentes. Assim como se espera que um jornalista esportivo entenda as mais diversas regras e nuances do esporte que é encarregado da cobertura.

Já a **Força Social** (Sousa 2004) manifesta-se no âmbito organizacional interno quando o jornalista participa do evento que o permite realizar a captura de imagens para a produção de sua review e com isso futuramente gerando um retorno monetário para si e para o veículo em que trabalha. Externamente, há também a demanda do mercado pelo conteúdo tendo em mente o escopo da popularidade da franquia DOOM.

Por fim as **Forças Culturais e Tecnológicas** (Sousa 2004) englobam todas as informações aqui discutidas salientando a cultura do nicho de videogames que abre espaço para o desenvolvimento do segmento através da tecnologia.

Baseando-se em Sousa (2005), os efeitos da notícia também se encontram presentes. Os internautas foram capazes de reconhecer Dean Takahashi por uma de sua antiga publicação que viralizou negativamente no passado imediatamente atribuindo a ele valores, além disso o vídeo foco da análise foi um possível catalisador que reforçou a ideia de valor do público (**efeito cognitivo**), em seguida manifesta-se a indignação dos usuários ao identificarem que Dean Takahashi rege uma opinião de valor no mercado e que pode influenciar o nicho e o mercado (**efeito afetivo**). A predisposição de ambos jornalistas e consumidores contribuíram individualmente para as produções jornalísticas e sua recepção em seu estado atual possibilitando esta pesquisa (**efeito comportamental**) (Sousa, 2005).

A revolta do público evidenciada na sessão de comentários analisada, nos leva então a uma possível conclusão de que o jornalismo dispõe de uma reputação considerada negativa perante à opinião de internautas majoritariamente pela falta de habilidade e familiarização com os vídeo games que são o foco do segmento e não da capacitação profissional jornalística, apesar de questionarem e criticarem a ética de Dean Takahashi, e possivelmente qualquer outro jornalista presente neste nicho, de nele participar sem cumprir as exigências da comunidade.

É importante destacar que apesar de Takahashi não se adequar as requisições deste nicho, o jornalista foi capaz de completar o jogo, mesmo que na

dificuldade fácil, e produzir uma review ovacionando *DOOM Eternal* com uma nota 90 de 100 e na plataforma de jogos *Steam*, o jogo possui 91% de aprovação dos usuários em reviews positivas. Independente de suas habilidades, Dean foi capaz de chegar a uma conclusão e nota extremamente similar à da comunidade.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi conceitualizado pelo meu apreço pelos videogames como mídia e arte fundido com minha graduação em jornalismo, que por sua vez, é fomentada em meu interesse pelos mais diversos meios de comunicação e se manifestou como forma de procurar entender como funciona essa intersecção de interesses que se materializa no jornalismo de games. A pesquisa passou por suas dores de crescimento ao tentar balancear ambos sem torná-la tendenciosa.

O primeiro capítulo contribuiu para evidenciar os elementos presentes na pesquisa, como as teorias do jornalismo, pesquisa sobre profissionais e o mercado e o nicho de vídeo games como um todo. Ele serviu de base para o trabalho possibilitando estabelecer com clareza a questão problema, hipóteses, objetivos, justificativas e metodologia.

Seguidamente, o segundo capítulo foi a base teoria para que fosse possível conceituar a comunicação e o jornalismo e qual o papel cumprem perante a sociedade. O capítulo de número três tratou do videogame e qual o papel exercido por eles tanto como mídia quanto forma de expressão artística.

Os capítulos subsequentes entraram em detalhe na metodologia exercida ao longo desta pesquisa, na contextualização pessoal, histórica e profissional do principal personagem deste trabalho, Dean Takahashi, e como seus trabalhos vieram a influenciar o segmento de jornalismo especializado de games.

Quanto as hipóteses, foi possível confirmar suas evidências. A combinação entre a análise dos comentários no vídeo do Youtube, com a fundamentação histórica e teoria pesquisada junto aos objetivos específicos forneceram uma base para que o **objetivo geral** fosse atingido. O **objetivo geral** foi pesquisar a percepção do público sobre o jornalismo de games por meio de comentários das postagens do jornalista Dean Takahashi através do veículo em que trabalha, *VentureBeat*. Desse modo, o recorte enfoque em uma realidade online onde predomina o inglês como principal idioma.

Aliado ao objetivo geral, está a **questão-problema** para respondê-la: Qual a percepção do público sobre o jornalismo de games a partir das polémicas causadas pelas publicações feitas pelo jornalista Dean Takahashi?

Diante dos objetivos projetados, do problema da pesquisa e dos resultados alcançados, considera-se que o jornalismo de games é novo e não é isento de polêmicas e críticas, sendo algumas delas as que se referem a Dean Takahashi, um jornalista estadunidense de games. Suas duas principais contribuições são o vídeo de gameplay de *Cuphead*, que serviu como contextualização profissional e histórica para este trabalho, e sua prévia do jogo *DOOM Eternal*, ambos obtendo considerável atenção, por sua vez, negativa, do público. Suas publicações fizeram diversos usuários questionarem o compromisso do jornalista com o meio em que trabalha através da sua capacitação e habilidade não somente jornalística, mas conceitual para com o meio de atuação. Apesar da hostilidade dispensável de alguns comentários, as críticas proferidas têm origem do interesse individual do público que consome o conteúdo jornalístico como forma de se integrar no nicho de videogames.

Tanto o jornalismo de games quanto os jogos em si são temas contemporâneos que possuem pouco material de pesquisa e acadêmico, por isso, para que o tema possa futuramente ser expandido e mais pesquisado, estudiosos dessas áreas podem investigar ainda mais o caso de Dean Takahashi tanto sobre o caso de 2017 quanto mais atualmente. A análise de portais e a composição da notícia dentro deste segmento é um setor pouco abordado, mas que caminha junto do compromisso profissional abordado ao longo deste trabalho e que acrescenta para ampliar a compreensão do meio.

Alguns caminhos para pesquisas futuras sobre o jornalismo de games incluem pensar a realidade brasileira, como foi pensado no início da elaboração do projeto, mas pelo tempo, optou-se por fazer um recorte diferente para não precisar submeter ao comitê de ética em pesquisa. A proposta inicial era aplicar questionários para avaliar a opinião de gamers e de jornalistas que cobrem a área. Assim, obter uma percepção do público de interesse sobre o tema. Considera-se que a pesquisa sobre o assunto seja relevante por tratar de um nicho que está em crescimento, tendo em vista a indústria do jogos que movimenta o setor. Outro fator é a profissionalização da área, com cursos de formação para preparar interessados em atuar na concepção de jogos.

Por fim, este Trabalho de Conclusão de Curso contribuiu e foi essencial para minha formação não somente como um dever de todo e qualquer bacharelado, mas também como uma forma de colocar em prática conhecimentos, teorias e práticas que se acumulam ao longo de uma graduação. Compreender e aplicar o

método científico me permitiu olhar criticamente para o mundo e abandonar noções pré-concebidas, muitas vezes influenciadas pelos meus próprios sentimentos e bagagens sociais, econômicas, políticas ou sociais. Esta pesquisa contribuiu para minha evolução como estudante, como profissional e como pessoa.

8 REFERÊNCIAS

- ABIAHY, A. C. A. O Jornalismo especializado na sociedade da informação. Universidade Federal da Paraíba. Paraíba, 2000. Disponível em: https://www.academia.edu/3629701/Abiahy_ana_jornalismo_especializado. Acesso em: 02 out. 2024
- ALVES, David Guilherme Monteiro. Arte nos videogames: a experiência artística e estética dos videogames. 2021. Dissertação (Mestrado em Design e Desenvolvimento de Jogos Digitais) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2021. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/11641/1/8077_17560.pdf. Acesso em: 14 out. 2024.
- BONA, Nívea Canalli. Jornalismo na sociedade. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2017. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 23 set. 2024.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Uma história social da mídia. De Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- ERBOLATO, Mário L. Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981.
- FERRARI, Pollyana. Jornalismo digital. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2010. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 30 set. 2024.
- FERNANDES, Alessandra Lemos. Jornalismo: especialização e segmentação. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2017. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 24 set. 2024.
- GIL, Antônio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 6. ed. São Paulo: Atlas v2008
- JAUSS, Hans Robert. A história da literatura como provocação à teoria literária. Tradução de Sérgio Tellaroli. São Paulo: Ática, 1994. Disponível em: <https://ufprbrasileiraluis.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/02/jauss-arquivo-melhor.pdf> Acesso em: 25 out. 2024.
- JENKINS, H. Cultura da convergência. [s.l.] Editora: São Paulo: Aleph, 2009.
- LOWOOD, H. **Doom | electronic game | Britannica**, 2019. (Nota técnica).
- MCLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.
- PENA, Felipe. Teoria do jornalismo. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2005. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 24 out. 2024.
- PEREIRA, Bruno Nogueira Galvão. **O jornalismo de games como mediador: um conflito entre função social e mercado**. In: *Proceedings of SBGames 2020* –

Industry Track – Full Papers, XIX SBGames, Recife – PE, Brazil, Nov. 7-10, 2020. SBC – ISSN: 2179-2259.

ROCHA, J. A. M.. Entendendo o Jornalismo Online. In: Ivan Pinheiro Machado. (Org.). *Tendências na Comunicação*. 1 ed. Porto Alegre, 2000.

SOUSA, José Raul de; SANTOS, Simone Cabral Marinho dos. Análise de conteúdo em pesquisa qualitativa: modo de pensar e de fazer. *Revista de Produção Discente e m Educação*, Pau dos Ferros, Rio Grande do Norte 2020
Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/RPDE>. Acesso em: 28 out. 2024.

SOUSA, Jorge Pedro. *Construindo uma Teoria Multifactorial da Notícia como uma Teoria do Jornalismo*, 2004. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. Acesso em: 31 out. 2024.

SOUSA, Jorge Pedro. *Construindo uma Teoria Multifactorial da Notícia como uma Teoria do Jornalismo*, 2005.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo. Volume I: Porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular Livros, 2005.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo. Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transaccional*. Florianópolis: Insular Livros, 2020.

WOODCOCK, Jamie. *Marx no Fliperama: videogames e luta de classes*. Tradução de Guilherme Cianfarani. São Paulo: Autonomia Literária, 2019.