

# IMPASSES DO JORNALISMO DE JOGOS ELETRÔNICOS NO BRASIL

Fernanda Shelda de Andrade Melo<sup>1</sup>

Mario Eugenio Paula de Lima<sup>2</sup>

Jornalismo



cadernos de  
graduação

ciências humanas e sociais

ISSN IMPRESSO 1980-1785

ISSN ELETRÔNICO 2316-3143

## RESUMO

Com o advento da tecnologia e o surgimento de, cada vez mais, modelos e encaixes do jornalismo, faz-se necessário falar sobre o jornalismo de jogos eletrônicos no Brasil. Levando em consideração conceitos de jornalismo e videogames de Antônio Brasil (2012), informações de Webjornalismo de Magaly Prado (2011), exploração do termo Newsgames na profissão com associação das teorias de convergência de Henry Jenkins (2009) este trabalho levanta uma análise em relação aos embaraços os quais os profissionais estão expostos. Inclui, por exemplo, a dificuldade da entrada do gênero feminino nesse mercado, as transformações atuais e adaptações do contexto inserido.

## PALAVRAS-CHAVE

Webjornalismo. Jornalismo de Games. Mídia e Tecnologia.

## ABSTRACT

With the advent of technology increasingly and news models of journalism, is necessary to talk about journalism of electronic games in Brazil. Assuming concepts of journalism and video games of Antônio Brasil (2012), informations of Webjournalism by Magaly Prado (2011), exploration of the term Newsgames in the profession with convergence theories of Henry Jenkins (2009) this work raises an analysis regarding to the problems the professionals are exposed to. It includes, for example, the difficulty of entering the female gender in this market, the current transformations and adaptations of the inserted context.

## KEYWORDS

Webjournalism. Journalism of Games. Media and Technology.

## 1 INTRODUÇÃO

Conversar com o vizinho sobre as novidades de quando o jogo favorito do momento iria surgir, utilizar de uma internet discada para procurar notícias acerca de eventos de games no estrangeiro, esperar duvidosamente que uma reportagem de algum lançamento da *Eletronic Arts*<sup>1</sup> passasse um dia na televisão aberta são ações que hoje em dia não se fazem mais comum.

A modelagem da mídia juntamente da tecnologia traz perspectivas novas entre as notícias, jornalistas e a indústria de jogos eletrônicos no Brasil. Apesar de ser uma área que possa brilhar os olhos dos fanáticos por games desde a infância, é preciso encarar que a quantidade de impasses inseridos nela é enorme. Isso perpassa por questões de etnocentrismo internacional, centralização do país gerada pelo processo de industrialização, misoginia e muito mais.

Assim, este artigo possui o objetivo de apontar as problemáticas presentes na área de jornalismo de games na nação brasileira. E traz como objetivos específicos: 1. Categorizar as dificuldades enfrentadas pelos jornalistas dessa especificidade, focando principalmente em questões enraizadas no país que complicam a execução desse trabalho; 2. Investigar os obstáculos no acesso à área, que já é – por si só – complexa, enfrentado por mulheres; 3. Identificar a transformação desse meio com as mudanças da mídia atual, altamente tecnológica.

Para que tais objetivos possam ser atingidos, ações metodológicas serão desenvolvidas. Dentre elas, a pesquisa exploratória que segundo Cervo e Silva (2007, p. 61): “estabelece critérios, métodos e técnicas para a elaboração de uma pesquisa e visa oferecer informações sobre o objeto desta e orientar a formulação de hipó-

---

1 Eletronic Arts: famosa empresa criadora de jogos eletrônicos.

teses”. Contém ainda, procedimentos de pesquisa bibliográfica, buscando investigações em livros, artigos etc.

É preciso observar que boa parte dos impasses que serão discutidos aqui trazem uma enorme bagagem cultural e histórica. Por exemplo, não seria correto deixar de fora o processo de industrialização brasileiro no governo de Getúlio Vargas, por volta de 1930, que focalizou estados como São Paulo, Rio de Janeiro e alguns do Sudeste para as inovações trazidas da Europa. Essa questão se encaixa na dificuldade de vários jornalistas interessados na área em alcançar objetivos de cobrir coberturas grandes no mundo *gamer*, termo este dado para adeptos e grandes amantes dos jogos eletrônicos, por isso tal situação será discutida ao decorrer do trabalho.

Vê-se, também, a modificação da mídia com o surgimento do computador e peças correlacionadas, como já citado nas primeiras linhas desta introdução. Caso ainda não existisse uma internet de certa forma democratizada – porém com desfavor de povos em certos locais –, redes sociais que se transformam em plataformas informativas, *blogs*, *vlogs* e várias outras ferramentas modernas, o jornalismo não seria como é hoje.

“Estamos diante de desafios tecnológicos e metodológicos para a construção de um novo cenário informacional ainda mais complexo, interativo e colaborativo” (BRASIL, 2012, p. 9), a frase do autor não poderia se encaixar mais no universo das dificuldades jornalísticas. Ele ainda acrescenta mais ao criticar a educação em que inserem os estudantes de tal curso, moldados a uma sociedade em que não se adequam mais:

Não é novidade para ninguém que as redações de Jornalismo e os cursos de Jornalismo ainda utilizam técnicas do século XIX para produzir notícias e preparar os profissionais do século XXI. A maioria dos alunos demonstra desinteresse, insatisfação e decepção com esse ensino de jornalismo que se mostra distante das práticas sociais e de integração comunicacional, mesmo as mais comuns. (BRASIL, 2012, p.10).

Tal indignação dos estudantes também se faz presente na área citada aqui, uma vez que ela – muitas vezes – nem mesmo é citada como uma opção de entrada. A convergência que circula a sociedade atual não deve ser ignorada, pelo contrário, levada em consideração nos estudos. A conceituação de Henry Jenkins para inteligência coletiva, como exemplo, já perpassa redes como *Facebook* e *Twitter*. Muitos dos estudantes vivem isso todos os dias, mas não se dão conta da importância dessa análise, principalmente pela falta de guia.

Levanta-se, ainda, a questão do machismo no Brasil. É óbvio que essa situação não é exclusivamente nacional. Desde o patriarcalismo estabelecido no surgimento de novas sociedades, alguns autores até arriscam dizer que até mesmo antes nos indivíduos nômades, a reflexão da misoginia na impossibilidade da entrada da mulher em mercados diferenciados é enxergada. No mundo dos games não seria diferente, até porque dentro dos próprios jogos o abuso acontece constantemente. Campanhas como *My Game, My Name*, debatida mais para frente, vêm sido bastante discutida. No

jornalismo, isso não se diferencia. É como utilizar o exemplo do jornalismo esportivo: por que colocar mulheres nesse meio se os homens entendem muito mais? É assim que a sociedade patriarcal pensa na hora de desenvolver sobre o tema.

No entanto, é preciso mostrar que o gênero masculino não é o único provido de inteligência em tal especificidade. Se há mulheres preenchendo o mercado dos jogos, competindo em campeonatos eletrônicos por todo o mundo, então tal gênero também pode falar do assunto. A situação se torna tão complexa que é extremamente difícil achar um *blog* grande em que mulheres falam de jogos por lá. Em sua maioria, são plataformas próprias, criadas pessoalmente por elas para tentar conseguir um pouco mais de espaço. Todavia, mesmo com esse cenário, o número de jornalistas gamers é crescente. É algo para se comemorar, afinal, não é fácil adentrar espaços comandados por homens, mas várias barreiras ainda precisam ser quebradas.

Para fim introdutório, não se pode esquecer da falta de especificação para a área, juntamente de sua ágil modelagem. Isso porque, apesar do jornalismo de jogos eletrônicos se dá muito mais on-line, ele também acontece fora da rede, adaptando-se nos antigos modelos e ferramentas.

Alguns canais já possuem abertura desse meio. Um grande exemplo é o programa Zero1 da Rede Globo. É um canal aberto e extremamente popular que depositou confiança em um programa de caráter completamente gamer. O jornalista que o comanda, Tiago Leifert, é assumidamente apaixonado pelo mundo nerd. Inclusive, até mesmo o nome do programa possui trocadilho para os entendedores de tal área. Zero e um são os números que fazem parte dos códigos binários, comandantes das programações de computador, uma vez que os jogos estão inteiramente ligados a *pcs<sup>2</sup>* e videogames é uma boa associação. Já, em relação ao processo da educação, o país continua sem uma pós-graduação direcionada, por exemplo. É algo que precisa chegar nas universidades e, principalmente, nos alunos interessados.

## 2 RAÍZES HISTÓRICAS NA PROFISSÃO

Para analisar a primeira problemática de atuação na área é preciso voltar aos anos 1930, em que a política do “Café com Leite” dominava o contexto. Esse termo se referia a uma modalidade de governo do Brasil em que o presidente era sempre um revezamento de um mandato paulista, seguido de um mandato mineiro. Essa situação era reflexo de uma dominação econômica que recusava governante de qualquer outro estado, até a subida de Getúlio Vargas ao poder. Logo após tais marcos, algo ainda maior surgiu: a industrialização brasileira. É preciso lembrar que:

A base de recursos naturais é também dada e sua exploração implica alguma forma de distribuição da atividade econômica no espaço geográfico, o que naturalmente gera processos

---

2 Pcs: abreviação comumente usada para computadores.

de causação cumulativa que induzem graus variados de industrialização regional, com maior ou menor sucesso. (SUZIGAN, 2012, p. 12).

Visualiza-se aí no desenvolvimento focado em apenas algumas cidades no processo de industrialização mundial, sendo – no caso do Brasil – a priorização da região Sudeste.

O jornalismo de jogos eletrônicos, como a própria nomenclatura já diz, foca nos games, então é óbvia a cobertura de eventos que envolvem o universo gamer. É aí que se encontra o impasse geográfico. A movimentação histórica citada anteriormente fez com que certos estados crescessem de forma desenfreada, abandonando regiões. Há um desequilíbrio nessa ocorrência que fez com que o aumento da população e da economia nesses lugares se destoasse dos outros. É possível observar, citando três grandes eventos de tal especificidade no país: Brasil Game Show que acontece em São Paulo; Comic Con Experience, também em São Paulo; Game Xp, no Rio de Janeiro.

Theo Azevedo (2017, on-line), jornalista conhecido na área, cita em seu texto *Então você quer ser jornalista de games? 10 passos para (tentar) chegar lá* que uma das etapas principais é justamente estar presencialmente próximo de São Paulo. Chega a afirmar: “A esmagadora maioria de eventos e empresas está concentrada em São Paulo. Logo, não estar na capital do São Paulo acrescenta uma camada de dificuldade extra na *quest*<sup>3</sup> por um lugar ao sol”. Theo ainda complementa na importância dessa ação:

Mesmo que você não consiga a chance da vida nos primeiros eventos que for, ao menos terá a chance de plantar sementes que, devidamente cultivadas, podem muito bem render bons frutos eventualmente. Lembre-se: quem não é visto não é lembrado. (AZEVEDO, 2017, on-line).

É fato, então, que mesmo que 1/3 da população brasileira jogue algum tipo de game, como divulgado numa pesquisa feita pela CCXP (2018), grande parte dessas pessoas não têm acesso a acontecimentos desse tipo. Logo, para a divisão desse grupo que quer se dedicar ao jornalismo de jogos eletrônicos, fazer notícias ou reportagens do que envolve esse universo se torna algo ainda mais complexo ou quase impossível, mesmo que se tenha engajamento com a especificidade.

Toda essa situação também é usada de reflexo nas universidades e faculdades do Brasil. O desprezo pelo ensino dessa modalidade é notório, dificilmente aparece em uma das grades de ensino.

Poucos se interessam em investigar a realidade ou o potencial positivo dos videogames. Em parte, porque é uma indústria cara e a disponibilidade de recursos para ser investida nessa tecnologia, com fins educativos, por exemplo, ainda é limitada.

---

<sup>3</sup> Quest, na tradução literal para o português, significa busca.

Embora vários estudos indiquem sobre a sua importância. (BRASIL, 2012, p. 11).

São poucas as instituições modernas que já incluem estudos do jornalismo focado em áreas mais recentes. Além de incentivar o crescimento da modalidade, facilita a entrada dos que já amam e desejam esse trabalho desde o início de seus estudos. Enquanto a falta de conhecimento reina essa especificidade, maior o desinteresse e desprezo por suas problemáticas.

### 3 IMPACTOS TECNOLÓGICOS

É praticamente impossível falar de videogames sem citar a tecnologia. Porém, não somente nessa área. A chegada do computador e da internet possibilitou mudanças em diversos setores diferentes, como por exemplo o jornalismo. Como citado no início deste trabalho, sentar-se para ler o jornal impresso, procurando pelas notícias diárias é algo difícil de se ver atualmente. Pode-se adicionar que o que mais acontece é ler essas mesmas notícias de forma on-line, nos aplicativos ou sites de mídia. Essa situação possibilitou uma abertura para diversos profissionais, diferenciando-se do início desse ofício no Brasil.

A pesquisa sobre os fenômenos jornalísticos no Brasil remonta à segunda metade do século XIX, pois as condições singulares do período histórico que vai de D. João VI a D. Pedro I foram marcadas por restrições legais, cerceando a liberdade de imprensa. Inibindo o desenvolvimento do nosso jornalismo, elas atuaram como fatores adversos à pesquisa sistemática desse fenômeno que só encontraria ambiente fértil no segundo império. (MELO, 2012, p. 40).

E é claro que o jornalismo de jogos eletrônicos não se afasta nem um pouco disso. Boa parte dos feitos dessa parte da profissão se dá em *blogs* e coberturas on-line em plataformas de relacionamento como *Facebook*, *Youtube* e *Twitter*. Mesmo aquelas pessoas que não possuem formação acadêmica na área, utilizam das ferramentas atuais para nela se encaixar. Muitos jornalistas de games, por exemplo, começaram ainda jovens, escrevendo em blogs sobre suas preferências. Pequenos canais no *Youtube* que andam ganhando bastante visibilidade por *gameplays*<sup>4</sup> e notícias do mundo gamer são objetos para se observar. Até sem estar em uma rede de televisão ou rádio, estão fazendo jornalismo e comunicando aos seus modos.

Através de ferramentas simples e sem custo, como blogs e sites de relacionamento, pessoas comuns estão falando sobre sua

---

4 Gravações do jogo, como explicar fases ou demonstrar o cenário.

empresa, marca ou serviço para uma audiência global. [...] As mídias sociais dizem respeito a pessoas comuns que passam a ter o poder de divulgar suas ideias coletivamente e influenciar o mundo ao seu redor. (RAMALHO, 2012, p. 6).

Nesse âmbito, é preciso lembrar da Cultura de Convergência, defendida por Henry Jenkins. O autor confirma a diversidade dos meios e da utilização deles, juntamente de sua estruturação. Sua teoria aborda o fluxo de conteúdo em múltiplas plataformas. Essa situação pode ser observada em diversos processos extremamente constantes. Por exemplo, a fama da série literária do bruxinho Harry Potter sucedeu à diversas estratégias de marketig. Foram criados sites, *RPGs*<sup>5</sup>, aplicativos para celular e até decoração para casa. Isso é o que Jenkins chama de economia afetiva, em que o fã é “fisgado” por múltiplas ações do mercado e acaba virando fiel.

O programa Zero1, já citado anteriormente, que é exibido todos os sábados na Rede Globo, também mostra isso de forma atuante; ele é repassado numa plataforma de televisão aberta, no entanto dentro deste há a utilização de comunicação com os telespectadores via *Twitter* e *Twitch*. Isso aproxima os telespectadores da programação, pois mesmo que a exibição termine ela “continua” com conteúdo exclusivo, em aplicativos exclusivos e contas oficiais nas redes.

As indagações de Magaly Prado são de muita importância para tal discussão. Para ela, os jornalistas atuais não podem depender somente de uma tarefa, precisam ser multimídia. Isso é um fato, como já falado no exemplo de Zero1, seu apresentador necessita não só fazer seu papel principal, ou seja, apresentar, mas precisa ficar de olho nas plataformas online e lidar com elas de uma forma sensata para abranger da programação. O jornalista atual não pode mais se restringir ao seu papel antigo, uma vez que a sociedade está passando por transformações iguais à uma terceira Revolução Industrial.

Jornalismo é jornalismo em qualquer plataforma. Independente do veículo, do meio, da mídia, jornalismo é jornalismo. O modo de fazer jornalismo – já que não temos um verbo jornalstar (e também porque jornalismo não é somente escrever, não é apenas informar, não é só noticiar etc.) – muda conforme a plataforma utilizada. (PRADO, 2011, p. 11).

Até na própria profissão aplicada na rede, vê-se essa situação citada por Magaly Prado. Mesmo que sua fala tenha sido há sete anos, ainda é extremamente presente. Por exemplo, um canal grande no *Youtube* não fica somente nessa ferramenta. O coordenador do canal, geralmente, também se comunica com os fãs pelas redes de relacionamento, inicia tarefas em sites de *live stream*<sup>6</sup> etc.

---

5 Role-playing game (RPG): jogos em que as pessoas assumem os papéis dos personagens, podendo envolver uma narrativa.

6 Imitam as gameplays, mas são feitas de forma ao vivo.



## 4 ACESSO FEMININO

Não é novidade que o mundo dos jogos é extremamente machista. Assédios de todos os tipos, palavras de baixo calão para invalidar as mulheres nesse mundo, além da constante desconfiança de seus níveis de conhecimento. É muito comum para uma menina ser questionada sobre seus jogos favoritos e ter que responder à uma entrevista quando os cita. Isso porque, tudo é motivo para dizer que – unicamente por seu gênero – esse mercado não pertence a ela.

É fato que isso não acontece somente no jornalismo de jogos, uma vez que o jornalismo esportivo, por exemplo, é comumente criticado por sua misoginia. Entretanto, por ser um mercado ainda ligeiramente desconhecido, as ações negativas acabam sendo mais apagadas e esquecidas no mundo gamer. Mesmo com essa situação, as mulheres buscam suas posições. A quantidade de grandes canais ou *blogs* comandados por um time feminino ainda é pequena, mas crescente. Isso significa que, nos últimos anos, a coragem de enfrentar a dominação masculina sob essa área subiu.

Uma campanha que ganhou bastante visibilidade nos últimos anos é a *My Game, My Name*. Ela convida mulheres que jogam e se comunicam sobre esse tema de todos os países para palestrar em diversos eventos. O nome também leva uma explicação de destaque, já que seu significado é “Meu Jogo, Meu Nome” que representa a enorme quantidade de meninas que já tiveram que mudar os nomes de suas contas para apelidos masculinos ou utilizar de personagens homens. Dessa forma, passam-se despercebidas pelos garotos e evitam os constantes assédios.

Entretanto, é fato que não poder ser quem você é para falar ou fazer o que gosta é de uma tremenda revolta. As mulheres convidadas para as palestras contam sobre os assédios sofridos on-line e os silenciamentos que já presenciaram em suas profissões. Nicolle Merhy, conhecida como Cherrygumms no mundo da internet, é uma brasileira que já se expressou até em Washington, na Casa Branca, sobre o assunto. Ela destaca uma situação que também deve ser analisada:

Eu acho que o ponto mais importante é: olhe ao redor dessa sala. Você não vê um homem aqui. Você vê o cinegrafista e o cara ao lado dele. Eu acho que o ponto mais importante não é falar com mulheres, porque nós sabemos o que sofremos. Nós sabemos quem somos, nós sabemos do que somos capazes. Nós precisamos falar com os homens. (MERHY, 2015, n.p.).

Esse fato mostra que não só a vítima precisa ser alertada. Os culpados da situação precisam saber que estão praticando algo errado e que necessitam de imediata correção. A torcida é para que, cada vez mais, mulheres brasileiras não deixem de mostrar quem são e de fazer o que fazem por exclusão de gênero. É um preconceito enraizado no mundo e de forte segmento no país, que possui altas taxas de femi-



nicídio. Com maior participação delas no espaço, mais voz e diversidade se tem no movimento do jornalismo de jogos.

## 5 NEWSGAMES E EXEMPLIFICAÇÕES

Apesar de ter pouco reconhecimento no mundo dos jogos, os newsgames são de extrema importância e se juntam aos conceitos de jornalismo. Definem-se por jogos que são baseados em notícias reais, publicadas em jornais sérios do mundo inteiro. Muitas vezes, fazem altas críticas a algumas delas. Seu espaço ainda está sendo, aos poucos, tomado no Brasil, mas em velocidade lenta. Um exemplo disso é a não existência de livros publicados que discutam o tema, somente textos individuais, em sua maioria produzida on-line.

Os newsgames dependem do jornalismo para sua sustentação, assim como os jornalistas de jogos aproveitam essa área. Juntam o útil ao agradável, suas profissões com suas paixões, que ainda não possuem mercados muito abertos no país. Uma das plataformas mais conhecidas na criação de tais ferramentas é a revista SuperInteressante. Igual-se aos grandes jornais New York Times e El País que já produzem tais joguinhos há certo período. Essa junção notícia – jogo é explicada por Fred Di Giacomo (2013, n.p.):

Na apuração propriamente dita não tem muita diferença, mas a forma como você deve pensar a matéria muda bastante. São duas coisas paralelas, uma é a apuração tradicional, que funciona do mesmo jeito, e outra é que é preciso pensar na mecânica do jogo, pensar o game design. Para dar apoio na construção do game, o repórter precisa trazer muitas referências visuais, já tem que fazer a apuração pensando em imagens relativas ao tema para recriar o cenário que está sendo retratado. Então eu diria que a grande diferença é essa preocupação com o que vai ser ilustrado.

Um exemplo que deu o que falar no ano de 2018, foi o “Bolsomito 2k18”. O newsgame juntava declarações do presidente Jair Bolsonaro e notícias que o envolviam para um aplicativo de entretenimento. Este custava cerca de oito reais e tinha o objetivo de jogar com o personagem de Jair enquanto atingia metas de agredir fisicamente minorias sociais. Foi muito criticado nas redes e noticiado pela Veja com entonação negativa. Outro exemplo de grande repercussão é o Jogo da Máfia, criado pela SUPER, que utiliza de fatos noticiados para investigações na jogabilidade. Rafael Kensi e a equipe digital liderada por ele, até mesmo imaginaram que “estavam criando um novo gênero jornalístico”, como publicado na Abril (2016).

## Foto 1



Fonte: Superinteressante - Editora Abril (2016)

Lembra-se que os newsgames são comumente encarados como uma forma de jornalismo independente. É um movimento o qual vários jornalistas de jogos estão se envolvendo para criar entretenimento unido às técnicas jornalísticas. Ou seja, além de diversão com aquilo que eles gostam, há um retorno financeiro importantíssimo em contexto de crises empregatícias da profissão.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com as análises feitas aqui, vê-se uma situação que precisa ser mais aprofundada. O jornalismo de jogos eletrônicos no Brasil ainda é precário e, dificilmente, estudado. A comprovação disso é a quantidade de artigos sobre o tema na língua portuguesa e livros publicados. Na maioria das vezes, esse assunto não é lembrado no mundo jornalístico. Em outros países mais desenvolvidos, pelo contrário, o tema vem sendo debatido com bastante frequência. Entretanto, é óbvia a dificuldade do acesso de alunos brasileiros aos materiais, uma vez que a língua deles é estrangeira.

A questão geográfica vem melhorando com o passar dos anos, apesar de ainda estar engatinhando. Já se vê a entrada de alguns eventos na região nordeste que, apesar de ter sido – de certa forma – deixada de lado na industrialização do país, concentra uma enorme quantidade de ferramentas da tecnologia. Uma prova disso são os centros de estudos de computação em Natal (RN). Mesmo na velocidade lenta, é possível acreditar nesse desenvolvimento da abertura dos portões de entrada do mundo virtual na realidade, pois “Em tempos de tecnologias digitais, todos somos alunos” (BARBOSA; CASTRO, 2008, p. 9).

O machismo, por sua vez, é algo desconstruído socialmente. Então, é claro, que não é só numa luta das jornalistas de games, mas também do conjunto geral. As campanhas ativas são de extrema importância para conscientização dos grupos privilegiados para que possam contribuir com a margem. Novas construções publicitárias, com maior divulgação, são sempre recomendadas para que assim o trabalho não seja encerrado.

Analisa-se a questão do estudo do jornalismo do Brasil como uma das partes mais difíceis de estruturação do problema em si. Isso porque, o estacionamento de algumas instituições de ensino torna o impasse ainda maior. É fato que a necessidade de ter um conhecimento plural e inigualável é uma tarefa árdua para os profissionais, "O jornalista se vê pressionado a ocupar várias áreas por conta do salário que o faz ser multifuncional" (RODRIGUES, 2009, p. 6). Todavia, não se pode esquecer dessa nova camada jornalística on-line que, para Deuze (2006) é o quarto tipo de jornalismo. Espera-se, assim, que a educação desse âmbito possa ser, cada vez mais, atualizada para melhorar o futuro do próprio jornalismo.

Ao todo, não se pode deixar que esses impasses desanimem aqueles que se interessam pela área. Assim como, não se deve aceitar mais a permissão de que essas dificuldades atrapalham o trabalho daqueles que já estão envolvidos nela. A magia da tecnologia precisa estar presente de uma profissão tão importante na sociedade, ainda mais nas transformações políticas e sociais dos novos períodos do século XXI que cercaram esse ofício. Necessita-se de informações confiáveis mais do que nunca, os jogos eletrônicos, ferramentas presentes o tempo inteiro ao redor de qualquer indivíduo, também se prendem a elas.

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Theo. Então você quer ser jornalista de games? 10 passos para (tentar) chegar lá. **Linked in**, 2017. Disponível em <https://pt.linkedin.com/pulse/ent%C3%A3o-voc%C3%AA-quer-ser-jornalista-de-games-10-passos-para-theo-azevedo>. Acesso em: 5 nov. 2018.

BARBOSA, André; CASTRO, Cosette. **Comunicação digital: educação, tecnologia e novos comportamentos**. São Paulo: Paulinas, 2008.

BRASIL, Antônio. Jornalismo e videogames: Desafios para a formação profissional e a produção de novos conteúdos jornalísticos. **REBEJ** – Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Ponta Grossa, v. 1, 2012. Disponível em: <http://www.fnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/download/217/153>. Acesso em: 08 set. 2018.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

DEUZE, Mark. **O jornalismo e os novos meios de comunicação social**. Comunicação e sociedade, v. 9, n. 10, 2006. Disponível em: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1152/1095>. Acesso em: 19 nov. 2018.

GIACOMO, Fred Di. 10 jogos para entender os newsgames no Brasil. **SuperInteressante** - Editora Abril, 2011. Disponível em: <https://super.abril.com.br/blog/newsgames/10-jogos-para-entender-os-newsgames-no-brasil/>. Acesso em: 16 nov. 2018.

GIACOMO, Fred Di. **Entrevista concedida ao Knight Center**. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-14237-na-fronteira-entre-jornalismo-e-entretenimento-newsgame-ganha-espaco-no-brasil>. Acesso em: 12 nov. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MELO, José. **História do jornalismo**: itinerário crítico, mosaico contextual. São Paulo: Paulus Editora, 2012.

MERHY, Nicolle. **Entrevista concedida ao Versus**. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ryRM9ib3HOQ>. Acesso em: 02 ago. 2020.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

RAMALHO, José Antonio. **Mídias sociais na prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

RODRIGUES, Carla. **Jornalismo online**: modos de fazer. Editora Sulina: RJ, 2009.

SUZIGAN, Wilson. **Industrialização brasileira em perspectiva histórica**. História econômica & história de empresas III, 2000. Disponível em: <http://www.abphe.org.br/revista/index.php/rabphe/article/view/143/99>. Acesso em: 4 nov. 2018.

VERSUS. **Cherrygumms e Malena palestram em Washignton**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ryRM9ib3HOQ>. Acesso em: 8 nov. 2018.

---

**Data do recebimento:** 1 de fevereiro de 2020

**Data da avaliação:** 12 de março de 2020

**Data de aceite:** 12 de março de 2020

---

---

1 Graduada em Jornalismo pela Universidade Tiradentes – UNIT. E-mail: [contatofernandaandrade@hotmail.com](mailto:contatofernandaandrade@hotmail.com)

2 Professora do curso de Jornalismo da Universidade Tiradentes – UNIT. E-mail: [mario.eugenio@souunit.com.br](mailto:mario.eugenio@souunit.com.br)