

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER  
Curso de Comunicação Social – Jornalismo

GUILHERME DE SOUZA BARBOSA DIAS

**ANÁLISE DE PRÁTICAS DO JORNALISMO BRASILEIRO DE *GAMES***

CURITIBA  
2019

GUILHERME DE SOUZA BARBOSA DIAS

**ANÁLISE DE PRÁTICAS DO JORNALISMO BRASILEIRO DE *GAMES***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo ao Centro Universitário Internacional UNINTER.

Orientador: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Mônica Cristine Fort

CURITIBA  
2019



Centro Universitário Internacional Uninter  
**Curso de Comunicação Social**  
Ata de Banca de Trabalho de Conclusão de  
Curso

Aluno/a: GUILHERME DE SOUZA BARBOSA DIAS

Trabalho: ANÁLISE DE PRÁTICAS DO JORNALISMO BRASI-  
LEIRO DE GAMES

Orientador/a: MÔNICA CRISTINE FORT - T. C. B.

Examinador/a 1: EVANDRO KUOS FABRICIO - E. F.

Examinador/a 2: ALEXSANDRO TIBEIRO - A. T.

Data: 12 / 12 / 2019. Ass. Aluno/a: Guilherme Dias

Nota: 9,8 Resultado: [☒] Aprovado - [☐] Reprovado

Observações: Inclua gráficos

**ATENÇÃO:**

- 1) Preencher em letra legível o nome completo do/a aluno/a
- 2) Preencher em letra legível o nome completo do trabalho, tal qual está na capa.
- 3) O/A aluno/a e todos os professores devem assinar ao lado do nome.
- 4) Advertir o aluno de que a nota só será lançada após a entrega da versão final do trabalho (com as alterações solicitadas pela banca, conforme as observações acima).

## RESUMO

Este trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo investigar o histórico do jornalismo de *games* no Brasil, assim como suas práticas atuais na produção de notícias, analisando elementos da redação jornalística como título, lead, gramática e fontes de informação dos sites Voxel, The Enemy e IGN Brasil, visto que estes três estão entre os mais populares entre os veículos brasileiros dessa especialização. Para isso, foram utilizadas pesquisas bibliográfica e documental, além do método de Análise de Conteúdo de forma quantitativa e qualitativa, uma vez que nem todos os elementos destacados podem ser quantificados, pois são categorias flexíveis que se misturam ao longo do texto. A amostra foi composta pela seleção de 54 notícias, coletadas ao longo de seis dias em duas etapas. Houve percepção de falta de algumas técnicas de redação jornalística como o emprego adequado do lead, mas também foram encontrados diversos traços do jornalismo tradicional na forma de reportar os eventos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo de *games*; Brasil; Histórico; Técnicas.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Capa da revista Odyssey Aventura nº1.....                  | 13 |
| Figura 2 - Capa da revista Videogame nº1.....                         | 16 |
| Figura 3 - Capa da revista A Semana em Ação: Games nº1 .....          | 18 |
| Figura 4 - Apresentação dos mascotes da revista GamePower.....        | 20 |
| Figura 5 - Capa da revista Nintendo World nº1 .....                   | 22 |
| Figura 6 - Capa da revista EGM Brasil nº 1.....                       | 24 |
|                                                                       |    |
| Gráfico 1 - Análise dos títulos das notícias.....                     | 37 |
| Gráfico 2 - Análise do uso de lead nas notícias .....                 | 40 |
| Gráfico 3 - Análise da linguagem das notícias .....                   | 42 |
| Gráfico 4 - Análise da clareza e concisão nas notícias .....          | 45 |
| Gráfico 5 - Análise da fonte de informação de cada veículo .....      | 47 |
| Gráfico 6 - Análise da fonte de informação das notícias no total..... | 48 |

## SUMÁRIO

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b>                                       | 6  |
| <b>2 METODOLOGIA</b>                                      | 10 |
| <b>3 BREVE HISTÓRICO DO JORNALISMO DE GAMES NO BRASIL</b> | 12 |
| 3.1 PRIMEIRAS PUBLICAÇÕES IMPRESSAS                       | 12 |
| 3.2 PROFISSIONALIZAÇÃO E PRIMEIROS <i>WEBSITES</i>        | 21 |
| 3.3 CONSOLIDAÇÃO DE PADRÕES E OS NOVOS FORMATOS           | 25 |
| <b>4 JORNALISMO: TEORIAS E ESPECIALIZAÇÃO</b>             | 28 |
| 4.1 TEORIAS E FUNDAMENTOS DO JORNALISMO                   | 28 |
| 4.2 JORNALISMO ESPECIALIZADO                              | 30 |
| 4.3 ASPECTOS DO JORNALISMO DE GAMES                       | 32 |
| <b>5 ANÁLISE DAS NOTÍCIAS</b>                             | 34 |
| 5.1 TÍTULO DA NOTÍCIA                                     | 31 |
| 5.2 LEAD E PIRÂMIDE INVERTIDA                             | 38 |
| 5.3 ASPECTOS DO TEXTO                                     | 40 |
| 5.4 FONTE DE INFORMAÇÃO                                   | 45 |
| 5.5 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS                          | 48 |
| <b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>                             | 50 |
| <b>REFERÊNCIAS</b>                                        | 52 |
| <b>APÊNDICES</b>                                          | 58 |

## 1 INTRODUÇÃO

O embrião do jornalismo especializado em *videogames* no Brasil surgiu no início da década de 1980 para ganhar, com as revistas de *games* nos anos 1990, seu espaço junto ao público (OLIVEIRA, 2017). Foi apenas em meados dos anos 2000, com a popularização da Internet, que iniciou-se um processo de profissionalização do mesmo, com jornalistas que conhecem esse universo escrevendo sobre ele para um público que busca por informação especializada<sup>1</sup>.

Contudo, ainda ocorrem situações em que *videogames* são vistos com certo preconceito pela mídia tradicional, evidenciando o velho estigma de que se trata de uma brincadeira para crianças e adolescentes, considerada por jornalistas mais conservadores até mesmo como possivelmente nociva – vide tele-reportagens correlacionando o hábito de jogar com comportamentos violentos ou vícios (R7, 2011). Convém dizer, no entanto, que pesquisas nas áreas médica e comportamental nunca tiveram resultados conclusivos o bastante sobre essas alegações, como descobriram Kowert e Thorsten (2015) em seu livro que analisa dezenas de estudos acerca da relação dos *games* com a violência.

Algo que pode reforçar a impressão de menosprezo é a ligação direta da produção de conteúdo sobre *games* com o entretenimento, que não apenas configura o cerne da própria existência do jogo, mas que também permeia os formatos de publicações, programas de TV e YouTube e dos *websites* da mídia especializada — uma vez que o objetivo primário da aquisição do jogo é a própria diversão e a forma de informar sobre ele, ou vendê-lo, também acontece com abordagens em uma linha “divertida”.

Encarados como nicho ou subcultura por quase três décadas, a popularização dos *videogames* começou a alcançar novos públicos na metade dos anos 2000. A expansão é notável em uma época marcada pela chegada dos *smartphones* e do Nintendo Wii — console lançado em 2006 e que vendeu mais de 100 milhões de unidades (NINTENDO, 2018), conhecido por trazer para a comunidade de jogadores um novo público casual. Somando as vendas de jogos e microtransações<sup>2</sup> nas várias plataformas para se jogar (computadores pessoais,

---

<sup>1</sup> Veremos mais detalhes sobre isso no Capítulo 3.

<sup>2</sup> Venda de itens virtuais dentro dos próprios jogos usando dinheiro real.

consoles domésticos, consoles portáteis e dispositivos móveis), a indústria de jogos digitais já gera uma receita maior do que as indústrias de cinema e fonográfica (PARSONS, 2019). Em 2016, o mercado de *videogames*, só nos Estados Unidos, foi avaliado em 17,68 bilhões de dólares; globalmente, em 78,61 bilhões, com perspectiva alcançar de 90 bilhões em 2020. (WE PC, 2018).

Por conta da maior demanda e por ser um dos principais polos de produção e distribuição de *games*, os Estados Unidos já possuem uma imprensa especializada mais organizada e consolidada, além de gerar pesquisas científicas que estudam vários aspectos tanto do *videogame* e da relação do jogador com ele quanto da produção de conteúdo sobre o assunto. O Brasil, por sua vez, viveu um longo período de “clandestinidade” no mercado, com o grande público tendo como fonte principal de fornecimento de jogos a pirataria e o chamado “mercado cinza<sup>3</sup>” (CLOTH MAP, 2017). Isso mudou após uma série de investimentos: a Microsoft iniciando a produção dos consoles Xbox 360 e de prensar seus jogos no Brasil em 2011 (XBOX BRASIL, 2011); a chegada da versão brasileira da plataforma de *games* digitais para PC Steam no ano seguinte (STEAM, 2012); e de uma série de iniciativas que surgiram no início desta atual década por parte de fabricantes e publicadoras de jogos que enxergaram no Brasil um mercado emergente de *games*.

Da mesma forma, os primeiros *websites* de conteúdo informativo sobre games surgiram de forma independente e amadora. Entre o final dos anos 1990 e o início dos anos 2000, os primeiros *blogs* e *sites* ligados a fóruns em português apareciam, para apenas na metade da primeira década do século empresas enxergarem esse nicho como algo digno de investimento. O *site* Gameworld, atrelado à revista EGM; o *site* UOL Jogos, do portal de mesmo nome, e o *site* Baixaki Jogos, derivado do popular *site* de *downloads*, foram alguns dos pioneiros (OLIVEIRA, 2017). É um tipo de cobertura ainda recente — se comparada ao jornalismo tradicional que existe desde o século XIX (TRAQUINA, 2005) — e bastante ligada às plataformas digitais. Sendo assim, faz-se importante investigar quais exatamente são as características da cobertura jornalística de *sites* especializados em *games*, mais especificamente as notícias diárias, e observar de quais características consolidadas do jornalismo padrão ela faz uso. Desta forma, partindo do pressuposto de que a cobertura especializada de *games* é, de fato, um

---

<sup>3</sup> Comercialização não regulamentada e não tributada de *software* e *hardware* importados.

tipo de especialização jornalística, apresenta-se o problema da pesquisa: como estão presentes técnicas e normas do jornalismo nessa prática?

Para responder a esse questionamento, uma hipótese indica que as expectativas do público que busca essas informações em sites e canais de vídeo na internet são diferentes daquelas de quem compra um jornal impresso ou assiste a um telejornal. Logo, para mantê-lo interessado, veículos acabam adotando linguagens mais leves e dinâmicas para comunicar. Levanta-se também a hipótese de que, mesmo em veículos mais proeminentes — aqueles com maior audiência e tradição no mercado — não haja tanto cuidado com princípios básicos do jornalismo padrão, com parâmetros flexíveis demais, cabendo ao profissional encarregado a utilização ou não de técnicas e princípios da comunicação, uma vez que ele pode ou não ser um produtor de conteúdo com formação jornalística.

O objetivo geral da pesquisa é identificar como três dos maiores *websites* de cobertura especializada em *games* do Brasil escrevem suas notícias, analisando as características das mesmas à luz das técnicas de redação jornalística, a fim de observar padrões em seus parâmetros de produção.

Para que se possa analisar as informações e realizar comparações, contemplando assim o objetivo geral, seguem-se os procedimentos específicos: apresentar um breve histórico do jornalismo de *games* no Brasil para fornecer contexto; identificar as principais teorias do processo de produção jornalística; investigar a estrutura, o conteúdo e o formato da notícia diária nos *websites* com conteúdo informativo sobre *games*.

Este trabalho está dividido em seis capítulos. Após esta introdução, o capítulo 2 apresenta os procedimentos metodológicos que serão realizados por meio de análise de conteúdo, que inclui parâmetros qualitativos e quantitativos, de notícias factuais de três dos maiores *websites* de cobertura de *games* do Brasil: Voxel, The Enemy e IGN Brasil. O capítulo 3, por sua vez, vai abordar um pouco da história do jornalismo de *games* no Brasil em três fases: a primeira, narrando a fase “pré-jornalismo” ou “embrionária”, com o surgimento das primeiras revistas impressas nacionais dedicadas ao tema dos jogos eletrônicos durante os anos 1980 e 1990; a segunda, explicando o processo de profissionalização da mídia impressa especializada em *games* ao final dos anos 1990 e do surgimento dos primeiros *websites* de notícias nos anos 2000; e a terceira, mostrando a consolidação das

principais práticas dessa especialização e a chegada de novos paradigmas de produção e consumo da informação sobre *games*, como o “jornalismo literário de *games*” e o YouTube. O capítulo 4 vai trazer uma discussão teórica sobre conceitos e técnicas do jornalismo, verificando fundamentos, teorias e normas para depois analisar particularidades do jornalismo especializado e do jornalismo de *games*. No capítulo 5, será detalhada o procedimentos da análise de notícias selecionadas, tal como os resultados da mesma, seguidos por uma interpretação. E, por fim, as considerações finais.

## 2 METODOLOGIA

A pesquisa deste trabalho está dividida em duas etapas. A primeira etapa, que compreende os capítulos 3 e 4, utiliza como métodos as pesquisas documental e bibliográfica. O capítulo 3, que contextualiza a história do jornalismo de *games* no Brasil, foi construído principalmente com base em documentos, como consulta a revistas, *sites* e vídeos que fornecem dados históricos sobre o passado e o presente dessa especialização. Além do conteúdo nacional, publicações estrangeiras também foram analisadas a fim de investigar o surgimento de tendências que influenciaram as práticas na cobertura de *games* em território nacional — como é o caso do *New Games Journalism*<sup>4</sup>, gênero frequentemente encontrado em textos e vídeos de veículos independentes. A discussão teórica do capítulo 4 foi baseada principalmente em pesquisa bibliográfica, explorando os fundamentos e normas do jornalismo com autores essenciais como Nelson Traquina, Felipe Pena e Nilson Lage. Além disso, foram investigadas particularidades do jornalismo especializado e alguns aspectos gerais do jornalismo de *games*.

Na segunda etapa, foi utilizada a análise de conteúdo para examinar como são feitas as notícias no jornalismo de *games* brasileiro, uma vez que elas representam a categoria mais importante entre as produções jornalísticas. No capítulo 5, a investigação será feita sobre notícias publicadas nos *websites* Voxel, (anteriormente chamado de “Baixaki Jogos” e “TecMundo Games”), do Grupo NZN, The Enemy, do Omelete Group, e IGN Brasil, do Webedia Group.

A opção pela análise de conteúdo foi feita devido à sua propriedade híbrida de “fazer a ponte entre o formalismo estatístico e a análise quantitativa de materiais”. (FONSECA JUNIOR, 2009, p. 285). Além da flexibilidade que a análise de conteúdo oferece enquanto método, historicamente ela também já foi usada na comunicação para averiguar a credibilidade de jornais e é uma ferramenta útil para analisar mensagens de forma sistemática e confiável (FONSECA JUNIOR, 2009). Este método possui três características fundamentais:

- a) Orientação fundamentalmente empírica, exploratória, vinculada a fenômenos reais e de finalidade preditiva; b) transcendência das noções normais de conteúdo, envolvendo as ideias de mensagem, canal, comunicação e sistema; c) metodologia própria, que permite ao

---

<sup>4</sup> “Jornalismo literário de *games*”, em tradução livre

investigador programar, comunicar e avaliar criticamente um projeto de pesquisa com independência de resultados. (KRIPPENDORFF, 1990 apud FONSECA JUNIOR, 2009, p. 286).

Apesar da discussão teórica sobre o jornalismo especializado em *games* nos capítulos 3 e 4 tocar em aspectos gerais dessa especialização, esta análise de conteúdo atem-se apenas a notícias factuais. Os três veículos, Voxel, The Enemy e IGN Brasil, possuem no topo de sua *home page* uma área de destaques, também conhecida como “capa” ou “TV”, com espaço para no mínimo quatro notícias em um rodízio atualizado ao longo do dia. Foram selecionadas três notícias de cada um dos veículos na mesma hora, sempre em algum período entre às 13h e às 16h, horário de Brasília, em seis dias diferentes, de segunda a sábado. Foram dois ciclos de coleta, em semanas distintas. Na primeira semana, a coleta aconteceu na segunda, quarta e sexta. Na segunda semana, ocorreu na terça, quinta e sábado. Desta forma, foram todos os dias da semana em que há atividade nos *sites*, totalizando 54 publicações para análise.

Os critérios de escolha foram apenas os seguintes: 1) era necessário que fosse uma notícia factual — não poderia ser um artigo especial, uma coluna, uma resenha crítica, etc. —; 2) era necessário que a publicação estivesse entre os destaques da página inicial. A opção pela notícia foi por se tratar da “matéria-prima do jornalismo” (RECH, 2018, p. 107) e também por ser um tipo de texto que possui um formato consolidado no jornalismo tradicional, que é replicado em várias outras especializações do jornalismo, aspecto que pode favorecer a análise.

Para a realização da análise de conteúdo, Bardin (2011) propõe a criação de categorias. Portanto, ao examinar essas publicações selecionadas foram observados alguns dos elementos mais importantes da notícia: o título, o lead, aspectos do texto (linguagem, gramática, clareza, concisão etc.) e a fonte da informação. Esses procedimentos serão mais detalhados e suas funções ficarão mais claras ao longo da análise no capítulo 5.

### 3 BREVE HISTÓRICO DO JORNALISMO DE *GAMES* NO BRASIL

Com o início da comercialização dos consoles de *videogame* de forma oficial no Brasil, entre 1983 e 1984, os jogos eletrônicos começaram a ganhar espaço na rotina das famílias de classe média e classe A e principalmente na rotina das crianças (GARRET, 2016). Não demorou muito até que publicações com o intuito de informar e entreter esse público que consumia esses jogos surgissem.

#### 3.1 PRIMEIRAS PUBLICAÇÕES IMPRESSAS

O primeiro periódico voltado para *games* no Brasil foi a revista Odyssey Aventura em 1983, uma adaptação em português da americana Odyssey Adventure. Era uma publicação voltada exclusivamente para membros de um clube de proprietários do console Magnavox Odyssey 2, um dos principais concorrentes do popular videogame Atari 2600. Não se tratava ainda de jornalismo, mas de uma espécie de catálogo falando um pouco sobre os jogos lançados para o console, trazendo também dicas para jogar melhor e dedicando um espaço para a comunidade de jogadores, como seção de perguntas e respostas dos leitores e publicação de *rankings* de torneios organizados pela revista em São Paulo. (ODYSSEY AVENTURA n. 7, 1984, p. 4-7). Eram edições curtas, que possuíam de 8 a 12 páginas, traziam muitas ilustrações e faziam uso de uma linguagem simples em frases curtas que apelava diretamente ao público infanto-juvenil, sempre em tom de propaganda, como no trecho sobre o jogo “Didi na Mina Encantada”:

Você conhece bem o trapalhão e aventureiro Didi. Sua agitação e seu sonho de enriquecer de repente. Entre com ele na Mina Encantada. Picareta na mão, descubra os filões de ouro e vá somando pontos. Enriquecendo com o Didi. (ODYSSEY AVENTURA n. 1, 1983, p. 2-3).

Sem autoria indicada nos textos, a Odyssey Aventura introduziu em sua segunda edição algo que se tornaria muito comum nas revistas sobre *games* da década seguinte. A seção “Segredos”, dedicada a macetes e instruções para os jogos, passou a ser assinada por um personagem fictício chamado “Mago Odyssey”, que falava em primeira pessoa, com linguagem lúdica, dando tutoriais de como jogar melhor:

Eu sou o Mago Odyssey. Quando e onde nasci não importa. O que vale, para vocês, são os meus poderes, que me permitem estar em vários lugares ao mesmo tempo e armazenar, em minha memória milenar, uma quantidade inimaginável de conhecimentos. (ODYSSEY AVENTURA n. 2, 1983, p. 12).

A Odyssey Aventura perdurou por pouco tempo. De setembro de 1983 a junho de 1985, foram apenas oito edições trimestrais. E apesar de não ser um veículo jornalístico, a revista foi um importante primeiro passo para o futuro nascimento de uma mídia especializada em jogos eletrônicos em nosso país (OLIVEIRA, 2017).

Figura 1 - Capa da revista Odyssey Aventura nº1



Fonte: Mercado Livre (2019)

Ao longo da história, o mercado de *videogames* domésticos organizou o lançamento de seus consoles em ondas ou, como usa-se na indústria e na mídia especializada, em “gerações”. Cada geração traz consigo aparelhos geralmente equivalentes em tecnologia, mas com diferenciais para destacá-lo no mercado. O Magnavox Odyssey 2 e o Atari 2600 eram concorrentes diretos e faziam parte da segunda geração de consoles — sendo o último, de longe, o mais popular, com cerca de 30 milhões de unidades vendidas (CNN BUSINESS, 2012). Porém, em 1983, enquanto os consumidores brasileiros começavam a usufruir desse novo meio de entretenimento eletrônico que eram os *videogames*, o mercado norte-americano, que já comercializava o Atari 2600 desde 1977, considerava a

tecnologia antiquada e sofria o chamado “*Crash* dos *videogames* de 1983” (VIDEO GAMES, 2014). Basicamente, a maior recessão da indústria de jogos eletrônicos da história, causada por vários fatores. Entre os principais motivos estavam: más decisões executivas dentro da companhia Atari e de sua empresa-mãe Warner Bros.; saturação do mercado com excesso de consoles concorrentes ao Atari 2600; problemas no controle de qualidade dos jogos<sup>5</sup>; e, por fim, pelo espaço que o computador pessoal ganhava nos lares, servindo não apenas para jogar, mas para realizar outras tarefas. Foi necessário esperar até 1985, com a chegada da empresa japonesa Nintendo nesse segmento para dar continuidade a essa indústria que ficou praticamente inerte até então (ATARI, 2014).

O Nintendo Entertainment System, o primeiro aparelho da terceira geração de consoles, foi anunciado e vendido nos Estados Unidos como um brinquedo e não como um produto eletrônico mais próximo dos computadores, como eram encarados os *videogames* da geração anterior. Tudo isso a fim de convencer lojistas, ainda abalados pelo *crash*, e consumidores, que viam *videogames* como uma febre ultrapassada, de que era uma boa ideia apostar em uma nova geração de consoles (ATARI, 2014).

Unido à situação econômica pouco favorável do Brasil durante a década de 1980, esse contratempo na indústria atrasou em anos a continuidade e expansão do mercado de *games*, naqueles tempos, consideravelmente caro — consequentemente, deixando de despertar grande interesse por publicações sobre o assunto (GARRET, 2016, p. 21-24). Entre a revista exclusiva para consumidores do Odyssey 2 e as primeiras publicações sobre *games* num periódico nacional, foram mais de cinco anos de hiato. Em 1990, a Editora Abril lançou uma revista de esportes e entretenimento voltada para o público jovem chamada “A Semana em Ação”, que contava com uma seção dedicada aos *videogames*. A popularidade do tema jogos eletrônicos motivou o diretor da revista, Marcelo Duarte, a chamar a jornalista Regina Gianetti, que tinha experiência com cobertura de informática, a lançar um derivado especial de *games* (UOL GAMES, 2015a). Em dezembro de 1990, foi publicada a edição especial de A Semana em Ação apresenta: Games. Na primeira página, o editorial de Duarte justificava a existência da mesma:

---

<sup>5</sup> Desenvolvedores independentes e sem ligação com as fabricantes dos consoles criavam a todo tempo inúmeros jogos compatíveis para os aparelhos, de forma autônoma, rápida e sem padrões. (ATARI, 2014).

Quando criamos a *Semana em Ação*, há quatro meses, percebemos que o interesse da moçada pelos *videogames* crescia espantosamente no país. Calcula-se que hoje já existam 600.000 consoles por aqui, num total de 40 milhões no mundo todo. Por isso, a cada edição passamos a dedicar um grande espaço para falar dos lançamentos, de novos acessórios e ajudar vocês a enfrentar os jogos mais difíceis. O sucesso foi imediato. Telefonemas e cartas que chegavam à redação nos fizeram ir aprimorando a seção. O passo seguinte só poderia ser mesmo esta edição especial. É a primeira dedicada exclusivamente a *games* publicada no Brasil, cheia de dicas, segredos e tudo o que está rolando no exterior. Então ponha o seu joystick de lado, tire os óculos 3D e mergulhe nesta revista. Você vai se divertir. E lembre-se de que as emoções não acabam aqui. Elas continuam nas páginas de *A Semana em Ação*. Esperamos você lá também! (A SEMANA EM AÇÃO, 1990, p. 3).

O conteúdo da revista, por sua vez, viria a ser o modelo que a maioria das publicações da década usaria. Como bem analisa Corraini (2016), imagens enormes, textos curtos e pequenos, matérias ilustradas com capturas de tela do jogo feitas com câmera fotográfica e poucas reportagens longas e aprofundadas. Havia bastante espaço para a seção “Estratégias”, dedicada a dicas que, mais do que as instruções óbvias da *Odyssey Aventura*, revelavam segredos e códigos realmente escondidos nos jogos. Exceto por isso, as reportagens exibiam traços do jornalismo tradicional ao abordar menos do conteúdo dos *games* e mais dos *games* relacionados a temas como tecnologia (novos consoles, compatibilidade entre aparelhos, consoles portáteis, tendências para o futuro), a relação dos jogos com outras mídias (jogos baseados em filmes populares, jogos baseados em esportes) e serviço (endereços de locadoras de *games*, lista dos cartuchos disponíveis para cada console em território nacional) (A SEMANA EM AÇÃO, 1990). É perceptível o esforço, uma vez que se tratava de uma publicação de 60 páginas com muita informação sobre dezenas de sistemas e jogos diferentes, o que provavelmente exigiu muita pesquisa. Contudo, a ausência de um olhar crítico nos textos mostra aquilo que anos seguintes veio a confirmar-se publicamente: os jornalistas responsáveis eram comunicadores experientes, mas não jogavam nem tinham contato com o mundo dos jogos eletrônicos. A própria Regina Giovanetti explica em entrevista: “[...] Como eu estava em informática, havia uma chance de eu entender alguma coisa sobre aquilo. Eu não sabia nada sobre *videogame*, mas eu fui atrás.” (UOL JOGOS, 2015a). Essa falta de conhecimento por parte de quem estava à frente dos veículos seria uma característica da vanguarda de cobertura de *games* no Brasil que estava para surgir. Em março de 1991, uma segunda edição especial

foi publicada, fazendo uso de uma estrutura parecida, mas essa seria o último fascículo. A revista A Semana em Ação foi cancelada em abril de 1991, decisão que consequentemente encerrou planos para novas edições derivadas.

Em março de 1991, foi lançada a primeira edição da revista VideoGame pela Editora Sigla. O veículo tinha como editor-chefe Roberto Araújo que, como revela o documentário do UOL Jogos (2015b), até receber o convite de seu diretor de conteúdo para criar a publicação, nem mesmo sabia sobre o que se tratava os nomes “Nintendo” e “SEGA”, as duas maiores empresas do ramo na época. Dos profissionais da casa sondados para trabalhar no novo produto, o único que tinha algum contato com jogos eletrônicos era Mario Fittipaldi, que era ainda estudante de jornalismo e não se considerava exatamente um “aficionado”, jogando apenas casualmente. Fittipaldi veio a tornar-se o editor do veículo. (UOL JOGOS, 2015b).

Figura 2 - Capa da revista Videogame nº1



Fonte: Datassete (2017)

Sem saber exatamente qual tipo de conteúdo os leitores gostariam de ver em uma revista especializada do gênero, os idealizadores da VideoGame precisaram pesquisar sobre esse universo e descobrir como viabilizar a produção do material, e o ponto de partida mais evidente na época eram as locadoras de videogame. Primeiro, Araújo fez parcerias com donos de locadoras para levar consoles e cartuchos para a editora. A fim de entender seu público, ele montou estações com consoles instalados em televisores e chamou garotos de uma escola

próxima à editor Sigla para jogarem e, com isso, descobrir do que eles gostavam. (UOL JOGOS, 2015b).

Não havia jornalistas brasileiros com grande experiência em *games* porque o segmento praticamente não existia em nosso país na época. De certa forma, até mesmo encontrar adultos que jogassem era raro, uma vez que o público-alvo das empresas de *games* no início dos anos 90 eram as crianças e existia, como mencionado anteriormente, toda uma cultura de que consoles eram brinquedos eletrônicos (VIDEO GAME, 2014). Por isso, a revista VideoGame começou a contratar os únicos “especialistas” disponíveis: os próprios garotos.

Uma situação completamente incomum é que, apesar de ser uma revista produzida, diagramada e editada por profissionais, boa parte das publicações envolviam jogadores que nem ao menos tinham saído do colégio para escrever e jogar. São os chamados pilotos<sup>6</sup>, formados, na maioria das vezes, por garotos e adolescentes, que passavam suas tardes nas locadoras. Eram sondados por editores das revistas que eram pagos para jogar e encontrar dicas e truques de cada jogo (OLIVEIRA, 2017).

Outro obstáculo era criar uma linguagem para esse público, formado quase exclusivamente por crianças e adolescentes do sexo masculino. O ponto de partida foi espelhar-se em revistas estrangeiras do segmento, como EGM e GamePro para estabelecer um formato. A VideoGame fez uso intenso de ilustrações em suas páginas para, nas palavras de Araújo, “dar um ar jovial para a revista”. O texto da VideoGame era sóbrio. Possuía linguagem leve e coloquial, mas sem abusar de gírias — como A Semana em Ação: Games fez e como várias das futuras concorrentes fariam em excesso. Uma característica interessante em suas primeiras edições era a abordagem didática sobre coisas que o jornalismo de *games* atual parece considerar óbvias, mas que faz sentido apresentar para pessoas não familiarizadas com esse universo ou recém-chegados. Existe uma reportagem na edição de nº 1 explicando, por exemplo, o que são *videogames* e como eles funcionam.

Para participar destas aventuras é só ter um *videogame* (o console, um aparelho ligado à TV), os jogos e um bom aparelho de televisão a cores. Depois dos *videogames* de 1ª e 2ª gerações — dos quais o maior sucesso foram os Atari — os de 3ª geração começaram a chegar ao Brasil a partir de maio de 1989. O primeiro nacionalizado foi o Dynavision II, da

---

<sup>6</sup> O termo “piloto” foi criado por Fittipaldi, derivado da expressão “piloto de testes”, inspirada pela revista Duas Rodas, também da Editora Sigla. (UOL JOGOS, 2015b).

Dynacom. Aí uma nova palavra mágica chegou: Nintendo. Os muitos consoles que usam o sistema Nintendo lideram o mercado mundial com 80% de participação. No Brasil, estão representados pelo Dynavision II, Phantom System, Top Game, Hi-Top Game e Bit System. Há também o sistema Sega, utilizado pela Master System. Os dois sistemas (Nintendo e Sega) são de 3ª geração e é fácil entender o sucesso: os jogos passaram a ser mais ágeis e com nitidez de imagem muito maior que os de 2ª geração (VIDEOGAME n. 1, 1991, p.9).

A revista VideoGame lançou 63 edições mensais, entre março de 1991 e julho de 1996. Para Araújo e Fittipaldi, o motivo do cancelamento do veículo foi atribuído ao crescente desinteresse dos leitores em reação aos anúncios publicitários, que passaram a ganhar cada vez mais espaço nas páginas, e por tentar trazer pautas sobre informática para um público que não estava interessado por isso (UOL JOGOS, 2015b).

Com A Semana em Ação descontinuada, mas vendo a boa resposta do público com os dois especiais de *games*, o projeto ganhou uma publicação periódica sob o título “Ação Games” em maio de 1991, apenas dois meses após a segunda edição especial. Em vez da Abril, a revista passava para o selo da Editora Azul, uma empresa da qual a Abril era sócia majoritária, criada para atuar no ramo de revistas segmentadas. Regina Gianetti assumia novamente como editora-chefe, com Paulo Montoia unindo-se à equipe mais tarde como editor assistente. (UOL JOGOS, 2015a).

Figura 3 - Capa da revista A Semana em Ação: Games nº1



Fonte: Datassete (2016)

Para Gianetti, existia uma “demanda reprimida por informação” e as revistas que surgiram nesta época começaram a suprir essa carência de saber “o que estava acontecendo” nesse universo (UOL JOGOS, 2015a). Como resultado, a primeira edição vendeu além das expectativas e surpreendeu a Editora Azul. A Ação Games começou como uma revista mensal e a partir de 1996 mudou sua periodicidade para quinzenal. Era um diferencial, assim como seu tamanho de 22,8 cm x 30 cm, que a destacava das demais revistas de proporções menores. Houve muitas outras mudanças em seu longo histórico de circulação, de maio de 1991 a janeiro de 2002. Entre elas, a expansão da faixa-etária do público-alvo, que com o tempo passava a englobar de crianças a jovens adultos, e a troca de editores-chefe trazendo mudanças substanciais na linha editorial. Assim como a VideoGame, a Ação Games passou a usar também pilotos para jogar, coletar informações sobre os jogos e transmitir informações aos redatores. Alguns desses garotos, como Ivan Cordon, chegaram a escrever seus próprios textos, sem depender de jornalistas da revista, devido ao tempo em que permaneceram trabalhando por lá (UOL JOGOS, 2015a).

Em 1992, a GamePower fazia sua estreia nas bancas. Apostando no uso de mascotes, a publicação creditava seus textos a quatro redatores fictícios. Estes eram protagonistas de momentos infames como a “resenha” da personagem Marjorie Bros sobre o lançamento de Street Fighter II:

Meninos, todo mundo que produz jogos de videogame deveria ser amarrado e levado imediatamente para fazer um estágio na Capcom. Street II para SNES é simplesmente maravilhoso!! Chiquérrmo. Nunca dei tanta porrada e com tanto gosto. Não fica devendo nadinha para o arcade. Falta, é verdade, um elefante ali e uma palmeira acolá, mas é só. O resto tá tudo aí. E se vocês quiserem detonar mesmo, escolham a Chun-Li, que dá mais gosto de acabar com todo aquele bando de fascistas fedorentos. (GAMEPOWER n.1, 1992, p. 6).

Figura 4 - Apresentação dos mascotes da revista GamePower



Fonte: Datassette (2017)

À luz de como o jornalismo de games funciona na década de 2010, a caricata linha editorial da GamePower envelheceu mal. Além do que vimos acima, ainda existia forte uso de gírias, erros ortográficos, brincadeiras controversas de cunho machista, hipersexualização da personagem feminina Marjorie Bros em um periódico que era voltado para menores e uma série de outras particularidades típicas da mídia impressa dos anos 1990 de forma geral.

Com o sucesso do segmento de revistas de *games*, várias outras publicações proeminentes surgiram na mesma época. Entre elas estava também a SuperGame. Enquanto a GamePower era especializada em jogos da Nintendo, a SuperGame abordava apenas consoles e jogos da concorrente Sega. Em 1994, a Editora Nova Cultural, que publicava ambas revistas, as fundiu em um único periódico mensal, a SuperGamePower. A mudança deu certo e a revista durou até a edição 90, publicada em 2001, pela Nova Cultural. Uma retomada aconteceu em maio de 2002 pela Editora Option, com a periodicidade posteriormente deixando de ser fixa. Foram 133 edições lançadas.

### 3.2 PROFISSIONALIZAÇÃO E PRIMEIROS WEBSITES

As revistas de *videogame* estiveram presentes nas bancas brasileiras durante toda a década de 1990 e fazendo uso de linguagens semelhantes. Entretanto, com o crescimento do mercado de jogos eletrônicos no Brasil no início dos anos 2000, a prática precisou se profissionalizar. O crescimento vertiginoso do público interessado em *videogames*<sup>7</sup> também pediu publicações segmentadas para públicos diversos. Casuais, entusiastas, possuidores de console X ou console Y. Como mostra a pesquisa de Oliveira (2017), os novos repórteres dos veículos que escreviam sobre jogos eram estudantes de comunicação e jornalistas formados que passaram sua infância e adolescência jogando e agora tinham as ferramentas teóricas e técnicas para realizar um trabalho especializado mais idôneo. Os leitores, por sua vez, tornavam-se mais exigentes quanto à qualidade do texto (OLIVEIRA, 2017).

Portanto, a forma de fazer revistas sobre *videogame* no Brasil começaria a mudar já ao final dos anos 1990. Se existiam problemas constantes como erros de informação, pouca profundidade e quase nenhum acesso às fontes primárias nas reportagens das várias das revistas, um processo de profissionalização se iniciaria trazendo mais expertise à cobertura especializada de jogos eletrônicos (OLIVEIRA, 2017).

No fim da década de 1990, o desenho animado de Pokémon transformava-se em febre no Brasil e a Nintendo estabelecia-se oficialmente em território nacional pela Gradiente Entertainment (OLIVEIRA, 2017). Em setembro de 1998, a empresa japonesa ganharia em nosso país a sua própria revista licenciada, a Nintendo World, publicada pela Editora Conrad. Em entrevista a Oliveira (2017), para o projeto Press Start Brasil, Pablo Miyazawa, conhecido posteriormente por seu papel como editor-chefe no site IGN Brasil, contou sobre o surgimento da Nintendo World e como ela mudou paradigmas. Miyazawa trabalhava para a Nintendo, respondendo dúvidas de clientes por telefone, e foi chamado para ser um daqueles que elaborariam o projeto do periódico. Ele conta que as revistas de *games* eram vistas pelos jornalistas de fora como um artigo de serviços, por serem mais focadas em dicas do que em cobertura jornalística. Naquele momento, a concorrência do mercado

---

<sup>7</sup>O console PlayStation 2 vendeu sozinho mais de 100 milhões de unidades em apenas seis anos (VIDEO GAME SALES, 2018)

editorial de revistas de *videogame* era disputado entre a SuperGamePower e Ação Games, que abrangiam vários consoles diferentes. Miyazawa conta que o fato da Nintendo World tentar alcançar visibilidade sendo uma revista de nicho, dedicada apenas aos jogos e consoles da Nintendo, era visto com ceticismo pela concorrência e que “ninguém acreditava” que o periódico pudesse durar por muito tempo. Mas, para a surpresa dos incrédulos, ao fim de um ano de existência, a revista já estava entre as líderes do mercado (OLIVEIRA, 2017).

Figura 5 - Capa da revista Nintendo World nº1



Fonte: Retroavengers (2013)

Enquanto as primeiras edições da Nintendo World ainda traziam elementos característicos dessa primeira fase de revistas de jogos no Brasil, não demorou muito para que mudanças na estrutura aparecessem (OLIVEIRA, 2017). Uma delas foi que os jornalistas começaram a assinar suas matérias. O sistema de pilotos ainda era usado pelas revistas rivais: jornalistas mais velhos e pouco entendidos do assunto de *videogames* trabalhavam em parceria com crianças e adolescentes que jogavam os *games* e relatavam suas experiências e os segredos descobertos — ou que até tentavam escrever, mas tinham seus textos editados por outros jornalistas. Miyazawa conta que “a Nintendo World, quando surgiu, foi a primeira revista de

*games* no Brasil com a configuração de jornalistas, formando uma equipe, que jogavam os *games* e se interessavam” (OLIVEIRA, 2017).

Se havia algo próximo a *YouTubers* naquela época, éramos nós’. Esse momento começou a ser percebido pelos editores quando Pablo começou a receber cartas de garotos de dez anos com desenhos dos editores, além de sempre perguntarem qual era a fórmula para trabalhar junto com eles. Esse movimento de caracterizar o jornalista que estava escrevendo aquelas publicações foi uma das grandes mudanças dessa nova fase. Havia ainda uma personificação e caricaturas dos editores e jornalistas das publicações, mas agora havia não só uma identidade como também um perfil para cada um. Eles se tornaram amigos reais dos leitores, e não mais meros personagens fictícios (OLIVEIRA, 2017).

Essa nova fase do mercado contou ainda com uma versão nacional da revista *Electronic Gaming Montly*, a EGM, referência no internacional e, como mencionado anteriormente, inspiração para a *VideoGame* e *Ação Games*. A Editora Conrad conseguiu licenciá-la e ter acesso integral ao conteúdo das reportagens que era publicado na versão norte-americana. A estreia nas bancas aconteceu com uma robusta edição de 100 páginas, em abril de 2002. Oliveira (2017) esclarece que a imprensa norte-americana de *games* já era mais madura naquele momento e as dicas já não eram o conteúdo principal da EGM, que novidades sobre o desenvolvimento dos jogos e informações diversas. O contraste era claro: a capa da EGM nº 1 anunciava uma reportagem discutindo RPGs nos *videogames*, entrevistas com desenvolvedores japoneses de duas grandes franquias, resenhas críticas, prévias de jogos não lançados, reportagem especial com o ranking feito pela redação dos Estados Unidos dos 100 maiores jogos da história e uma série de iniciativas inexistentes nas revistas brasileiras dos anos 1990. Com o passar do tempo, os redatores brasileiros também foram ganhando mais espaço para produzir material autoral na EGM (Oliveira, 2017). Além do texto, a sobriedade também afetava o *design*. A diagramação da EGM era mais limpa, fazia uso de recursos digitais em sua elaboração estética e abandonava as ilustrações feitas na redação e fotografias do televisor como captura de tela, uma vez que as companhias de *games* passavam a enviar o material promocional de imagens (Oliveira, 2017).

Figura 6 - Capa da revista EGM Brasil nº 1



Fonte: Retroavengers (2013)

Esse período ainda foi marcado por revistas que traziam CD-ROMs ou simplesmente um conteúdo massivo de dicas, tal como a Dicas & Truques, Dicas & Truques: PlayStation, Super Dicas Playstation e PSWorld. As revistas de *games* podiam se sentir seguras por mais alguns anos, mas antes do fim dos anos 2000 perderiam seu espaço para um inimigo implacável: a internet.

Os computadores e o acesso à internet ainda eram para um grupo mais restrito da população na primeira metade da década, mas o processo de migração do público de *games* para os ambientes *on-line* já dava seus primeiros passos. O início se deu com o surgimento de blogs, *sites* independentes e fóruns dedicados aos *games*. Para o gamer, não era preciso mais esperar um mês ou uma quinzena para saber sobre os anúncios de novos jogos ou para descobrir dicas sobre um jogo difícil.

Se [as pessoas] travassem em uma parte do jogo, não precisariam esperar até a nova publicação da revista sair nas bancas. Apenas alguns cliques de distância, o jogador conseguia se atualizar e ainda participar ativamente da comunidade. Era hora das revistas se atualizarem ou seriam deixadas para trás (OLIVEIRA, 2017).

Em poucos anos o portal UOL, um dos maiores do país, investiria em uma editoria de *games*, que cresceria gradualmente até ser uma das mais importantes

do mercado. As revistas EGM e Nintendo World, da Conrad, também ganharam páginas com parte de seu conteúdo disponibilizado *on-line* — os *sites* GameWorld e Wii Brasil, respectivamente. Em abril de 2007, a empresa NZN lançaria o Baixaki Jogos (1º DE ABRIL, 2009), um *site* derivado da plataforma de downloads Baixaki que publicava notícias factuais sobre *games*, resenhas críticas e exercia algo próximo do que os *sites* de jornalismo de *games* americanos estavam fazendo. Ele ainda trocava de nome duas vezes: primeiro para “TecMundo Games” em 2015 (PREPARE-SE, 2015), tornando-se um derivado do TecMundo, *site* de tecnologia da NZN que crescia rapidamente, e depois mudando para uma marca própria, independente de outros *sites* da casa, com o nome “Voxel” em 2017 (PORQUE, 2017).

Na metade da década de 1990, mais precisamente em 1996, surgiram nos Estados Unidos os *sites* IGN (IGN. In: WIKIPEDIA, 2019) e Gamespot (IGN. In: WIKIPEDIA, 2019), ativos ainda hoje e conhecidos por estarem entre os maiores do mercado. Mais à frente, eles ganhariam também versões brasileiras. O IGN Brasil seria lançado em 2015 pelo grupo de mídia digital Webedia, com Pablo Miyazawa como editor-chefe (MIYAZAWA, 2015). O Gamespot Brasil, por sua vez, seria licenciado em 2018 pela CBS Corporation para a Brasil Game Show, empresa responsável pela maior feira de *videogames* da América Latina. Como editor-chefe, o veículo passou a contar com o ex-jornalista do G1 Bruno Araujo (ARAUJO, 2018).

### 3.3 CONSOLIDAÇÃO DE PADRÕES E OS NOVOS FORMATOS

Cada vez mais ligado à internet, o jornalismo de *games* passou a atualizar-se com mais velocidade. O acesso facilitado a trailers, comunicados de imprensa e mesmo a reportagens de veículos estrangeiros com acesso aos estúdios desenvolvedores de games melhorou a qualidade e a velocidade com a qual o fato virava notícia. Junto aos formatos da imprensa *on-line*, cada vez mais consolidados, novas ferramentas inspiraram a criação de produtos e linguagens diferentes. Os *sites* que cobrem *games* continuam até os dias de hoje fazendo uso de vários dos formatos que provaram-se funcionais durante o período de transição do jornalismo de games impresso para o *on-line*. Entretanto, novas abordagens também

acabaram surgindo como o *New Games Journalism*<sup>8</sup> (THE GUARDIAN, 2005), que traz análises e reflexões mais sofisticadas sobre o universo dos *videogames*, observando também sua relação com a cultura e destrinchando a forma com a qual o jogo, enquanto projeto, foi elaborado. Esse jornalismo literário de games observa o jogo e o resenha fazendo uso de analogias e experiências subjetivas do autor, consequentemente aumentando o apelo do texto ou vídeo (THE GUARDIAN, 2005). A técnica é usada por muitos jornalistas e produtores de conteúdo independentes, visto que para manterem-se relevantes, na falta da larga mão de obra que os *sites* tradicionais possuem, faz-se necessária uma linguagem diferenciada. No Brasil, talvez os exemplos mais notáveis sejam o Overloadr (*site* e canal do YouTube), o Jogabilidade (canal do YouTube) e o Nautilus (canal do YouTube).

A chegada do YouTube em 2005 e sua intensa popularização nos anos 2010 também causou mudanças na imprensa especializada de games. *Sites* pioneiros como o Baixaki Jogos criaram seus canais oficiais e começaram a produzir em vídeo o conteúdo de suas resenhas críticas (frequentemente conhecidas simplesmente por “análises”) e até mesmo notícias. O Checkpoint, programa do canal que vai ao ar de segunda à sexta, traz uma seleção das notícias mais importantes do site naquele dia e já passou das 1 mil edições (CHECKPOINT, 2018). Tal como o Baixaki Jogos, os *sites* IGN Brasil<sup>9</sup> e The Enemy<sup>10</sup> também possuem seus canais na plataforma de vídeos do Google.

Outro fenômeno que vale a pena mencionar é o surgimento dos *youtubers* que falam sobre videogame. Mundialmente, o canal com maior número de inscritos na plataforma foi por muito tempo o do sueco Felix Kjellberg — o PewDiePie —, que tem grande parte do seu conteúdo voltado para o formato *Let’s Play* ou simplesmente *gameplay*<sup>11</sup> (WASHINGTON POST, 2018). Com o sucesso absoluto de Minecraft, muitos canais dedicados ao jogo virtual de bloquinhos estabeleceram-se no YouTube com audiência massiva de crianças e adolescente. Os assuntos

---

<sup>8</sup> Termo cunhado pelo jornalista Kieron Gillen que significa “Jornalismo literário de *games*”.

<sup>9</sup> IGN Brasil no YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/ignbrasil>>. Acesso em: 27/11/2019.

<sup>10</sup> The Enemy no YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/theenemybr>>. Acesso em: 27/11/2019.

<sup>11</sup> Esse tipo de vídeo consiste em uma pessoa jogar um *game* enquanto faz comentários sobre ele. O formato tem muitas variações. Pode se tratar de uma transmissão ao vivo ou o vídeo gravado com edição, o rosto do apresentador pode aparecer ou ele apenas sua narração, o *game* pode ser jogado inteiro ou o vídeo conter apenas trechos do mesmo, etc.

foram variando com o passar dos anos ao ponto que muitos desses *youtubers*, além dos *gameplays*, produzem conteúdo roteirizado, frequentemente rivalizando com o conteúdo de variedade publicado por veículos de jornalismo especializado em games.

## 4 JORNALISMO: TEORIAS E ESPECIALIZAÇÃO

Marcondes Filho (2000) divide o jornalismo em quatro fases: a romântica, do jornalismo político e literário; a do início da profissionalização; a do auge da imprensa capitalista; e a fase da era eletrônica. O jornalismo tem mudado com o tempo, adaptado-se e adquirido novas práticas. Consequentemente, a discussão sobre o que é jornalismo e o que é notícia torna-se mais complexa.

### 4.1 TEORIAS E FUNDAMENTOS DO JORNALISMO

Como em outras disciplinas no campo das ciências humanas, existe pluralidade e até divergência quanto ao conceito do que é o jornalismo. O próprio estudo das teorias do jornalismo evidencia isso. A chamada “Teoria do Espelho”, a primeira metodologia elaborada para entender as notícias, por exemplo, diz que o jornalismo é a realidade (PENA, 2008, p. 125). A “Teoria do *Newsmaking*”, por sua vez, diz que o jornalismo está “longe de ser o espelho do real. [Ele] é, antes, a construção de uma suposta realidade” (PENA, 2008, p. 128). Em uma análise recente, Traquina (2005), ao se deparar com essa questão, evita reducionismos e entende que o jornalismo é “a vida em todas as suas dimensões”. É algo que abrange tudo o que fazemos como sociedade, de forma ampla.

Uma breve passagem pelos jornais diários vê a vida dividida em seções que vão da sociedade, a economia, a ciência e o ambiente, à educação, à cultura, à arte, aos livros, aos *media*, a televisão, e cobre o planeta com a divisão do mundo em local, regional, nacional (onde está essencialmente a política do país) e internacional. (TRAQUINA, 2005, p.19).

Traquina (2005) conclui seu argumento dizendo que, de acordo com a maioria de livros e manuais que analisou, as notícias são tudo aquilo que é importante e interessante, e que pode ser explicado pela constante vontade de sabermos o que está acontecendo no mundo. É evidente que, como o próprio Traquina ressalta na mesma preleção, a prática jornalística é exercida de formas distintas em sociedades diferentes. O jornalismo em um estado democrático é geralmente livre, privilegiado por poder informar sem censura, enquanto o jornalismo em um regime totalitário é apenas uma ferramenta de propaganda para o governo (2005, p. 23).

Nesse paradigma do autor, sobre “importância e interesse” e sobre um jornalismo que se adapta à sua sociedade, é possível propor que com a crescente relevância dos *videogames* em suas várias esferas — econômica, cultural, científica etc. —, como discutido em nossa introdução, a cobertura jornalística sobre o que acontece nesse segmento, de fato, importa e interessa a muitas pessoas. A Pesquisa Game Brasil de 2018, um dos levantamentos mais influentes desse meio, aponta que 67,9% dos brasileiros jogam algum tipo de game<sup>12</sup>. 84,3% joga em smartphones, 46% em consoles e 44%,6 em computadores (TORCEDORES, 2018). Cabe então ao profissional dos veículos especializados informar a essas pessoas sobre quais são os lançamentos, o que está acontecendo no mercado, quais são os melhores jogos da atualidade, quem os faz, e todas as demais questões importantes e interessantes referentes ao segmento que são dignas de serem tratadas como notícia.

Luiz Amaral e Nilson Lage chamam a notícia de “a matéria-prima do jornalismo”. Mas é importante refletir sobre o fato de que apenas uma parte de tudo o que acontece no mundo é selecionada para virar notícia, e os critérios da seleção dos fatos talvez seja a pergunta mais importante para a teoria do jornalismo (PENA, 2008, p. 71). É o que jornalismo chama de “valor-notícia”. Quando o primeiro jornal norte-americano foi fundado no século XVII, a periodicidade da publicação era mensal. O diretor do veículo teria dito que essa frequência só aumentaria no caso de “excesso de ocorrências”, um modelo de prática que soaria absurdo para qualquer pessoa minimamente familiarizada com como a cobertura de fatos é feita hoje. O novo jornalismo passou a entender que cabia aos próprios profissionais dos jornais procurarem o que poderia ser notícia (TRAQUINA, 2005, p. 26). A evolução do ofício fez com que as empresas de jornal se expandissem, contratando mais pessoas, cobrindo mais acontecimentos, criando novas editorias. Traquina contesta a ideia de que são imutáveis as qualidades do que é notícia estabelecida pelo historiador Michell Stephens: “o insólito, o extraordinário, o catastrófico, a guerra, a violência, a morte, a celebridade”. Para ele,

as definições do que é notícia estão inseridas historicamente e a definição da noticiabilidade de um acontecimento ou de um assunto implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos

---

<sup>12</sup> A amostra é de entrevistas com homens e mulheres de 25 a 54 anos.

acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional (TRAQUINA, 2008, p. 94-95).

Com base nessa afirmativa, é possível entender que o princípio engloba não apenas o fato que está sendo avaliado como digno ou não de tornar-se notícia, mas do assunto como um todo. Tal como outras especializações, como o jornalismo esportivo e o jornalismo cultural de cinema, o jornalismo de *games* surge, evolui e ganha relevância ao passo que nossa realidade, nossa contemporaneidade mudam. E conforme surgem novos elementos nesse campo que são dignos de notícia, há um público cada vez maior interessado nele.

#### 4.2 JORNALISMO ESPECIALIZADO

Interesse público ou interesse do público? A controvérsia acerca do que o público precisa saber versus o que o público quer saber frequentemente levanta discussões éticas no meio acadêmico e profissional do jornalismo, e inevitavelmente acaba tocando no cerne do que é o jornalismo especializado.

A função atribuída aos jornalistas de informar o que seja de relevância para a sociedade não vem se alterando significativamente ao longo do tempo? A lógica de informar o que o público precisa saber não vem sendo substituída pela lógica de informar o que o público quer saber? [...] Na realidade a escolha de um assunto que interessa a toda comunidade parece cada vez mais difícil de se fazer (ABIAHY, 2005).

Pode-se dizer que existe um consenso sobre três manifestações do jornalismo especializado. A especialização associada a meios de comunicação específicos; a temas ou editorias específicas; ou associada aos produtos resultantes da junção de ambos (TAVARES, 2009). No caso do jornalismo de *games* no Brasil, a especialização não diz respeito à terceira manifestação exclusivamente, mas majoritariamente. Ainda que existam iniciativas isoladas de conteúdo especializado na TV, como o programa Zero1 na Rede Globo, e de periódicos impressos, como as revistas Xbox e PlayStation da Editora Europa, em 2019, esses configuram exceções. São veículos remanescentes em mídias nas quais o segmento já foi expressivo no passado. Pensar em jornalismo de *games* no Brasil nos dias atuais é quase automaticamente pensar em “webjornalismo de *games*”. Ou seja, um produto resultante da junção de um tema a um meio de comunicação. Do ponto de vista empresarial, entende-se que

O desenvolvimento do jornalismo especializado está relacionado a essa lógica econômica que busca a segmentação do mercado como uma estratégia de atingir os grupos que se encontram tão dissociados entre si. Muito além de ser uma ferramenta mais eficaz de lucro para os conglomerados midiáticos, o jornalismo especializado é uma resposta a essa demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação das audiências específicas (ABIAHY, 2005).

O jornalismo segmentado está ligado à evolução dos meios de comunicação e à segmentação também dos grupos sociais que consomem mídia. Tavares (2009) cita a autora espanhola, especialista em sociologia e comunicação, Berganza Conde, dizendo que o jornalismo especializado é, em grande parte, resultado das exigências do público, que é cada vez mais diverso e que pede por conteúdos específicos que abordem com profundidade os assuntos de seu interesse. Naturalmente, a internet tem papel fundamental nesse processo.

O nascimento massivo da Internet coincide com a fragmentação da audiência mundial em todos os grandes meios de comunicação tradicionais e com a época da globalização. A internet se vale da individualização do consumo (fator subjetivo da fragmentação comercial do consumo) para afirmar-se como novo meio de serviço e de coesão social. (VILCHES, in MORAES, 1997, p. 102).

Além da carência por uma quantidade maior de conteúdo sobre um assunto, a demanda pela especialização jornalística existe também pelo conhecimento mais profundo e acertado sobre esse mesmo assunto. A imprensa tradicional ao tentar falar ao mundo todo acaba caindo no erro — muitas vezes inevitável — de falar “genericamente de coisas específicas” (TAVARES, 2009).

Sua especialidade, pela palavra autorizada e pela fragmentação dos conteúdos, sempre existiu. No entanto, com a introdução de outros meios e, conseqüentemente de outros regimes de produção (de noticiabilidade, visibilidade e periodicidade), tal especialidade passou a bater de frente com a lógica da especialização, ou seja, de uma outra especialidade jornalística (TAVARES, 2009).

Existe um longo histórico de gafes relacionado ao caso dos *videogames*, como assunto de especialidade, quando abordado pelo jornalismo tradicional, devido ao frequente desconhecimento sobre o assunto por parte dos profissionais envolvidos. A reportagem “A febre do *videogame*”, que foi ao ar no Globo Repórter em 1991, repleta de erros, chamando o famoso ouriço Sonic de “gato” e dizendo que o Mario

era “enfezado” e “comia dinheiro” (VITOR JUNIOR, 2012); e as várias reportagens sensacionalistas do Domingo Espetacular da Record sobre jogos violentos, afirmando games de tiro “poderiam explicar” o Massacre de Realengo (ROBERT GARCIA, 2011) e o Tiroteio de Sandy Hook. (GABRIEL GOMES, 2012), são apenas alguns exemplos. Por isso, vale também dizer que na especialização jornalística não é apenas a notícia que deve ser pensada, “mas também uma série de universos temáticos, de questões técnicas e de segmentos de público” (TAVARES, 2009). A notícia de um veículo especializado em jogos não se propõe apenas a promover o *game*, mas todo o uso e a “cultura” do *game* (LAGE, 2005, p. 151).

#### 4.3 ASPECTOS DO JORNALISMO DE *GAMES*

Especializações jornalísticas trazem consigo traços específicos. Para citar um exemplo, existe certa irreverência e leveza na abordagem do jornalismo esportivo, especialmente quando ele está em meios de comunicação que utilizam o audiovisual. As vestimentas casuais dos jornalistas e comentaristas, as brincadeiras das mesas redondas, o estilo espirituoso frequentemente encontrado nas reportagens, etc. Da mesma forma, o jornalismo especializado em *games*, para falar com seu público, faz uso de ferramentas e estilos que não seriam vistos em um *site* ou canal de jornalismo tradicional considerado “sério”. Rossi defende que o

Jornalismo, independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores e ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens (1995, p. 5).

A irreverência e o flerte com o entretenimento faz com que a cobertura do jornalismo de *games* transite entre a produção de notícias com uso das técnicas tradicionais de comunicação e o *infotainment* com suas amenidades. Em um mesmo veículo, como o norte-americano Kotaku, é possível encontrar um longo artigo repleto de entrevistas e checagem de fatos sobre controvérsias éticas sobre interesses comerciais envolvendo a relação dos veículos de games e as empresas (KOTAKU, 2012) e ao mesmo tempo uma lista de sabores incomuns do chocolate Kit Kat encontrados apenas no Japão resenhados com humor e até palavrões (KOTAKU, 2013). Não se trata de algo exclusivo do jornalismo de games americano,

essa aparente inconsistência de postura pode ser observada também em veículos nacionais.

Existem inúmeros tipos de formatos de conteúdo em vídeo e texto na cobertura especializada em *games*, mas qualquer veículo grande de notícias inevitavelmente trabalha com certas editorias básicas. Entre as mais comuns estão: notícias diárias, reportagens, *reviews* (resenhas críticas), *previews* (prévias de jogos ainda não lançados), colunas e textos de opinião, entrevistas (desenvolvedores, executivos, atletas, etc.) e coberturas de evento. Infelizmente, seria inviável analisar todas essas modalidades com precisão em um único trabalho, por isso esta pesquisa examinará apenas notícias diárias publicadas nos *sites*. Na necessidade de priorizar, a categoria notícia é a escolha mais óbvia, uma vez que ela é “o texto básico do jornalismo” (LAGE, 2005, p. 73) e sem ela “não existe jornalismo” (RECH, 2018, p. 14).

## 5 ANÁLISE DAS NOTÍCIAS

A aplicação da análise de conteúdo neste trabalho é de ordem quantitativa e qualitativa. Bardin (2011, p. 125-132) divide o processo em três etapas: 1) pré-análise (processo de sistematizar a pesquisa, separando documentos, formulando hipóteses e elaborando indicadores); 2) exploração do material (operações de codificação, decomposição ou enumeração, de acordo com as regras formuladas); e 3) tratamento dos resultados obtidos e interpretação (operações estatísticas e de interpretar os resultados brutos).

Na pré-análise deste trabalho, organizou-se o método de coleta das notícias e na formulação de como elas seriam analisadas. Como já dito anteriormente, em duas semanas distintas, foram coletadas diariamente três notícias da área de destaques de três *sites* de jornalismo de *games*: Voxel, The Enemy e IGN Brasil. Em uma semana a seleção aconteceu na segunda-feira, quarta-feira e sexta-feira e em outra semana na terça-feira, quinta-feira e sábado, sempre entre às 13h e 16h, horário de Brasília. Notícias sobre outros temas além de *videogames*, como séries e cinema — o IGN Brasil também cobre assuntos de cultura pop — ou tecnologia — que está entre as editoriais do The Enemy — foram evitadas. As datas das semanas foram irrelevantes, assim como o espaço de tempo entre elas. Era apenas importante que a coleta não acontecesse em uma semana atípica de eventos, como início de junho, quando acontece a Electronic Entertainment Expo (E3), que é a feira de games mais importante do ano. Sendo assim, uma das coletas aconteceu em abril de 2019, para usar a amostra em testes e refinar o método de análise, e a outra em novembro de 2019.

Com as notícias selecionadas, elas foram organizadas numa planilha onde várias categorias foram propostas: 1) título (adequado ou não adequado); 2) lead (adequado ou não adequado); 3) linguagem (formal ou coloquial); 4) irreverência/humor (sim ou não); 5) erros gramaticais (sim ou não); 6) adjetivação (sim ou não); 7) clareza e concisão (sim ou não); 8) fonte da informação (entrevista, comunicado de imprensa, análise de dados, etc.). Essa foi a exploração do material. Os parâmetros de avaliação utilizados nessas categorias serão melhor explicados a seguir e o tratamento dos resultados obtidos, assim como sua interpretação, também se encontram na sequência.

## 5.1 TÍTULO DA NOTÍCIA

Um título atrativo apresenta a notícia para o leitor “de forma clara, objetiva, apelativa, resumida” e deve ser formado por palavras curtas, usuais e trazer o conteúdo do texto (AMARAL, 1969, p. 86). No jornalismo factual, ele deve ser composto por sujeito, verbo e predicado, para ressaltar o autor da ação, e evitar pontuação (RECH, 2018, p. 120). Para a análise do título das notícias selecionadas, foram utilizados critérios inspirados pelo Manual da Folha de São Paulo (2013, p. 103) e por Bozza (2018, p. 182-183) — que por sua vez, elaborou suas recomendações com base nas obras de Santiago Tejedor Calvo, Guillermo Franco e J. B. Pinho. Portanto, para determinar se o título era adequado foi observado se ele:

- Possuía sujeito, verbo e predicado;
- Possuía verbo de ação na voz ativa e no presente (exceto em casos de eventos de um distante futuro ou passado);
- Era diferente das palavras iniciais do texto;
- Não utilizava pontuação indiscriminadamente (dois pontos, ponto e vírgula e interrogação);
- Não apelava para o sensacionalismo;
- Trazia o resumo em síntese da notícia.

Um bom título é vital para a notícia. Ele “não precisa falar demais. Precisa, sim, dizer muito com poucas palavras” (COMASSETTO, 2003, p. 40). Para Rech (2018, p. 115), é necessário antes “compreender e depois sintetizar”, uma vez que o título é um referencial interpretativo que pode também apontar como o veículo se posiciona em relação a um assunto. É importante, no entanto, lembrar sobre o meio no qual esses veículos analisados estão inseridos. Se a relação de *games* com o entretenimento pode, por si só, afetar uma esperada formalidade na construção do título, o próprio fato de o webjornalismo (ou “ciberjornalismo”) se comportar de maneira distinta também traz consigo implicações. Porém, Bozza alerta:

Um título jornalístico bem construído é imprescindível para que o leitor tenha interesse em acessar uma notícia produzida pelo ciberjornalista. [...] A ligação entre título e lide é importante. Um título é capaz de sintetizar o assunto da matéria. Ele anuncia o que é noticiado. A dica é para o uso de

um verbo de ação, na voz ativa e no tempo presente, exceto em assuntos que se referem a situações anteriores ou futuras (BOZZA, 2018, p. 182).

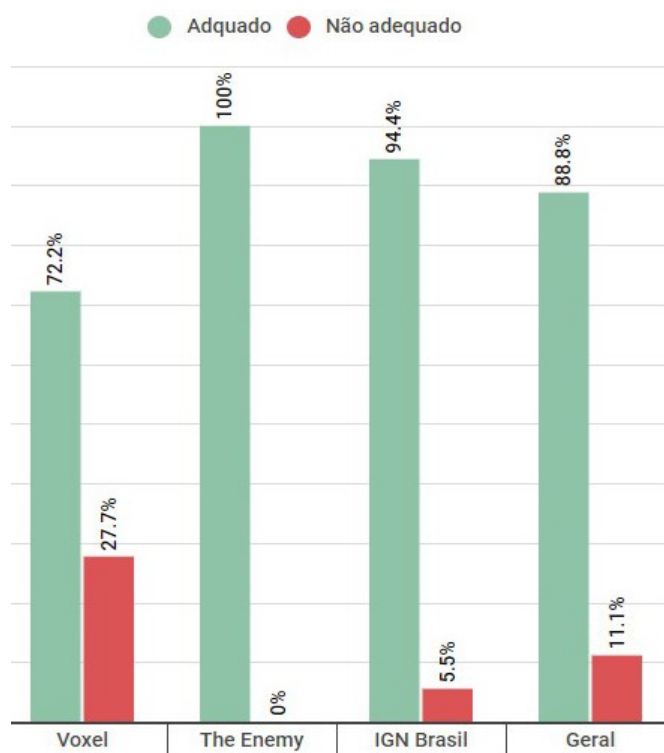
Entre os três sites, o The Enemy foi o único do qual todas as notícias possuíam o título dentro de todos os padrões propostos. Contudo, o título “Diablo IV tem inspiração em Junji Ito e H. P. Lovecraft”, apesar de preencher os requisitos estabelecidos nesta pesquisa, acaba pecando por não identificar as personalidades mencionadas. O jornalista pressupõe que o leitor saiba quem são “Junji Ito” e “H.P. Lovecraft” e, apesar do último ser um escritor célebre e mundialmente conhecido, Junji Ito é um artista de mangá, conhecido geralmente por pessoas que consomem material de cultura japonesa e não necessariamente por qualquer um que jogue *videogame*. Não é necessário, por exemplo, atribuir a profissão de técnico ao “Felipão” numa notícia de *site* especializado em esporte para que os leitores saibam quem ele é. Existem nomes que são lugar-comum para determinados públicos, mas não era o caso do artista citado. O erro não se repetiu na notícia “DJ Alok será personagem jogável de Free Fire”, visto que nem todos os leitores de um *site* sobre videogames necessariamente conhecem a cena de música eletrônica. Contudo, isso não se aplica no título “Kojima afirma que Kojima Productions fará filmes no futuro”, visto que Hideo Kojima é um dos desenvolvedores de jogos mais populares do mundo e é facilmente reconhecido pelo público de games, tal como mencionar “Spielberg” ou “Scorsese” em uma notícia de um site especializado em cinema dispensaria demais apresentações.

Apenas 5,5% dos títulos de notícias analisadas no IGN Brasil apresentaram irregularidades. A notícia “Red Dead Redemption 2: Os primeiros 22 minutos rodando no PC em 4K” ignora o verbo e deixa o título sem ação. A notícia “Nintendo não deve anunciar novo hardware na E3 2019”, por sua vez, cumpre os requisitos deste trabalho, mas usa “não” de maneira questionável, uma vez que é recomendado sempre afirmar, limitando o uso do advérbio “não” (BOZZA, 2018, p. 191)

Outro aspecto a ser levado em consideração na elaboração de um título é que ele se refere a uma ação praticada por um sujeito apontado na frase. Por isso, deve-se evitar o uso da palavra *não*, que deixa a frase com sentido negativo (RECH, 2018, p. 120).

O Voxel teve o maior número de notícias com títulos não adequados aos parâmetros propostos. 27,7% estavam irregulares e em alguns casos o problema estava na pontuação. Enquanto “Overwatch 2: Vila do Chaves é destaque em mapa do Rio de Janeiro” é aceitável, visto que usa os “dois-pontos com o sentido de uma afirmação de uma situação ou fato noticiado” (BOZZA, 2018, p. 183), situações como “Melhorou? Novo visual do Sonic aparece em imagem vazada do filme” usam pontuação desnecessariamente para chamar atenção. Todavia, estas são regras estabelecidas para este exercício e não necessariamente normas universais absolutas. Afinal, “os títulos também podem evidenciar o público-alvo do jornal ou da publicação, com a utilização de um vocabulário mais popular em detrimento de palavras mais rebuscadas, por exemplo” (RECH, 2018, p. 117). Comassetto (2003, p. 40) apenas alerta para o fato de que “quanto maior a identificação do título com o lead, mais aproximado será o sentido pensado pelo autor da representação derivada pelo leitor” e diz que se o título não sintetizar o lead e o sentido global do texto ele está distorcido.

Gráfico 1 - Análise dos títulos das notícias



Fonte: Guilherme Dias (2019)

## 5.2 LEAD E PIRÂMIDE INVERTIDA

Diferentemente de outros gêneros de texto, a notícia dispensa introduções e é direta, começando pela parte mais relevante da informação e, por isso, convencionou-se a utilização do lead (ou lide), o primeiro parágrafo da notícia e tipicamente um parágrafo-tópico (LAGE, 2005, p. 73).

Quando bem construído, o texto pode garantir, já no primeiro parágrafo, as informações básicas que o leitor comumente espera encontrar em uma notícia. De posse desses elementos e conhecimentos anteriores, informações circunstanciais, crenças, atitudes e ideologias, que imediatamente associa aos fatos, será o leitor capaz de dar uma representação satisfatória à informação ou ao conjunto de informações que acabou de receber (COMASSETTO, 2003, p. 39).

Pena (2005, p. 42) descreve o lead como um “relato sintético do acontecimento logo no começo do texto, respondendo às perguntas básicas do leitor: o quê, quem, como, onde, quando e por quê.” Utilizando essa compreensão bem popular do conceito, foi observado se as notícias coletadas respondiam a essas seis perguntas em seu primeiro parágrafo. Teóricos como Lage (2005, p. 75-77) e Pena (2005, p. 44-48) discutem que existem dezenas de tipos diferentes de lead, cada um caracterizado por uma abordagem ou ordem de organização diferente desses itens, mas isso não foi considerado relevante para a nossa análise. Portanto, na categoria lead, as publicações foram divididas apenas em “adequado”, caso tivessem respondido às seis perguntas e “não adequado”, caso não respondessem a algumas das perguntas no primeiro parágrafo, ou não apresentasse lead algum.

Nesse categoria, a taxa de avaliações adequadas foi dramaticamente inferior à categoria do título. Apenas 22,2% dos textos do Voxel trouxeram um primeiro parágrafo que respondesse às perguntas do lead, enquanto somente 16,6% das notícias do IGN Brasil continham um lead adequado. A situação mais comum era a de iniciar o texto como uma redação, contextualizando o assunto primeiro invés de deixar explicações complementares para o final, ou simplesmente tentando se aproximar do leitor começando com frases como “Quem joga online com certeza já encontrou...”. A função do lead, no entanto, é claramente diferente.

[...] O lide prima pela objetividade e tem como principal função resumir, no primeiro parágrafo de uma matéria, a essência da informação,

respondendo às seis perguntas: “Quem?”, “O quê?”, “Quando?”, “Onde?”, “Como?” e “Por quê?”. Vale lembrar que, em inglês, *lead* significa “conduzir”, o que mostra que, mais do que um resumo da matéria, para quem estiver com pressa de ler, o lide deve servir como fio condutor da narrativa jornalística (RECH, 2018, p. 27).

No caso do *The Enemy*, a taxa de leads não adequados foi a maior — em 88,8% das notícias —, mas por situações geralmente diferentes em relação aos outros veículos. Todos os textos analisados do *The Enemy* se iniciavam de forma objetiva, trazendo as informações mais importantes sem rodeios, porém nunca completavam o lead porque: 1) deixavam de responder às perguntas “onde” e “quando”, usualmente ligadas a uma declaração ou anúncio de uma fonte oficial; 2) criavam parágrafos de uma única oração, deixando às respostas para as sentenças seguintes. Enquanto a primeira situação ocorreu em casos onde os redatores deixavam de mencionar, por exemplo, que a informação foi dada no Twitter oficial da empresa, a segunda tinha mais a ver com a formatação de texto utilizada no site. É verdade que a disposição de parágrafos no texto para internet utiliza regras diferentes do texto impresso, mas Bozza (2018, p. 191) orienta que, ainda que parágrafos longos provoquem desconforto, parágrafos muito curtos cansam por causar a percepção de conteúdos fragmentados.

O ideal é utilizar parágrafos com 40 a 60 palavras, o equivalente a duas ou três frases. Esses parágrafos devem destacar a mesma ideia sintetizada nas frases. Não se podem construir frases desconexas. Além disso, é preciso criar uma hierarquia de informações (BOZZA, 2018, p. 191)

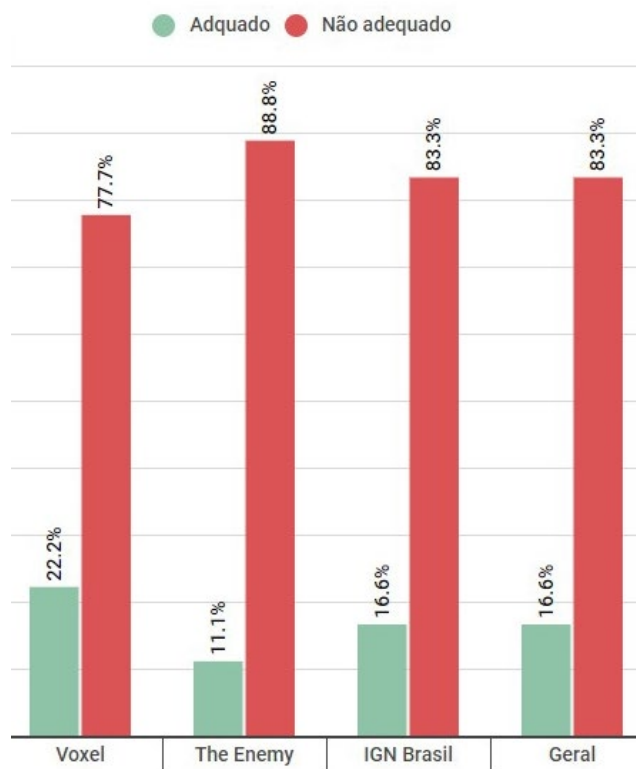
Além de resumir o principal da notícia no primeiro parágrafo, também parte do lead a estrutura de texto baseada na técnica conhecida por pirâmide invertida. Mandatória em notícias do jornalismo tradicional impresso, a pirâmide invertida

Consiste em um relato que prioriza não a sequência cronológica dos fatos, mas escala em ordem decrescente os elementos mais importantes, na verdade, os essenciais, em uma montagem que os hierarquiza de modo a apresentar inicialmente os mais atraentes, terminando por aqueles de menor apelo” (PENA, 2005, p. 48).

Com o processo de profissionalização do jornalismo, que ganhou força a partir do início do século XX, com especial influência dos Estados Unidos, foi sendo estabelecida a lógica da pirâmide invertida, no qual o texto começa com as informações mais importantes e termina com as menos relevantes no contexto enfocado (RECH, 2018, p. 27).

Apesar de o uso dessa técnica não ter sido incluída nas categorias de nossa análise, vale mencionar que ela impõe uma estrutura nos acontecimentos (TRAQUINA, 2008, p. 47). Com a ausência do lead na maior parte das notícias analisadas, consequentemente esteve ausente a aplicação da pirâmide invertida.

Gráfico 2 - Análise do uso de lead nas notícias



Fonte: Guilherme Dias (2019)

### 5.3 ASPECTOS DO TEXTO

Tendo em vista que a amostragem coletada para este trabalho conta com mais de 50 publicações, não seria possível analisar totalmente concreta e definitiva algo tão cheio de nuances quanto o texto noticioso. Alguns textos são mais completos, outros deixam a desejar no volume de informações. Alguns são apresentados numa estrutura mais inteligente, outros são demasiadamente assimétricos em sua estrutura. Alguns apenas trazem coisas que não são exatamente “erradas”, mas poderiam ser “melhores”. Existe a questão do estilo, do formato e vários outros itens que poderiam ser analisados e discutidos. Portanto, buscando diminuir o espaço para a subjetividade, foram estabelecidas categorias mais objetivas para classificar essas notícias. O texto das notícias será analisado

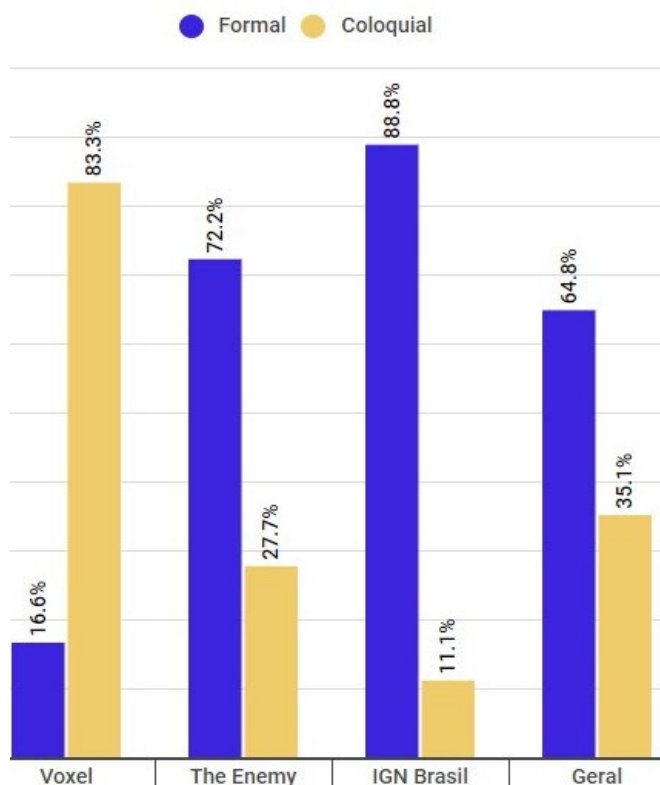
com esses princípios em vista, mas também buscando por potenciais particularidades do webjornalismo de games.

A primeira delas, a linguagem, diz respeito ao teor da apresentação do texto. Sobre o ciberjornalismo, Rech (2018, p. 190) explica que “a linguagem segue diferenciada, menos coloquial do que no audiovisual, mas caracterizada pelo emprego de frases curtas e quebradas para terem maior efetividade no processo comunicacional”. Desse modo, na análise da linguagem foram consideradas as alternativas “formal” e “coloquial”, cada uma com suas características mas sem o peso de adequação das categorias anteriores, uma vez que é comum neste meio uma abordagem mais espontânea e com figuras de linguagem contemporâneas.

Hoje o texto produzido para *web* costuma ter as mesmas características daquele convencional presente no impresso, ou seja, trata-se de um relato com começo, meio e fim, pautado pela narrativa jornalística, que começa com o lide e termina com uma conclusão. A linguagem intermediária, que fica entre o rebuscamento formal e a coloquialidade, também deve ser observada (RECH, 2018, p. 189).

Entre os três veículos, o Voxel foi o que apresentou a maior taxa de textos com linguagem coloquial. 77,7% das notícias traziam expressões do dia a dia, muitas vezes tentando interagir com o leitor em um tratamento “amigável”. O The Enemy com 72,2% de textos formais e o IGN Brasil com 88,8% de textos formais, de modo geral, usaram uma aproximação da notícia mais tradicional, sem muito espaço para espontaneidade. Apesar de o coloquial ser frequentemente usado em textos para *web*, Bozza (2018, p.192) alerta para que não se abdique das regras básicas da língua portuguesa para que os vícios de linguagem não se tornem comuns na redação *web*.

Gráfico 3 - Análise da linguagem das notícias



Fonte: Guilherme Dias (2019)

Ainda a respeito da informalidade, outra categoria de avaliação observou o uso de humor ou irreverência nessas notícias. Entretanto, nenhuma das 54 notícias analisadas apresentou qualquer tipo de abordagem cômica em relação aos assuntos tratados, por mais que várias delas trouxessem um texto de teor leve e casual, como dito anteriormente. A hipótese foi explorada com base no histórico da cobertura de *games*, como visto no capítulo 3 deste trabalho, e tomando por base outros formatos como vídeos de conteúdo sobre *games* destes mesmos veículos, nos quais a irreverência se faz presente.

Para escrever notícias, faz-se vital também o bom domínio da língua portuguesa, em aspectos básicos como ortografia, mas também na articulação do texto. A produção textual para a *web* está caracterizada pela rapidez e imediatismo, porém é importante não deixar que a agilidade seja confundida com pressa e, consequentemente, afete a qualidade gramatical do trabalho.

[...] Em tempos de internet, é preciso ser ágil, mais do que nunca, porém a pressa deve ser evitada a qualquer custo, sob pena de se veicular um material mal escrito e que não vai chamar a atenção do principal interessado: o leitor (RECH, 2018, p. 209).

Na categoria da análise correspondente aos erros gramaticais — que compreendem ortografia, concordância, acentuação, pontuação etc. —, a porcentagem geral de textos problemáticos foi pequena, com o mais alto nível de incidências no Voxel, chegando aos 16,6% das publicações com erros. Ali foram encontrados alguns pequenos deslizes de digitação como “obketivo”, mas também erros de concordância como “bastantes diálogos”. Tanto The Enemy quanto IGN Brasil apresentam apenas 5,5% de notícias com falhas na gramática. Rech (2018, p. 208) frisa que “o cuidado na revisão de textos digitais deve ser redobrado, dada a agilidade com a qual são colocados no ar”.

Foi também verificada a presença de adjetivação, que é quando o repórter usa adjetivos para fazer juízo de valor sobre pessoas, coisas, situações etc. a partir de suas percepções pessoais.

Outro cuidado primordial em um texto noticioso deve ser com o uso de adjetivos que deem margem a interpretações diversas conforme o repertório de cada receptor. Sempre é importante ter em mente que, na comunicação jornalística, uma pessoa — em geral, o repórter — dirige-se a um grande número de receptores, de diferentes classes sociais e faixas etárias, mesmo que alguns veículos prezem por uma definição mais específica desse público-alvo (RECH, 2018, p.19)

Nesta categoria, o IGN Brasil foi o que se saiu melhor, com 100% dos textos livres de adjetivação. No The Enemy, foram encontrados adjetivos desnecessários em 11% dos textos, enquanto o Voxel apresentou 27,7% das notícias com adjetivação. Em relação ao Voxel, na publicação “Sony bloqueia compras digitais de usuário racista na PSN”, por exemplo, o texto estava carregado de paixão e da visão indignada do repórter frente ao ocorrido, como fica evidente no trecho: “Quem joga online com certeza já encontrou alguma figura patética que se diverte xingando os outros, falando coisas horríveis, de teor racista, homofóbico ou o que seja para mostrar que é uma pessoa horrível.” Ou no trecho: “Você pode achar que a atitude da empresa pode ter sido exagerada, mas aí você vê o que ele falou sobre isso e acaba achando que foi pouco.”

Como muitos elementos do jornalismo, existe discordância também na questão dos adjetivos. Enquanto manuais de redação como o da Folha de São Paulo (MANUAL, 2013) vão instruir que textos noticiosos devem ser sóbrios e descritivos — mesmo em situações dramáticas e cômicas —, teóricos como

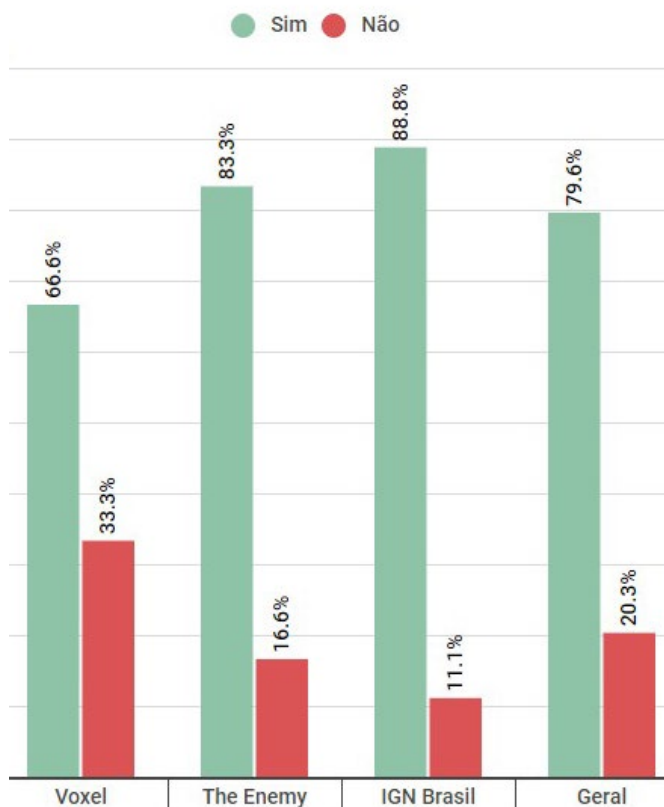
Miranda (2019) criticam a suposta pretensão à objetividade quando o jornalismo rejeita adjetivos: “Desconfiemos do jornalismo muito frio, que se apresenta como isento e objetivo e que classifica como suspeito o uso de adjetivos. Nunca foi isento e nunca será. Não existe jornalismo objetivo”. É válido lembrar que a crítica de Genro Filho (1987) acerca da pirâmide invertida toca em pontos semelhantes. Entretanto, não é o alvo desta pesquisa entrar em uma reflexão profunda sobre normas que estão mascarando relações de poder com suposta objetividade, mas a observação de técnicas consolidadas. Sendo assim, Bozza (2018, p.192) recomenda para os textos para internet: “A oração com adjetivação deve ser trocada pela nomenclatura adequada com vistas à concisão, ou seja, para reduzir a contextualização demasiada”.

O texto jornalístico precisa ser sempre claro e conciso para expor rapidamente o conteúdo ao leitor, além de evitar a prolixidade a fim de se aproximar da precisão (BOZZA, 2018, p. 180-181). Desta forma, a última categoria desta seção analisou o quão claros e concisos os textos coletados eram. Bozza (2018, p. 191) orienta que as orações do texto noticioso “precisam ser simples e curtas para orientar o leitor” e que é sempre recomendado verificar se um trecho longo pode ser dividido em dois. Nesse aspecto, apenas 11% das notícias do IGN Brasil apresentaram problemas, com o The Enemy logo atrás com 16,6% de textos carentes de clareza e concisão. O Voxel, no entanto, apresentou 33,3% de notícias problemáticas nesse aspecto, um terço da amostra coletada. Os incidentes envolviam desde publicações com informações mal organizadas — efeito colateral da dispensa do lead e pirâmide invertida — até excesso de texto em notícias que poderiam ser resumidas usando metade dos parágrafos.

Não se pode ter receio de cortar textos. É claro que não enfrentamos o dilema das redações impressas com caracteres definidos para diagramação, mas na web também precisamos compor textos enxutos (BOZZA, 2019, p. 192).

Em alguns casos, como da notícia “Vídeo de Marvel's Avengers traz mais detalhes da gameplay”, existia também complicações no tamanho dos parágrafos, que ora tinham duas linhas, ora tinham sete linhas. A clareza de um texto também implica na formatação do texto.

Gráfico 4 - Análise da clareza e concisão nas notícias



Fonte: Guilherme Dias (2019)

#### 5.4 FONTE DE INFORMAÇÃO

As empresas de desenvolvimento de *games* no Brasil são menores e menos numerosas em comparação aos polos de grandes estúdios e publicadoras como América do Norte, Ásia Oriental e Europa (R7, 2015). Por essa distância geográfica das fontes oficiais, grande parte das notícias produzidas e postadas por veículos brasileiros, em vez de serem frutos de um contato direto com a fonte, acabam chegando por outros meios. A fim de entender a origem da informação, por meio da qual foi redigida a notícia, uma das categorias investigadas na análise foi a fonte. Além da questão das particularidades da especialização de *games*, o próprio ciberjornalismo já tem seus próprios problemas com a questão de avaliar fontes e checar informações.

Os profissionais ciberjornalistas responsáveis por levar informação com qualidade precisam tomar alguns cuidados. Assim, a adoção de critérios de validação de fontes, dados obtidos e comparação é fundamental no

processo de construção de conteúdos jornalísticos para a *web*. É necessário assegurar com rigor a veracidade das informações levantadas. Não se deve ter receio de recorrer a dicionários, manuais estilísticos, textos da área de redação e fontes de informação especializada. Conforme aponta Tejedor Calvo (2010, p. 21, tradução nossa), é normal o ciberusuário “averiguar por sua conta a informação, mas encontrar grandes dificuldades em saber reconhecer a validade das fontes”. Dessa forma, o ciberjornalista deve levar com precisão a informação ao público consumidor.” (BOZZA, 2018, p. 157 e 158)

Durante a análise, essa categoria apenas verificava a fonte usada e registrava. Foram encontradas cinco classes de fontes e mais a situação “fonte não divulgada ou não creditada”. A mais evidente foi a reprodução creditada. Neste caso, assim como o jornalismo tradicional credita informações obtidas por agências de notícias ou em furos de reportagem exclusivos de outros veículos — como os vazamentos do The Intercept sobre a Lava Jato —, a notícia reporta as descobertas de terceiros na abordagem do próprio veículo. 66,6% das notícias do Voxel se enquadraram nessa classe de fonte; 34,4% do The Enemy; 27,7% do IGN Brasil.

Outra origem de informação muito usada nessas notícias foi a dos perfis oficiais *online* das publicadoras, desenvolvedoras e personalidades. Isso inclui declarações feitas pelo Twitter, trailers publicados no YouTube, atualizações feitas em blogs, etc. Os veículos ficam atentos a essas páginas diariamente e, assim como um comunicado de imprensa, eles escrevem suas notícias com base nas informações obtidas ali. Essa prática foi encontrada em 22,2% dos textos do Voxel, 27,7% dos textos do The Enemy e 16,6% dos textos do IGN Brasil. Ainda sobre o comunicado de imprensa (ou *press release*), uma única notícia (5,5%) entre as selecionadas utilizou esse tipo de fonte de informação. A publicação foi “Emicida dublará Ekko em nova skin de League of Legends”, do The Enemy.

Ainda foram encontradas 5,5% de notícias cuja fonte foi a análise de dados no Voxel e no IGN Brasil. No Voxel, por exemplo, o texto “PS4 chega a 96.8 milhões de unidades vendidas mundialmente” foi escrito com base em um relatório financeiro publicado pela Sony, que é a fabricante do console PlayStation 4.

O IGN Brasil destacou-se com uma situação particular na categoria das fontes de informação. O veículo é uma filial nacional de uma marca internacional e, desta forma, 38,8% das notícias coletadas revelaram-se traduções de notícias publicadas horas antes pelo IGN dos Estados Unidos.

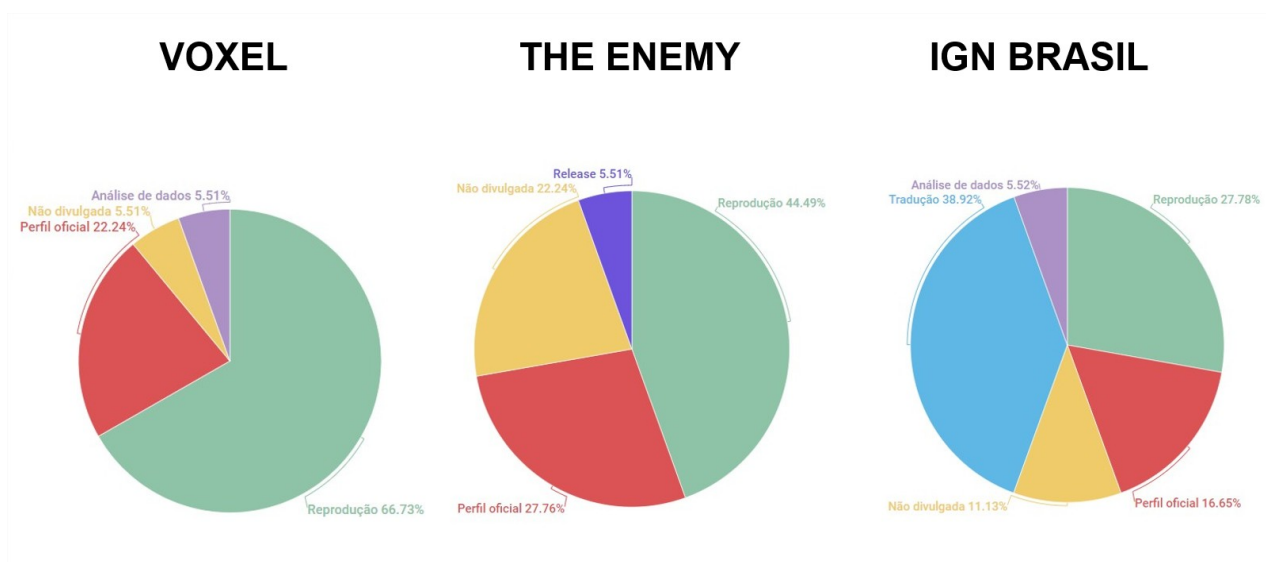
Além dessas classes de fonte, também foram encontradas diversas notícias cuja fonte não foi divulgada ou creditada. 5,5% no Voxel, 11,1% no IGN Brasil e 22,2% no The Enemy.

As fontes de informação *online* usadas no conteúdo informativo, a exemplo de *blogs*, *sites*, portais, redes sociais digitais ou outros canais disponíveis, precisam ser sempre referenciadas ao ciberusuário. É preciso indicar o cibermeio e criar um *hiperlink* para uma página externa ao do conteúdo exibido (BOZZA, 2018, p. 160).

Contudo, 100% dos textos de todos os veículos estavam devidamente assinados. Mesmo o Voxel, que utiliza freelancers para a produção de notícias diárias — identificados no cabeçalho das publicações como “Nexperts” —, possuía o nome de todos os redatores envolvidos.

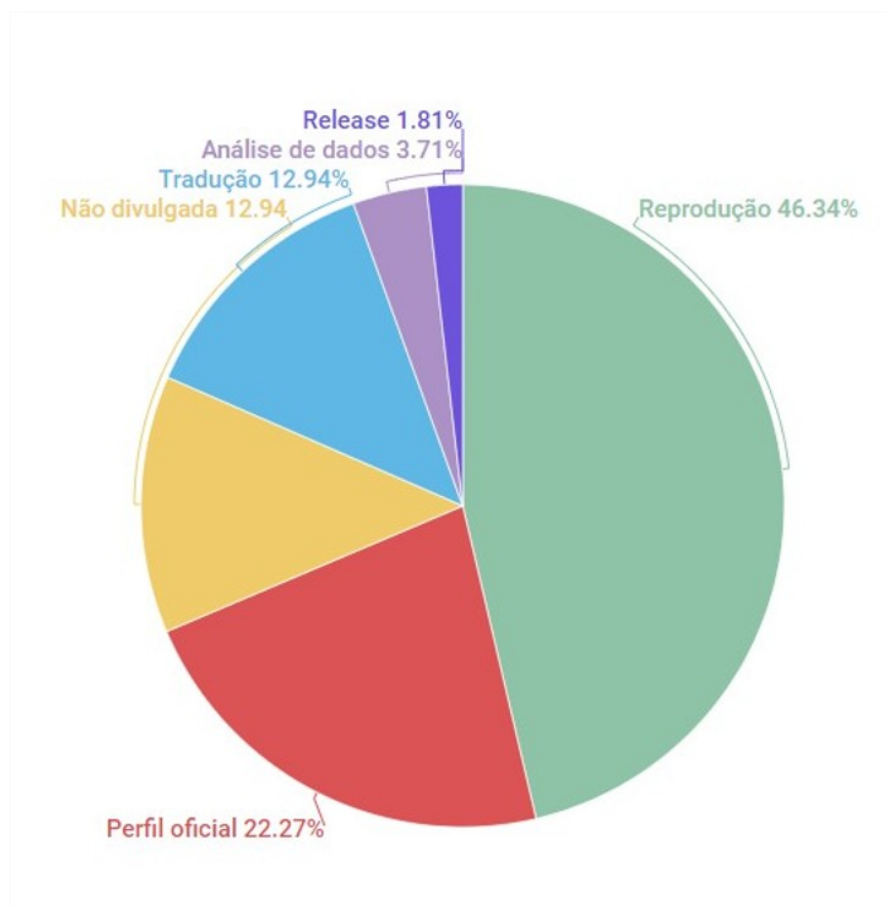
Usar referências de fontes é credenciar a informação recebida. Ao escrever uma notícia, o jornalista deve exigir que seus créditos apareçam. No caso de um estagiário, a sugestão é mencionar, pelo menos no pé do texto, que o material foi produzido por ele sob a supervisão de um profissional ciberjornalista da redação. Essa é a melhor forma de credibilizar um conteúdo produzido e que demandou tempo de apuração jornalística. Para tanto, ao profissional da comunicação digital cabe analisar as fontes de informação confiáveis (BOZZA, 2018, p. 158).

Gráfico 5 - Análise da fonte de informação de cada veículo



Fonte: Guilherme Dias (2019)

Gráfico 6 - Análise da fonte de informação das notícias no total



Fonte: Guilherme Dias (2019)

## 5.5 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Fica claro que, mesmo se tratando de veículos de uma mesma especialização — e frequentemente cobrindo as mesmas notícias —, existem diferenças de técnicas critérios e linha editorial entre os três *sites*. Enquanto o The Enemy e IGN Brasil parecem mais diretos e objetivos na abordagem das informações, o Voxel aproxima-se do leitor com uma linguagem mais amigável — ao custo de abandonar várias técnicas consideradas importantes na redação jornalística. O Voxel apresentou a maior taxa de títulos não adequados, de adjetivação, de erros gramaticais e de problemas com clareza e concisão.

De forma geral, os *sites* parecem dominar a criação de títulos funcionais sem cair em sensacionalismo ou *clickbait*. 88,8% do total de notícias apresentaram títulos adequados às regras. Por outro lado, seja pelo formato online, pelo tema ligado a entretenimento e descontração ou por pura falta de técnica, os três veículos

apresentaram uma taxa muito baixa de sucesso com os leads. Apenas 16,6% das notícias respondiam às seis perguntas essenciais (o quê, quem, como, onde, quando e por quê) em seu primeiro parágrafo. Há teóricos que defendam a existência de uma estrutura diferenciada para notícias na *web*, chamada de “pirâmide deitada” em vez da tradicional pirâmide invertida. Esse paradigma sugere uma estrutura de notícia em que “o leitor pode abandonar a leitura a qualquer momento sem perder o fio da história” enquanto segue apenas um dos eixos de leitura na notícia (CANAVILHAS, 2006). Porém, mesmo a pirâmide deitada começa pelo lead em sua chamada “Unidade Base”. O lead é importante justamente porque ele é que “hierarquiza a história” (RECH, 2018, p. 28).

Surpreendentemente, entre os três veículos, nenhuma das notícias continha traços de irreverência, humor ou comentários jocosos — apesar de algumas expressões de linguagem contemporâneas e tentativas de “aproximação” do leitor. A linguagem formal ainda predomina em 64,8% das notícias selecionadas (quase dois terços), uma porcentagem razoável para notícias publicadas na internet. Enquanto a taxa de textos com adjetivação poderia ser menor, 12,9%, o padrão gramático entre os três veículos estava alto com apenas 9,2% das notícias selecionadas apresentando erros. Como consequência da falta de lead como padrão, a estrutura de muitos textos foi afetada. Em diversas situações a quantidade de parágrafos poderia ser reduzida visando mais clareza e concisão. 20,3% das publicações pecavam pelo excesso de texto ou falta de inteligibilidade.

Quanto às fontes, sobre as quais a maior representação estava na reprodução de publicações de outros veículos (42,2% do total das notícias), é válido mencionar que a taxa de 22,2% de informações vindas de perfis oficiais *online* é uma forma de acesso a fontes confiáveis. Contudo, os 12,9% de textos sem fonte creditada ou divulgada é uma taxa que poderia cair. E, apesar de esta pequena amostragem de notícias para este trabalho apenas terem apresentado cinco tipos de origem da informação, o jornalismo de *games* dispõe de diversas delas, incluindo entrevistas e depoimentos, cobertura *in loco* de eventos, *insiders* (informantes) que entregam vazamentos etc.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisar os maiores *sites* do Brasil de cobertura jornalística especializada em *games* teve como objetivo entender como se faziam presentes as técnicas e do jornalismo nesse meio. Após observar por meios quantitativos e qualitativos alguns dos elementos mais importantes na construção das notícias nesses veículos, percebeu-se que, mesmo com certos *insights*, os textos noticiosos trazem consigo muitos nuances e particularidades que renderiam dezenas de outras pesquisas. Elementos como gravata (também conhecido por “linha fina”) ou disposição das imagens, ou mesmo a maneira que os veículos citam as entrevistas e declarações no corpo do texto sequer foram avaliados.

Tal como considerado nas hipóteses, parte do material coletado refletiu uma linguagem mais leve e dinâmica para comunicar a um público específico e mesmo em veículos mais proeminentes alguns aspectos das técnicas de redação jornalística foram deixados de lado. Apesar de não ter sido possível levantar dados conclusivos sobre os redatores das notícias, percebeu-se que, pelo menos no caso do Voxel, boa parte deles era freelancer — tal como identificado nos cabeçalhos das notícias. O pesquisador também tinha a intenção de colocar dados relacionados ao currículo dos repórteres para fazer estimativas de experiência acadêmica e profissional, mas não encontrou dados em perfis públicos de todos eles em redes como LinkedIn e Facebook. No entanto, foi notado que, apesar de vários redatores terem se graduado em jornalismo e trabalhado em mais de um veículo, um número relevante era formado ou estava em formação em Letras.

Mesmo durante a rotina ágil que caracteriza a produção de textos para a *web*, a grande maioria dos textos contavam com boa gramática, evitavam excessos e transmitiam a informação. Do mesmo modo, foram poucos os títulos que apresentaram problemas, uma evidência de que, seja por técnica ou observação de padrões, os profissionais da área sabem resumir a notícia de forma eficiente no título. Afinal, “sem título atraente, o leitor não chega sequer ao lead” (BURNETT In: Comassetto, 2003 p. 39) Por outro lado, a falta de domínio do lead — ou de interesse em utilizá-lo — foi predominante nos três veículos. A percepção foi de que isso prejudicou a organização das informações, impedindo os textos de darem a notícia de forma mais eficiente, uma vez que ele deveria ser “prioridade no processo informativo” (RECH, 2018, p. 107).

Ainda que a cobertura de *videogames* esteja no campo de amenidades e entretenimento, é preciso ter sério compromisso com o tema. Como observa LAGE (2005, p. 151), o público que consome informação de uma especialização jornalística é exigente e “erros são perigosos, desvios de conduta são punidos com rigor por esses leitores e, mais cedo ou mais tarde, pelos outros”. Enquanto esses sites analisados apresentam uma considerável evolução em relação às primeiras iniciativas de jornalismo especializado em *games* vistas no capítulo 3, o processo de profissionalização precisa continuar.

## REFERÊNCIAS

1º DE ABRIL, dois anos de Baixaki Jogos... e não é mentira não! Baixaki Jogos, 2009. Disponível em: <[https://www.voxel.com.br/especiais/1-de-abril-dois-anos-de-baixaki-jogos.-e-nao-e-mentira-nao\\_168635.htm](https://www.voxel.com.br/especiais/1-de-abril-dois-anos-de-baixaki-jogos.-e-nao-e-mentira-nao_168635.htm)>. Acesso em: 27/11/2019.

A SEMANA EM AÇÃO: Games. n. 1, 1990. Disponível em: <[http://files.datasette.org/revistas/acao\\_games\\_a1.pdf](http://files.datasette.org/revistas/acao_games_a1.pdf)>. Acesso em: 24/11/18.

ABIAHY, Ana C. de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da Informação**. 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiah-ana-jornalismo-especializado.pdf>>. Acesso em: 28/11/2018.

AMARAL, L. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.

ARAUJO, Bruno. O GameSpot Brasil chegou! Gamespot Brasil, 2018. Disponível em: <<http://www.gamespot.com.br/featured/o-gamespot-brasil-chegou/>>. Acesso em 27/11/2019.

ATARI: Game Over. Zak Penn. **Fuel Entertainment USA**, 2014. Tipo do material (66 minutos). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wgYt8B78a2k>>. Acesso em: 19/04/2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOAVENTURA, João Pedro. Serebii Confirmed: Furos Jornalísticos na Imprensa de Games. XIII SBGames, São Paulo: 2014. 7 páginas. Disponível em: <[http://www.sbgames.org/sbgames2014/app/webroot/files/papers/culture/full/Cult\\_Full\\_Serebii%20Confirmed.pdf](http://www.sbgames.org/sbgames2014/app/webroot/files/papers/culture/full/Cult_Full_Serebii%20Confirmed.pdf)>. Acesso em: 24/04/2018.

BOAVENTURA, João Pedro Balakdjian. O Jornalismo de games e a cultura do Hype como estratégia de venda. XV SBGames, São Paulo: 2016. 7 páginas. Disponível em: <<http://www.sbgames.org/sbgames2016/downloads/anais/157265.pdf>>. Acesso em: 24/04/2018.

BOZZA, Gabriel. Redação ciberjornalística: teoria e prática na comunicação digital. Curitiba: Intersaberes, 2018.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Covilhã, Portugal: Biblioteca on-line de ciências da comunicação, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramideinvertida.pdf>>. Acesso em: 28/11/2019.

CLOTH MAP. Brazil's Video Game Gray Markets. 2017. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=MU29Wqg\\_BVo](https://www.youtube.com/watch?v=MU29Wqg_BVo)>. Acesso em 01/10/2018.

CNN BUSINESS. FRUM, Larry. Pong! Atari marks 40 years of gaming. 2012. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2012/06/27/tech/gaming-gadgets/atari-anniversary/index.html>>.

COMASSETTO, Leandro Ramires. As razões do título e do lead: uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia. Concórdia: UnC, 2003. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/80216>>. Acesso em 17/11/2019.

COSTA JR, Antonio Araujo Costa. **O web jornalismo de games no Brasil:** análise comparada dos conteúdos especializados. 63 páginas. Monografia de graduação em jornalismo – Centro Universitário Internacional Uninter. Curitiba, 2013.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise do conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2009.

GABRIEL GOMES. Record mais uma vez falando mal de Vídeo Games 30 12 2012. YouTube. 2012. Disponível em: <<https://youtu.be/mGYTRWpFcsQ>>. Acesso em: 28/11/18.

GAMEPOWER, n. 1, 1992. Disponível em: <[http://files.datassette.org/revistas/gamepower\\_1.pdf](http://files.datassette.org/revistas/gamepower_1.pdf)>. Acesso em 28/11/2018.

GARRET, Marcus. **1983 + 1984:** Quando os *videogames* chegaram. 2ª edição. São Paulo, SP: Câmara Brasileira do Livro, 2016. Disponível em: <[http://file.datassette.org/livros/19831984\\_e\\_mais.pdf](http://file.datassette.org/livros/19831984_e_mais.pdf)>. Acesso em: 27/11/2019.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide:** para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

IGN Brasil. Carta ao Leitor do IGN Brasil. Disponível em: <<http://br.ign.com/ign-brasil-1/46486/editorial/carta-ao-leitor-do-ign-brasil>>. Acesso em: 24/04/2018.

IGN. In: WIKIPEDIA, the free free encyclopedia. Flórida: Wikimedia Foundation, 2019. Disponível em: <<https://en.wikipedia.org/wiki/IGN>>. Acesso em: 26/11/2019.

LAGE, Nilson. Estrutura da notícia. São Paulo: Ática, 2000.

LAGE, Nilson. Teoria e técnica do texto jornalístico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

JOGABILIDADE. Má Impressão: Semana em Ação - Especial Games nº01. YouTube. Produção de Caio Corraini. 2016. 8 min. Disponível em: <[https://youtu.be/1HF1\\_hNo9cQ](https://youtu.be/1HF1_hNo9cQ)>. Acesso em: 24/11/2018.

KOTAKU. TOTILO, Stephen. The Contemptible Games Journalist: Why So Many People Don't Trust The Gaming Press (And Why They're Sometimes Wrong). 2012. Disponível em: <<https://kotaku.com/5957810/the-contemptible-games->

journalist-why-so-many-people-dont-trust-the-gaming-press-and-why-theyre-sometimes-wrong>. Acesso em: 27/11/2018.

KOTAKU. FAHEY, Mike. 15 Flavors of Japanese Kit Kats: The Snacktaku Review. 2013. Disponível em: <<https://kotaku.com/5983276/15-flavors-of-japanese-kit-kats-the-snacktaku-review>>. Acesso em: 27/11/2018.

KOWERT, Rachel; QUANDT, Thorsten. **The Video Game Debate**: Unravelling the physical, social and psychological effects of video games. Routledge. 2015.

MANUAL da Redação: **Folha de S. Paulo**. 19ª ed. São Paulo: Publifolha, 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hackers Editora, 2000.

MIRANDA, Alvaro. O fetiche do jornalismo sem emoção que não usa adjetivos. GGN, 2019. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/artigos/o-fetiche-do-jornalismo-sem-emocao-que-nao-usa-adjetivos-por-alvaro-miranda/>>. Acesso em: 27/11/2019.

MIYAZAWA, Pablo. Chegamos! Seja bem-vindo ao IGN Brasil. **IGN Brasil**, 2015. Disponível em: <<https://br.ign.com/brasil/1749/feature/o-ign-brasil-chegou>>. Acesso em: 27/11/2019.

NINTENDO. Dedicated Video Games Sales Units. 2018. Disponível em: <[https://www.nintendo.co.jp/ir/en/finance/hard\\_soft/](https://www.nintendo.co.jp/ir/en/finance/hard_soft/)>. Acesso em: 01/10/ 2018.

NPD GROUP. New Report from The NPD Group Provides In-Depth View of Brazil's Gaming Population. 2015. Disponível em: <<https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2015/new-report-from-the-npd-group-provides-in-depth-view-of-brazils-gaming-population/>>. Acesso em: 28/11/2018.

O ESTADO DE S. PAULO. Record TV confunde videogame com teste para motorista de Donald Trump. 2017. Disponível em: <<https://emails.estadao.com.br/noticias/tv,record-tv-confunde-video-game-com-teste-para-motorista-de-donald-trump,70001656625>>. Acesso em: 28/11/2018.

ODYSSEY Aventura. n. 1, 1983. Disponível em: <<https://datassette.org/revistas/odyssey-aventura/odyssey-aventura-no-1>> Acesso em 24/11/2018.

ODYSSEY Aventura. n. 6, 1984. Disponível em: <<https://datassette.org/revistas/odyssey-aventura/odyssey-aventura-no-6>>. Acesso em 24/11/2018.

ODYSSEY Aventura. n. 7, 1984. Disponível em: <<https://datassette.org/revistas/odyssey-aventura/odyssey-aventura-no-7>> Acesso em 24/11/2018.

OLIVEIRA, Rodrigo R. Press Start Brasil: Uma jornada pelo jornalismo gamer brasileiro. WarpZone, 2017. Disponível em: <<http://warpzone.me/pressstartbrasil/>>. Acesso em: 19/04/2018.

PARSONS, Jeff. Video games are now bigger than music and movies combined. Metro, 2019. Disponível em: <<https://metro.co.uk/2019/01/03/video-games-now-popular-music-movies-combined-8304980/>>. Acesso em: 20/11/2019.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2ª Ed. São Paulo, SP: Contexto. 2008.

PORQUE a gente evolui: bem-vindo ao Voxel! **Voxel**, 2017. Disponível em: <[https://www.voxel.com.br/noticias/gente-evolui-vindo-voxel\\_831767.htm](https://www.voxel.com.br/noticias/gente-evolui-vindo-voxel_831767.htm)>. Acesso em: 27/11/2019.

PREPARE-SE: o Baixaki Jogos vai virar TecMundo Games. TecMundo, 2015. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/institucional/87396-prepare-baixaki-jogos-virar-tecmundo-games.htm>>. Acesso em: 27/11/2019.

R7. DESENVOLVIMENTO de games no Brasil cresce, mas ainda precisa de estímulo. 2015. Disponível em: <<https://esportes.r7.com/esports/jogos/desenvolvimento-de-games-no-brasil-cresce-mas-ainda-precisa-de-estimulo-10052019>>. Acesso em 23/11/2019.

R7. Domingo Espetacular mostra como *videogames* podem incitar violência em adolescentes. 2011. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/jovem/noticias/games-violentos-podem-servir-de-inspiracao-para-massacres-20110422.html>>. Acesso em: 05/11/2018.

RECH, Gisele Krodel. **Redação jornalística**: apontamentos para a produção de conteúdo. Curitiba: Intersaberes, 2018.

ROBERT GARCIA. Domingo Espetacular 24/04 REPORTAGEM - Atirador de Realengo jogava games violentos. YouTube. Disponível em: <<https://youtu.be/wqbfADtkVAc>>. Acesso em: 28/11/2018.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. 10ª edição. Brasília, DF: Brasiliense, 1995. STEAM começa a exibir preços em reais no Brasil. **UOL**. São Paulo, 2012. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2012/11/06/com-jogos-a-partir-de-r-xxx-steam-tem-novas-opcoes-de-pagamento-no-brasil.htm>>. Acesso em: 26/11/2019.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **O jornalismo especializado e a especialização periodística**. 2009. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>>. Acesso em: 28/11/2018.

THE GUARDIAN. STUART, Keith. Ten unmissable examples of New Games Journalism. 2005. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/technology/gamesblog/2005/mar/03/tenunmissable>>. Acesso em: 28/11/2018.

TIBÚRCIO, Matheus Rodrigues. **O jornalismo de games na internet brasileira**. 63 páginas. Monografia de graduação em jornalismo – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <<http://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/3720/1/MTib%C3%BArcio.pdf>>. Acesso em: 15/04/2018.

TORCEDORES. Pesquisa Game Brasil 2018 revela perfil dos jogadores brasileiros. 2018. Disponível em: <<https://www.torcedores.com/noticias/2018/05/pesquisa-game-brasil-2018-revela-perfil-dos-jogadores-brasileiros>>. Acesso em: 28/11/2018.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo — Vol. 1: Porque as notícias são como são**. 2ª Ed. Florianópolis, SC: Insular. 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo — Vol. 2: A tribo jornalística — Uma comunidade interpretativa transnacional**. 2ª Ed. Florianópolis, SC: Insular. 2008.

UOL JOGOS. História das revistas de *videogame*: Ação Games. YouTube. Produção de Claudio Prandoni e Théo Azevedo, 21 min. 2015a. Disponível em: <[https://youtu.be/zkodO\\_O\\_iEI](https://youtu.be/zkodO_O_iEI)>. Acesso em: 21/11/2018.

UOL JOGOS. História das revistas de *videogame*: Videogame. YouTube. Produção de Claudio Prandoni e Théo Azevedo, 20 min. 2015b. Disponível em: <<https://youtu.be/uyZPD3M8kWA>>. Acesso em: 21/11/2018.

VIDAL, Delcia Maria de Mattos. **Notícias de interesse público e de interesse do público: a possibilidade de convergência desses interesses**. 2010. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0420-1.pdf>>. Acesso em 28/11/2018.

VIDEO GAME SALES. PlayStation 2. 2018. Disponível em: <[http://vgsales.wikia.com/wiki/PlayStation\\_2](http://vgsales.wikia.com/wiki/PlayStation_2)>. Acesso em 01 de outubro de 2018.

VIDEO GAMES: O Filme. Produção: Jeremy Snead. Nova York: Variance Films, 2014. 1 DVD (101 minutos), son., color. Legendado. Port.

VIDEOGAME. n. 1, 1991. Disponível em: <[http://retroscans.org/scans/revistas/video\\_game/videogame\\_1.pdf](http://retroscans.org/scans/revistas/video_game/videogame_1.pdf)>. Acesso em: 27/11/2018.

VITOR JUNIOR. Globo Reporter - 1991 - A Febre Dos Video Games. YouTube. 27 min. 2012. Disponível em: < <https://youtu.be/rGnVka49eBA>>. Acesso em 28/11/2018.

VILCHES, Lorenzo. IN MORAES, Dênis (org.). **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

VOXEL. CHECKPOINT ESPECIAL Nº 1000 - com participações de Sarda, Soto Bello, Mari e Amoroso. YouTube. Produção de Guilherme Dias, 27 min. 2017. Disponível em: <<https://youtu.be/9SeEyrruApl>>. Acesso em: 27/11/2018.

We PC. 2018 Video Game Industry Statistics, Trends and Data. 2018. Disponível em: <<https://www.wepc.com/news/video-game-statistics/>>. Acesso em 01/10/2018.

WASHINGTON POST. OHLHEISER, Abby. PewDiePie is YouTube's most-subscribed channel. He's about to be dethroned. 2018. Disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/technology/2018/10/26/pewdiepie-is-youtubes-most-subscribed-channel-hes-about-be-dethroned/>>. Acesso em: 28/11/2018.

Xbox Brasil. Microsoft anuncia fabricação de consoles Xbox 360 no Brasil. 27 de setembro de 2011. Disponível em: <<https://www.facebook.com/notes/xbox-brasil/microsoft-anuncia-fabrica%C3%A7%C3%A3o-de-consoles-xbox-360-no-brasil/265709296794666/>>. Acesso em: 18/04/2018.

## **APÊNDICES**

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| <b>APÊNDICE A</b> – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 1..... | 52 |
| <b>APÊNDICE B</b> – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 2..... | 53 |
| <b>APÊNDICE C</b> – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 3..... | 54 |
| <b>APÊNDICE D</b> – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 4..... | 55 |
| <b>APÊNDICE E</b> – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 5..... | 56 |
| <b>APÊNDICE F</b> – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 6..... | 57 |

## APÊNDICE A – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 1

| A                       | B                                                                                                                                                                                                                                             | C                                                                                                                                                                                                                                                 | D                                                                                                                                                                             | E                                                                                                                                                               | F                                                                                                                                                                                       | G                                                                                                                                                                       | H                                                                                                                                                                         | I                                                                                                                                                                                               | J                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DIA E VEÍCULO           | SEG-VOX-1                                                                                                                                                                                                                                     | SEG-VOX-2                                                                                                                                                                                                                                         | SEG-VOX-3                                                                                                                                                                     | SEG-TE-1                                                                                                                                                        | SEG-TE-2                                                                                                                                                                                | SEG-TE-3                                                                                                                                                                | TER-IGN-1                                                                                                                                                                 | SEG-IGN-2                                                                                                                                                                                       | TER-IGN-3                                                                                                                                                                                             |
| NOTÍCIA                 | Overtaker 2. Via do Clares é desafiada em imagem do Rio de Janeiro                                                                                                                                                                            | Diablo IV é anunciado oficialmente e ganha trailer na Blizzcon 2019                                                                                                                                                                               | Nintendo Switch, número de vendas pode ultrapassar o clássico NES                                                                                                             | Kojima afirma que Kojima Productions fará filmes no futuro                                                                                                      | Diablo V tem inspiração em Jungti mo e H. P. Lovecraft                                                                                                                                  | DJ Alok será personagem jogável de Free Fire                                                                                                                            | Free Fire para DJ Alok como personagem do game                                                                                                                            | Estúdio de Heide Kojima vai produzir filmes                                                                                                                                                     | Blizzcon 2019: A Blizzard anuncia tráfego em Diablo Immortal                                                                                                                                          |
| TÍTULO                  | Adequado                                                                                                                                                                                                                                      | Adequado                                                                                                                                                                                                                                          | Adequado                                                                                                                                                                      | Adequado                                                                                                                                                        | Adequado                                                                                                                                                                                | Adequado                                                                                                                                                                | Adequado                                                                                                                                                                  | Adequado                                                                                                                                                                                        | Adequado                                                                                                                                                                                              |
| LEAD                    | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                  | Adequado                                                                                                                                                                                                                                          | Adequado                                                                                                                                                                      | Não adequado                                                                                                                                                    | Não adequado                                                                                                                                                                            | Não adequado                                                                                                                                                            | Adequado                                                                                                                                                                  | Adequado                                                                                                                                                                                        | Não adequado                                                                                                                                                                                          |
| PONTOS DE VALOR-NOTÍCIA | 4                                                                                                                                                                                                                                             | 5                                                                                                                                                                                                                                                 | 2                                                                                                                                                                             | 3                                                                                                                                                               | 2                                                                                                                                                                                       | 5                                                                                                                                                                       | 5                                                                                                                                                                         | 3                                                                                                                                                                                               | 3                                                                                                                                                                                                     |
| LINGUAGEM               | Coloquial                                                                                                                                                                                                                                     | Coloquial                                                                                                                                                                                                                                         | Formal                                                                                                                                                                        | Formal                                                                                                                                                          | Formal                                                                                                                                                                                  | Formal                                                                                                                                                                  | Formal                                                                                                                                                                    | Formal                                                                                                                                                                                          | Coloquial                                                                                                                                                                                             |
| IRREVERÊNCIA/HUMOR      | Não                                                                                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                             | Não                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                             | Não                                                                                                                                                                                                   |
| ERROS GRAMATICAIS       | Sim                                                                                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                             | Não                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                             | Não                                                                                                                                                                                                   |
| ADEQUAÇÃO               | Não                                                                                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                             | Sim                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                             | Não                                                                                                                                                                                                   |
| CLAREZA E CONCISSÃO     | Não                                                                                                                                                                                                                                           | Sim                                                                                                                                                                                                                                               | Sim                                                                                                                                                                           | Sim                                                                                                                                                             | Sim                                                                                                                                                                                     | Sim                                                                                                                                                                     | Sim                                                                                                                                                                       | Sim                                                                                                                                                                                             | Sim                                                                                                                                                                                                   |
| FONTE DE INFORMAÇÃO     | Reprodução                                                                                                                                                                                                                                    | Perfil oficial on-line                                                                                                                                                                                                                            | Reprodução                                                                                                                                                                    | Reprodução                                                                                                                                                      | Reprodução                                                                                                                                                                              | Perfil oficial on-line                                                                                                                                                  | Perfil oficial on-line                                                                                                                                                    | Fonte Tradução                                                                                                                                                                                  | Tradução                                                                                                                                                                                              |
| OBSERVAÇÕES             | Título: Dois pontos justificável segundo Bozza. Fonte: Inepik levava à publicação específica original apenas ao perfil que deu a informação.                                                                                                  | Fonte: Inepik do crédito não leva à publicação específica apenas ao perfil que deu a informação.                                                                                                                                                  | Fonte: utilizou múltiplas fontes e as credenciou adequadamente                                                                                                                | Lead não respondeu todas as perguntas básicas no primeiro parágrafo                                                                                             | Título: apesar de respeitar as regras propostas, não explica ao público quem são Jungti mo e H. P. Lovecraft e não diz quem confirmou esses insights                                    |                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                           | Fonte: apesar de opção pela tradução, também existia a opção da reprodução creditada uma vez que a entrevista, que foi a fonte de outros veículos, estava no YouTube                            |                                                                                                                                                                                                       |
| LINK                    | <a href="https://www.fox.com.br/noticias/diablo-iv-e-a-nova-aventura-de-santiga-claras-que-foi-lançada-no-rio-de-janeiro">https://www.fox.com.br/noticias/diablo-iv-e-a-nova-aventura-de-santiga-claras-que-foi-lançada-no-rio-de-janeiro</a> | <a href="https://www.uol.com.br/tecnologia/diablo-iv-e-a-nova-aventura-de-santiga-claras-que-foi-lançada-no-rio-de-janeiro">https://www.uol.com.br/tecnologia/diablo-iv-e-a-nova-aventura-de-santiga-claras-que-foi-lançada-no-rio-de-janeiro</a> | <a href="https://www.fox.com.br/noticias/nintendo-switch-pode-ultrapassar-o-classico-nes">https://www.fox.com.br/noticias/nintendo-switch-pode-ultrapassar-o-classico-nes</a> | <a href="https://www.fox.com.br/noticias/kojima-productions-fará-filmes-no-futuro">https://www.fox.com.br/noticias/kojima-productions-fará-filmes-no-futuro</a> | <a href="https://www.fox.com.br/noticias/diablo-v-tem-inspiracao-em-jungti-mo-e-h-p-lovecraft">https://www.fox.com.br/noticias/diablo-v-tem-inspiracao-em-jungti-mo-e-h-p-lovecraft</a> | <a href="https://www.fox.com.br/noticias/dj-alok-sera-personagem-jogavel-de-free-fire">https://www.fox.com.br/noticias/dj-alok-sera-personagem-jogavel-de-free-fire</a> | <a href="https://www.fox.com.br/noticias/free-fire-para-dj-alok-com-personagem-do-game">https://www.fox.com.br/noticias/free-fire-para-dj-alok-com-personagem-do-game</a> | <a href="https://www.fox.com.br/noticias/heide-kojima-criadora-de-diablo-iii-quer-produzir-filmes">https://www.fox.com.br/noticias/heide-kojima-criadora-de-diablo-iii-quer-produzir-filmes</a> | <a href="https://www.fox.com.br/noticias/blizzcon-2019-a-blizzard-anuncia-tráfego-em-diablo-immortal">https://www.fox.com.br/noticias/blizzcon-2019-a-blizzard-anuncia-tráfego-em-diablo-immortal</a> |

APÊNDICE B – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 2

| DIA E VEÍCULO           | TER-VOX-1                                                                                                                                                                                                                                           | TER-VOX-2                                                                                                                                                                                                                                               | TER-VOX-3                                                                                                                                                                                                   | TER-IE-1                                                                                                                                                                                                                    | TER-IE-2                                                                                                                                                                                                                    | TER-IE-3                                                                                                                                                                                                                    | TER-IGN-1                                                                                                                                                                                                                   | TER-IGN-2                                                                                                                                                                                                   | TER-IGN-3                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NOTÍCIA                 | Loja europeia lista The Last of Us 2 para antes do fim deste ano, veja data                                                                                                                                                                         | Sony Santa Monica ajuda colecionador de God of War a entrar no Guinness                                                                                                                                                                                 | Especialista de mercado diz que preço do PS5 pode ser somente US\$ 400                                                                                                                                      | Square Enix fará apresentação pré-E3 2019 no dia 10 de junho                                                                                                                                                                | Xbox Game Pass oferece assinatura trimestral por R\$ 1                                                                                                                                                                      | Cyberpunk 2077 já está 'bem diferente' da demo de E3 2018, diz CD Projekt                                                                                                                                                   | Square Enix anuncia data e horário de conferência na E3 2019                                                                                                                                                                | Game secreto de Stranger Things foi cancelado antes mesmo de ser anunciado                                                                                                                                  | Star Wars Jedi: Fallen Order não será um game curto, segundo diretor criativo                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                             |
| TÍTULO                  | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                        | Adequado                                                                                                                                                                                                                                                | Adequado                                                                                                                                                                                                    | Adequado                                                                                                                                                                                                                    | Adequado                                                                                                                                                                                                                    | Adequado                                                                                                                                                                                                                    | Adequado                                                                                                                                                                                                                    | Adequado                                                                                                                                                                                                    | Adequado                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                             |
| LEAD                    | Adequado                                                                                                                                                                                                                                            | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                            | Não adequado                                                                                                                                                                                                | Não adequado                                                                                                                                                                                                                | Não adequado                                                                                                                                                                                                                | Não adequado                                                                                                                                                                                                                | Adequado                                                                                                                                                                                                                    | Não adequado                                                                                                                                                                                                | Não adequado                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                             |
| PONTOS DE VALOR-NOTÍCIA | 3                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                                                                                                                                                                                                                                                       | 2                                                                                                                                                                                                           | 4                                                                                                                                                                                                                           | 4                                                                                                                                                                                                                           | 2                                                                                                                                                                                                                           | 4                                                                                                                                                                                                                           | 3                                                                                                                                                                                                           | 3                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                             |
| LINGUAGEM               | Coloquial                                                                                                                                                                                                                                           | Coloquial                                                                                                                                                                                                                                               | Formal                                                                                                                                                                                                      | Coloquial                                                                                                                                                                                                                   | Formal                                                                                                                                                                                                                      | Formal                                                                                                                                                                                                                      | Formal                                                                                                                                                                                                                      | Formal                                                                                                                                                                                                      | Formal                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                             |
| IRREVERÊNCIA/HUMOR      | Não                                                                                                                                                                                                                                                 | Não                                                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                             |
| ERROS GRAMÁTICAIS       | Não                                                                                                                                                                                                                                                 | Não                                                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Sim                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Sim                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                             |
| ADJETIVAÇÃO             | Não                                                                                                                                                                                                                                                 | Não                                                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                             |
| CLAREZA E CONSCIÇÃO     | Sim                                                                                                                                                                                                                                                 | Sim                                                                                                                                                                                                                                                     | Sim                                                                                                                                                                                                         | Sim                                                                                                                                                                                                                         | Sim                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                         | Sim                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                         | Sim                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                             |
| FONTE DE INFORMAÇÃO     | Não divulgada/credenciada                                                                                                                                                                                                                           | Perfil oficial on-line                                                                                                                                                                                                                                  | Reprodução                                                                                                                                                                                                  | Perfil oficial on-line                                                                                                                                                                                                      | Não divulgada/credenciada                                                                                                                                                                                                   | Reprodução                                                                                                                                                                                                                  | Perfil oficial on-line                                                                                                                                                                                                      | Reprodução                                                                                                                                                                                                  | Reprodução                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                             |
| OBSERVAÇÕES             | Título, usa ponto e vírgula sem necessidade para criar um cliquot. Fonte, informação veio de um vezamento disponível ao público                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                         | Lead responde o "quando" com "recentemente", em vez de informar a data da divulgação                                                                                                                        | Lead não responde todas as perguntas                                                                                                                                                                                        | Lead algumas informações das seis primeiras são respondidas no segundo parágrafo                                                                                                                                            | Clareza e concisão: há muitos trechos da entrevista original que poderiam ter sido citados diminuindo o texto e deixando a informação importante mais visível                                                               |                                                                                                                                                                                                                             | Clareza e concisão: o texto poderia ter ficado mais enxuto e com ementa para facilitar a leitura                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                             |
| LINK                    | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/loja-europeia-lista-the-last-of-us-2-antes-do-fim-deste-ano-veja-data-843027.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/loja-europeia-lista-the-last-of-us-2-antes-do-fim-deste-ano-veja-data-843027.htm</a> | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/sony-santa-monica-ajuda-colecionador-de-god-of-war-a-entrar-no-guinness-843011.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/sony-santa-monica-ajuda-colecionador-de-god-of-war-a-entrar-no-guinness-843011.htm</a> | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/especialista-mercado-diz-preco-ps5-somente-us-400-843045.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/especialista-mercado-diz-preco-ps5-somente-us-400-843045.htm</a> | <a href="https://www.theenemy.com.br/pt-br/3-2019/square-enix-fara-a-presentacao-pre-e3-2019-no-dia-10-de-junho">https://www.theenemy.com.br/pt-br/3-2019/square-enix-fara-a-presentacao-pre-e3-2019-no-dia-10-de-junho</a> | <a href="https://www.theenemy.com.br/pt-br/3-2019/square-enix-fara-a-presentacao-pre-e3-2019-no-dia-10-de-junho">https://www.theenemy.com.br/pt-br/3-2019/square-enix-fara-a-presentacao-pre-e3-2019-no-dia-10-de-junho</a> | <a href="https://www.theenemy.com.br/pt-br/3-2019/square-enix-fara-a-presentacao-pre-e3-2019-no-dia-10-de-junho">https://www.theenemy.com.br/pt-br/3-2019/square-enix-fara-a-presentacao-pre-e3-2019-no-dia-10-de-junho</a> | <a href="https://www.theenemy.com.br/pt-br/3-2019/square-enix-fara-a-presentacao-pre-e3-2019-no-dia-10-de-junho">https://www.theenemy.com.br/pt-br/3-2019/square-enix-fara-a-presentacao-pre-e3-2019-no-dia-10-de-junho</a> | <a href="https://br.cyberpunk2077/cyberpunk2077-ja-esta-bem-diferente-da-demo-de-e3-2018-diz-cd-projekt">https://br.cyberpunk2077/cyberpunk2077-ja-esta-bem-diferente-da-demo-de-e3-2018-diz-cd-projekt</a> | <a href="https://br.cyberpunk2077/cyberpunk2077-ja-esta-bem-diferente-da-demo-de-e3-2018-diz-cd-projekt">https://br.cyberpunk2077/cyberpunk2077-ja-esta-bem-diferente-da-demo-de-e3-2018-diz-cd-projekt</a> | <a href="https://br.cyberpunk2077/cyberpunk2077-ja-esta-bem-diferente-da-demo-de-e3-2018-diz-cd-projekt">https://br.cyberpunk2077/cyberpunk2077-ja-esta-bem-diferente-da-demo-de-e3-2018-diz-cd-projekt</a> |

APÊNDICE C – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 3

| A                       | B                                                                                                                                                                                                                           | C                                                                                                                                                                                                       | D                                                                                                                                                                                                         | E                                                                                                                                                                                                                                       | F                                                                                                                                                                                                                                                           | G                                                                                                                                                                                                                                                     | H                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | I                                                                                                                                                                                                                                                                       | J                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DIA E VEÍCULO           | QUA-VOX-1                                                                                                                                                                                                                   | QUA-VOX-2                                                                                                                                                                                               | QUA-VOX-3                                                                                                                                                                                                 | QUA-TE-1                                                                                                                                                                                                                                | QUA-TE-2                                                                                                                                                                                                                                                    | QUA-TE-3                                                                                                                                                                                                                                              | QUA-IGN-1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | QUA-IGN-2                                                                                                                                                                                                                                                               | QUA-IGN-3                                                                                                                                                                                                                                               |
| NOTÍCIA                 | Segundo analista, não será fácil prever vendas de Death Stranding                                                                                                                                                           | Tempo de tela de Keanu Reeves em Cyberpunk 2077 foi dobrado                                                                                                                                             | Platina de Star Wars: Jedi Fallen Order parece ser bem fácil                                                                                                                                              | Terry Bogard chega a Super Smash Bros. Ultimate nesta quarta-feira (05)                                                                                                                                                                 | Keanu Reeves gostou tanto de Cyberpunk 2077 que dobrou sua participação no jogo                                                                                                                                                                             | Super Smash Bros. Ultimate é o jogo de luta mais vendido de todos os tempos                                                                                                                                                                           | Red Dead Redemption 2, Os primeiros 22 minutos rodando no PC em 4K                                                                                                                                                                                                                                                        | Square Enix trabalha em jogo de ação para nova geração de videogames                                                                                                                                                                                                    | Após Death Stranding, Norman Reeves gostaria de aparecer em mais games                                                                                                                                                                                  |
| TÍTULO                  | Não adequado                                                                                                                                                                                                                | Adequado                                                                                                                                                                                                | Adequado                                                                                                                                                                                                  | Adequado                                                                                                                                                                                                                                | Adequado                                                                                                                                                                                                                                                    | Adequado                                                                                                                                                                                                                                              | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Adequado                                                                                                                                                                                                                                                                | Adequado                                                                                                                                                                                                                                                |
| LEAD                    | Não adequado                                                                                                                                                                                                                | Não adequado                                                                                                                                                                                            | Não adequado                                                                                                                                                                                              | Não adequado                                                                                                                                                                                                                            | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                                | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                          | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                                            | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                            |
| PONTOS DE VALOR-NOTÍCIA | 1                                                                                                                                                                                                                           | 2                                                                                                                                                                                                       | 2                                                                                                                                                                                                         | 3                                                                                                                                                                                                                                       | 2                                                                                                                                                                                                                                                           | 3                                                                                                                                                                                                                                                     | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 2                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2                                                                                                                                                                                                                                                       |
| LINGUAGEM               | Coloquial                                                                                                                                                                                                                   | Coloquial                                                                                                                                                                                               | Coloquial                                                                                                                                                                                                 | Formal                                                                                                                                                                                                                                  | Coloquial                                                                                                                                                                                                                                                   | Formal                                                                                                                                                                                                                                                | Coloquial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Formal                                                                                                                                                                                                                                                                  | Formal                                                                                                                                                                                                                                                  |
| IRREVERÊNCIA/HUMOR      | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                                                   | Não                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ERROS GRAMATICAIS       | Não                                                                                                                                                                                                                         | Sim                                                                                                                                                                                                     | Sim                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                                                   | Não                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ADJETIVAÇÃO             | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                                                   | Não                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                                                                     |
| CLAREZA E CONSIÇÃO      | Não                                                                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                       | Sim                                                                                                                                                                                                                                     | Sim                                                                                                                                                                                                                                                         | Sim                                                                                                                                                                                                                                                   | Sim                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Sim                                                                                                                                                                                                                                                                     | Sim                                                                                                                                                                                                                                                     |
| FONTE DE INFORMAÇÃO     | Reprodução                                                                                                                                                                                                                  | Reprodução                                                                                                                                                                                              | Reprodução                                                                                                                                                                                                | Perfil oficial <i>on-line</i>                                                                                                                                                                                                           | Reprodução                                                                                                                                                                                                                                                  | Não divulgada/creditada                                                                                                                                                                                                                               | Não divulgada/creditada                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Tradução                                                                                                                                                                                                                                                                | Reprodução                                                                                                                                                                                                                                              |
| OBSERVAÇÕES             | Título usa oração indireta. Clareza e consição. Frases desnecessariamente longas e primeiro e terceiro parágrafos não acrescentam nada ao texto                                                                             | Clareza e consição. Texto leva seis parágrafos para dizer algo que poderia ter sido explicado em três                                                                                                   | Clareza e consição. penúltimo parágrafo é confuso                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                       | A publicação deveria ser uma notícia dizendo que a desenvolvedora disponibilizou 22 minutos do jogo, com ao menos o lead, mas o título não apresenta oração na voz ativa e o texto se resume a uma introdução                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                         |
| LINK                    | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/segundo-analista-nao-e-cil-prever-vendas-death-stran-ding_846403.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/segundo-analista-nao-e-cil-prever-vendas-death-stran-ding_846403.htm</a> | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/tempo-de-tela-keanu-reeves-cyberpunk-2077-dobro_846404.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/tempo-de-tela-keanu-reeves-cyberpunk-2077-dobro_846404.htm</a> | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/platina-star-wars-jedi-fallen-order-parece-facil_846410.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/platina-star-wars-jedi-fallen-order-parece-facil_846410.htm</a> | <a href="https://www.theenemy.com.br/limiteando-terry-bogard-chega-a-super-smash-bros-ultima-le-nesta-quarta-feira-05">https://www.theenemy.com.br/limiteando-terry-bogard-chega-a-super-smash-bros-ultima-le-nesta-quarta-feira-05</a> | <a href="https://www.theenemy.com.br/keanu-reeves-gostou-muito-de-cyberpunk-2077-que-dobrou-sua-participacao-no-jogo_846402.htm">https://www.theenemy.com.br/keanu-reeves-gostou-muito-de-cyberpunk-2077-que-dobrou-sua-participacao-no-jogo_846402.htm</a> | <a href="https://www.theenemy.com.br/limiteando-super-smash-bros-ultimate-e-o-jogo-de-luta-mais-vendido-de-todos-os-1-empres">https://www.theenemy.com.br/limiteando-super-smash-bros-ultimate-e-o-jogo-de-luta-mais-vendido-de-todos-os-1-empres</a> | <a href="https://br.ign.com/red-dead-redemption-2-177835news-1-ed-dead-redemption-2-05-2018-e-entao-trabalha-em-jogo-de-ação-para-nova-geração-de-ví-deo-games">https://br.ign.com/red-dead-redemption-2-177835news-1-ed-dead-redemption-2-05-2018-e-entao-trabalha-em-jogo-de-ação-para-nova-geração-de-ví-deo-games</a> | <a href="https://br.ign.com/final-fantasy-7-rebirth-177812news-apos-death-stranding-norman-reeves-gostaria-de-apercecer-em-mais-games">https://br.ign.com/final-fantasy-7-rebirth-177812news-apos-death-stranding-norman-reeves-gostaria-de-apercecer-em-mais-games</a> | <a href="https://br.ign.com/death-stranding-177812news-apos-death-stranding-norman-reeves-gostaria-de-apercecer-em-mais-games">https://br.ign.com/death-stranding-177812news-apos-death-stranding-norman-reeves-gostaria-de-apercecer-em-mais-games</a> |



APÊNDICE E – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 5

| DIA E VEÍCULO           | SEX-VOX-1                                                                                                                                                                                                                     | SEX-VOX-2                                                                                                                                                                                         | SEX-VOX-3                                                                                                                                                                                           | SEX-TE-1                                                                                                                                                                                  | SEX-TE-2                                                                                                                                                                    | SEX-TE-3                                                                                                                                                                                                                          | SEX-IGN-1                                                                                                                                                                                               | SEX-IGN-2                                                                                                                                           | SEX-IGN-3                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NOTÍCIA                 | Melhorou? Novo visual do Sonic aparece em imagem vazada do filme                                                                                                                                                              | Blizzard divulga mais de 90 minutos de gameplay de Diablo 4                                                                                                                                       | Video de Marvel's Avengers traz mais detalhes da gameplay                                                                                                                                           | Emicida dublara Ekko em nova skin de League of Legends                                                                                                                                    | Capcom revelou personagem de Street Fighter em Mortal Kombat                                                                                                                | Nintendo não lançará novos mini consoles tão cedo. Indica Doug Bowser                                                                                                                                                             | GTA V supera 115 milhões de cópias vendidas                                                                                                                                                             | Himn 3 está 'bem encaminhado'                                                                                                                       | Call of Duty: Modern Warfare ganha dois novos mapas e um modo de jogo                                                                                                                                                                                                       |
| TÍTULO                  | Não adequado                                                                                                                                                                                                                  | Adequado                                                                                                                                                                                          | Adequado                                                                                                                                                                                            | Adequado                                                                                                                                                                                  | Adequado                                                                                                                                                                    | Adequado                                                                                                                                                                                                                          | Adequado                                                                                                                                                                                                | Adequado                                                                                                                                            | Adequado                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| LEAD                    | Não adequado                                                                                                                                                                                                                  | Não adequado                                                                                                                                                                                      | Não adequado                                                                                                                                                                                        | Não adequado                                                                                                                                                                              | Adequado                                                                                                                                                                    | Não adequado                                                                                                                                                                                                                      | Não adequado                                                                                                                                                                                            | Não adequado                                                                                                                                        | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                                                |
| PONTOS DE VALOR-NOTÍCIA | 3                                                                                                                                                                                                                             | 3                                                                                                                                                                                                 | 3                                                                                                                                                                                                   | 4                                                                                                                                                                                         | 2                                                                                                                                                                           | 3                                                                                                                                                                                                                                 | 2                                                                                                                                                                                                       | 3                                                                                                                                                   | 3                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| LINGUAGEM               | Coloquial                                                                                                                                                                                                                     | Coloquial                                                                                                                                                                                         | Coloquial                                                                                                                                                                                           | Formal                                                                                                                                                                                    | Formal                                                                                                                                                                      | Coloquial                                                                                                                                                                                                                         | Formal                                                                                                                                                                                                  | Formal                                                                                                                                              | Formal                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| IRREVERÊNCIA/HUMOR      | Não                                                                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                                                 | Não                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                 | Não                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ERROS GRAMATICAIS       | Não                                                                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                                                 | Não                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                 | Não                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ADJETIVAÇÃO             | Sim                                                                                                                                                                                                                           | Sim                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                                                 | Não                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                 | Não                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| CLAREZA E CONCISÃO      | Sim                                                                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                                                               | Sim                                                                                                                                                                                                 | Sim                                                                                                                                                                                       | Sim                                                                                                                                                                         | Não                                                                                                                                                                                                                               | Sim                                                                                                                                                                                                     | Sim                                                                                                                                                 | Sim                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| FONTE DE INFORMAÇÃO     | Reprodução                                                                                                                                                                                                                    | Reprodução                                                                                                                                                                                        | Perfil oficial on-line                                                                                                                                                                              | Comunicado de imprensa                                                                                                                                                                    | Reprodução                                                                                                                                                                  | Reprodução                                                                                                                                                                                                                        | Reprodução                                                                                                                                                                                              | Tradução                                                                                                                                            | Não divulgada/creditada                                                                                                                                                                                                                                                     |
| OBSERVAÇÕES             | TiNuc usa o ponto de interrogação desnecessariamente                                                                                                                                                                          | Clareza e concisão, segundo parágrafo é dispensável                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                             | Clareza e concisão, existe algumas repetições desnecessárias, o texto poderia ser mais conciso.                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| LINK                    | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/melhorou-novo-visual-sonic- aparece-imagem-vazada-do-filme_846441.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/melhorou-novo-visual-sonic- aparece-imagem-vazada-do-filme_846441.htm</a> | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/blizzard-divulga-90-min-gameplay-de-diablo-4_846429.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/blizzard-divulga-90-min-gameplay-de-diablo-4_846429.htm</a> | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/video-marvels-avengers-traz-detalhes-gameplay_846438.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/video-marvels-avengers-traz-detalhes-gameplay_846438.htm</a> | <a href="https://www.theenemy.com.br/pc/emicida-dublara-ekko-em-nova-skin-de-league-of-legends">https://www.theenemy.com.br/pc/emicida-dublara-ekko-em-nova-skin-de-league-of-legends</a> | <a href="https://www.theenemy.com.br/pc/crossover-mortal-kombat-street-fighter-revelado">https://www.theenemy.com.br/pc/crossover-mortal-kombat-street-fighter-revelado</a> | <a href="https://www.theenemy.com.br/nintendo/nintendo-nao-lancara-novos-mini-consoles-iao-cedo-indica-doug-bowser">https://www.theenemy.com.br/nintendo/nintendo-nao-lancara-novos-mini-consoles-iao-cedo-indica-doug-bowser</a> | <a href="https://br.ign.com/grand-theft-auto-v/77877/news/gta-v-supera-115-milhoes-de-copias-vendidas">https://br.ign.com/grand-theft-auto-v/77877/news/gta-v-supera-115-milhoes-de-copias-vendidas</a> | <a href="https://br.ign.com/himn-2-1/77874/news/himn-3-esta-bem-encaminhado">https://br.ign.com/himn-2-1/77874/news/himn-3-esta-bem-encaminhado</a> | <a href="https://br.ign.com/call-of-duty-modern-warfare/77866/news/call-of-duty-modern-warfare-ganha-dois-novos-mapas-e-um-modo-de-jogo">https://br.ign.com/call-of-duty-modern-warfare/77866/news/call-of-duty-modern-warfare-ganha-dois-novos-mapas-e-um-modo-de-jogo</a> |

APÊNDICE F – PLANILHA DE NOTÍCIAS DIA 6

| A                       | B                                                                                                                                                                                                                                         | C                                                                                                                                                                                                                               | D                                                                                                                                                                                                                                                     | E                                                                                                                                                                                                                                                             | F                                                                                                                                                                                                                       | G                                                                                                                                                                                                                 | H                                                                                                                                                                                                                                     | I                                                                                                                                                                                                                                         | J                                                                                                                                         |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DIA E VEÍCULO           | SAB-VOX-1                                                                                                                                                                                                                                 | SAB-VOX-2                                                                                                                                                                                                                       | SAB-VOX-3                                                                                                                                                                                                                                             | SAB-TE-1                                                                                                                                                                                                                                                      | SAB-TE-2                                                                                                                                                                                                                | SAB-TE-3                                                                                                                                                                                                          | SAB-IGN-1                                                                                                                                                                                                                             | SAB-IGN-2                                                                                                                                                                                                                                 | SAB-IGN-3                                                                                                                                 |
| NOTÍCIA                 | Começou a humilhação: jogador zera Sekiro com bonpós de Donkey Kong                                                                                                                                                                       | PS4 chega a 96,8 milhões de unidades vendidas mundialmente                                                                                                                                                                      | Star Wars: Jedi Fallen Order não terá campanhas ao de 5 horas, diz Respawn                                                                                                                                                                            | Update para VR diminui loadings de Zelda: Breath of the Wild e Mario Odyssey                                                                                                                                                                                  | PlayStation no Japão revela Dançantes e Metal Gear Survive como jogos da Plus                                                                                                                                           | Kingdom Hearts 3 vai ter episódio extra por DLC chamado Re:MIND                                                                                                                                                   | Games de PS4 e Xbox One estão com descontos de até 85%                                                                                                                                                                                | Death Stranding terá uma área secreta, segundo Hideo Kojima                                                                                                                                                                               | Layers of Fear 2 recebe data de lançamento                                                                                                |
| TÍTULO                  | Não adequado                                                                                                                                                                                                                              | Adequado                                                                                                                                                                                                                        | Adequado                                                                                                                                                                                                                                              | Adequado                                                                                                                                                                                                                                                      | Adequado                                                                                                                                                                                                                | Adequado                                                                                                                                                                                                          | Adequado                                                                                                                                                                                                                              | Adequado                                                                                                                                                                                                                                  | Adequado                                                                                                                                  |
| LEAD                    | Não adequado                                                                                                                                                                                                                              | Adequado                                                                                                                                                                                                                        | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                          | Não adequado                                                                                                                                                                                                                                                  | Não adequado                                                                                                                                                                                                            | Não adequado                                                                                                                                                                                                      | Não adequado                                                                                                                                                                                                                          | Não adequado                                                                                                                                                                                                                              | Não adequado                                                                                                                              |
| PONTOS DE VALOR-NOTÍCIA | 2                                                                                                                                                                                                                                         | 1                                                                                                                                                                                                                               | 3                                                                                                                                                                                                                                                     | 2                                                                                                                                                                                                                                                             | 4                                                                                                                                                                                                                       | 3                                                                                                                                                                                                                 | 3                                                                                                                                                                                                                                     | 2                                                                                                                                                                                                                                         | 2                                                                                                                                         |
| LINGUAGEM               | Coloquial                                                                                                                                                                                                                                 | Formal                                                                                                                                                                                                                          | Coloquial                                                                                                                                                                                                                                             | Formal                                                                                                                                                                                                                                                        | Formal                                                                                                                                                                                                                  | Formal                                                                                                                                                                                                            | Formal                                                                                                                                                                                                                                | Formal                                                                                                                                                                                                                                    | Formal                                                                                                                                    |
| IRREVERÊNCIA/HUMOR      | Não                                                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                                                             | Não                                                                                                                                                                                                                                                   | Não                                                                                                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                                                                                   | Não                                                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                       |
| ERROS GRAMATICAIS       | Não                                                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                                                             | Não                                                                                                                                                                                                                                                   | Não                                                                                                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                                                                                   | Não                                                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                       |
| ADJETIVAÇÃO             | Sim                                                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                                                                                                             | Não                                                                                                                                                                                                                                                   | Não                                                                                                                                                                                                                                                           | Não                                                                                                                                                                                                                     | Não                                                                                                                                                                                                               | Não                                                                                                                                                                                                                                   | Não                                                                                                                                                                                                                                       | Não                                                                                                                                       |
| CLAREZA E CONCISÃO      | Sim                                                                                                                                                                                                                                       | Sim                                                                                                                                                                                                                             | Sim                                                                                                                                                                                                                                                   | Sim                                                                                                                                                                                                                                                           | Sim                                                                                                                                                                                                                     | Sim                                                                                                                                                                                                               | Sim                                                                                                                                                                                                                                   | Sim                                                                                                                                                                                                                                       | Sim                                                                                                                                       |
| FONTE DE INFORMAÇÃO     | Reprodução                                                                                                                                                                                                                                | Análise de dados                                                                                                                                                                                                                | Reprodução                                                                                                                                                                                                                                            | Reprodução                                                                                                                                                                                                                                                    | Não divulgada/creditada                                                                                                                                                                                                 | Não divulgada/creditada                                                                                                                                                                                           | Análise de dados                                                                                                                                                                                                                      | Reprodução                                                                                                                                                                                                                                | Perfil oficial on-line                                                                                                                    |
| OBSERVAÇÕES             |                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                           |
| LINK                    | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/comecou-humilhacao-jogador-zera-sekiro-com-bonpos-de-donkey-kong-843110.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/comecou-humilhacao-jogador-zera-sekiro-com-bonpos-de-donkey-kong-843110.htm</a> | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/ps4-chega-96-8-milhoes-unidades-vendidas-mundialmente-843106-43068.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/ps4-chega-96-8-milhoes-unidades-vendidas-mundialmente-843106-43068.htm</a> | <a href="https://www.voxel.com.br/noticias/star-wars-jedi-fallen-order-nao-tera-campanhas-nao-5-horas-diz-respawn-843068.htm">https://www.voxel.com.br/noticias/star-wars-jedi-fallen-order-nao-tera-campanhas-nao-5-horas-diz-respawn-843068.htm</a> | <a href="https://www.theanmy.com.br/entrevista-updates-para-trailers-mulheres-heróis-de-zelda-brasil-of-the-wild-e-mario-odyssey">https://www.theanmy.com.br/entrevista-updates-para-trailers-mulheres-heróis-de-zelda-brasil-of-the-wild-e-mario-odyssey</a> | <a href="https://www.theanmy.com.br/playstation-japao-revela-dançantes-e-metal-gear-survive-com-jogos-da-plus">https://www.theanmy.com.br/playstation-japao-revela-dançantes-e-metal-gear-survive-com-jogos-da-plus</a> | <a href="https://www.theanmy.com.br/playstation-kingdom-hearts-3-va-ter-episodio-extra-dlc-chamado-re-mind">https://www.theanmy.com.br/playstation-kingdom-hearts-3-va-ter-episodio-extra-dlc-chamado-re-mind</a> | <a href="https://br.ign.com/decontos/728359/news/games-de-ps4-e-xbox-one-estao-com-descontos-de-ate-85-gms-de-ate-85">https://br.ign.com/decontos/728359/news/games-de-ps4-e-xbox-one-estao-com-descontos-de-ate-85-gms-de-ate-85</a> | <a href="https://br.ign.com/death-stranding-ps4/2025/news/death-stranding-tera-uma-area-secreta-2-segundo-hideo-kojima">https://br.ign.com/death-stranding-ps4/2025/news/death-stranding-tera-uma-area-secreta-2-segundo-hideo-kojima</a> | <a href="https://br.ign.com/layers-of-fear-2-recebe-data-de-lancamento">https://br.ign.com/layers-of-fear-2-recebe-data-de-lancamento</a> |