



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

Da Estigmatização à Aceitação: A Construção Mediática dos Videojogos em Portugal

Departamento de Comunicação [ESEC]

Mestrado em Comunicação – Novos Media

2025, David Fernando Nunes Ferreira



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

David Fernando Nunes Ferreira

Da Estigmatização à Aceitação: A Construção Mediática dos Videojogos em Portugal

Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Comunicação da Escola
Superior de Educação de Coimbra para obtenção do grau de Mestre

Trabalho realizado sob a orientação do Professor Doutor Giovanni Ricardo Ramos

Outubro, 2025

Agradecimentos

A realização desta dissertação representa o culminar de um percurso académico e pessoal que só foi possível graças ao apoio de várias pessoas às quais expresso profunda gratidão.

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais, pelo amor incondicional, incentivo constante e por sempre acreditarem nas minhas capacidades. O vosso apoio, sacrifício e dedicação foram fundamentais para chegar até aqui, e por isso terei sempre uma enorme gratidão.

Ao meu orientador, manifesto o meu sincero agradecimento pela disponibilidade, orientação e partilha de conhecimento ao longo deste processo. A sua visão crítica, paciência e dedicação foram essenciais para o desenvolvimento desta investigação, contribuindo significativamente para o meu crescimento académico.

À minha namorada, agradeço por todo o carinho, compreensão e motivação nos momentos mais exigentes deste percurso. A tua presença foi um apoio constante que me ajudou a manter o foco e a determinação.

A todos, o meu sincero obrigado.

Da Estigmatização à Aceitação: A Construção Mediática dos Videojogos em Portugal

Resumo: A presente dissertação analisa o papel dos meios de comunicação especializados em novos media na legitimação dos videojogos como fenómeno cultural e social em Portugal. Partindo de uma revisão teórica sobre a evolução histórica dos videojogos, os estigmas associados ao seu consumo e a forma como são enquadrados pelo jornalismo digital, o estudo procura compreender de que modo a cobertura mediática contribui para a consolidação dos videojogos enquanto expressão artística e cultural. A metodologia baseou-se numa análise qualitativa de publicações online e plataformas de comunicação especializadas, complementada por revisão bibliográfica de autores como Jenkins (2006), Gee (2003) e Bogost (2007). Os resultados apontam para uma crescente aceitação dos videojogos no discurso cultural português, reforçada pela credibilidade dos novos media e pela diversidade de vozes no ecossistema digital. Conclui-se que os meios especializados desempenham um papel fundamental na valorização dos videojogos, aproximando-os das restantes formas de arte contemporânea.

Palavras-chave: videojogos, jornalismo especializado, cultura digital, novos media, legitimação cultural

From Stigmatisation to Acceptance: The Media Construction of Video Games in Portugal

This dissertation analyses the role of specialized new media in legitimizing video games as a cultural and social phenomenon in Portugal. Based on a theoretical review of the historical evolution of video games, the social stigmas associated with their consumption, and the way they are framed by digital journalism, this study aims to understand how media coverage contributes to the recognition of video games as a form of art and cultural expression. The methodology relied on a qualitative analysis of online publications and specialized media platforms, supported by a literature review of authors such as Jenkins, Gee, and Bogost. The results indicate a growing acceptance of video games within Portuguese cultural discourse, strengthened by the credibility of new media and the diversity of voices in the digital ecosystem. It is concluded that specialized media play a crucial role in enhancing the cultural value of video games, positioning them alongside other forms of contemporary art.

Keywords: video games, specialized journalism, digital culture, new media, cultural legitimation

Sumário

INTRODUÇÃO	1
1. VIDEOJOGOS	5
1.1. 6	
1.2. 11	
1.2.1. Os vídeosjogos e o século XXI	12
2. ESTIGMAS RELACIONADOS AOS VIDEOJOGOS	15
2.1. Violência	16
2.1.1. A utilização excessiva	17
2.1.2. A não violência dos vídeosjogos - outras perspetivas.	19
2.1.3. Benefícios cognitivos dos vídeosjogos	21
2.2. Os Vídeosjogos e a Educação	22
2.3. Os vídeosjogos como arte e cultura	26
3. VIDEOJOGOS NA COMUNICAÇÃO SOCIAL	31
3.1. A televisão como meio de veiculação de vídeosjogos	34
3.2. Jornalismo especializado em vídeosjogos: características	37
4. METODOLOGIA	43
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	49
CONCLUSÃO	55
BIBLIOGRAFIA	61
ANEXOS	71

Lista de figuras

FIGURA 1 - JOGO DA VELHA	7
FIGURA 2 - PROTÓTIPO BROWN BOX E ABAIXO O MAGNAVOX ODYSSEY	8
FIGURA 3 - ARMÁRIO DE PONG NA VERTICAL	9
FIGURA 4 - SPACE INVADERS.	10
FIGURA 5 - CONSOLA ATARI 2600	10
FIGURA 6 - HP TECH TAKES	11

INTRODUÇÃO

Introdução

Desde o surgimento dos primeiros *arcades* nas décadas de 1970 e 1980, os videojogos evoluíram de simples produtos de entretenimento para se tornarem um dos fenómenos culturais, económicos e sociais mais significativos do século XXI (Jagoda, 2013). O que começou com experiências rudimentares como *Pong* ou *Space Invaders* rapidamente se transformou numa das indústrias mais rentáveis do mundo, ultrapassando o cinema e a música em receitas globais. Segundo o *Global Games Market Report* (Newzoo, 2024), o setor dos videojogos gerou mais de 187 mil milhões de dólares em 2023, com mais de 3,4 mil milhões de jogadores ativos em todo o mundo. Estes números ilustram não apenas a força económica da indústria, mas também a sua dimensão social e simbólica, refletindo a integração dos videojogos no quotidiano de milhões de pessoas.

Em Portugal, o crescimento do mercado de videojogos tem acompanhado esta tendência global. De acordo com dados da *Associação Portuguesa de Empresas de Tecnologias Interativas* (APETI, 2023), cerca de 63% dos portugueses com acesso à internet jogam regularmente, sendo que a maioria o faz através de dispositivos móveis ou consolas. Este aumento da participação reflete uma mudança profunda nas práticas culturais e de lazer, evidenciando a passagem do videojogo de um passatempo juvenil para um meio intergeracional e transversal. Paralelamente, o país tem assistido à consolidação de uma comunidade ativa de criadores, jogadores e jornalistas especializados, que contribuem para o fortalecimento de um ecossistema mediático dedicado à cultura dos jogos digitais.

A relevância dos videojogos não se limita à sua dimensão económica. Como defende Huizinga (2000), o jogo é um elemento essencial da cultura, e os videojogos constituem uma das suas expressões mais complexas e contemporâneas. Ao conjugar arte, tecnologia, narrativa e interatividade, o videojogo tornou-se um espaço de experimentação estética e de construção identitária, com impacto direto na forma como as sociedades se comunicam, aprendem e representam o mundo. Jenkins (2006) descreve este fenómeno como parte da “convergência cultural”, em que diferentes formas de media se entrelaçam, criando linguagens e modos de participação.

Neste contexto, o papel dos media torna-se central. A forma como os videojogos são representados, discutidos e avaliados nos meios de comunicação social influencia diretamente a sua perceção pública e a sua legitimidade cultural. Durante muitos anos, a cobertura mediática dos videojogos foi marcada por estigmas associados à violência, ao isolamento ou ao vício. Estas narrativas, amplamente disseminadas pela imprensa generalista, contribuíram para a construção de uma imagem social ambígua do videojogo — simultaneamente popular e controverso (Cerezo-Pizarro et al., 2023).

No entanto, nas últimas duas décadas, assistiu-se a uma mudança gradual nesse enquadramento. O surgimento de media especializados, dedicados exclusivamente à informação sobre videojogos, tem desempenhado um papel fundamental na transformação desse discurso, ajudando a reposicionar o videojogo como objeto de interesse cultural e artístico.

Em Portugal, essa transformação é visível em plataformas como a IGN Portugal e a RTP Arena, que se tornaram referências na cobertura jornalística do setor. A primeira, de natureza privada e com forte ligação internacional, articula os videojogos com a cultura popular, o cinema e a tecnologia. A segunda, integrada no serviço público de comunicação, centra-se na vertente competitiva e desportiva, promovendo o reconhecimento dos *e-sports* como prática institucionalizada. Estas duas entidades representam, portanto, abordagens complementares dentro do panorama mediático português: uma orientada para a legitimação cultural e outra para a legitimação desportiva dos videojogos.

A presente dissertação insere-se nesse contexto de transformação e procura compreender de que modo os media especializados em videojogos contribuem para a legitimação cultural e social dos media em Portugal. Partindo da análise comparativa das publicações da IGN Portugal e da RTP Arena, o estudo pretende identificar os temas dominantes, as estratégias discursivas e os enquadramentos mediáticos que moldam a representação dos videojogos no espaço público português.

Assim, esta investigação tem como objetivo geral analisar o papel dos media especializados na construção simbólica dos videojogos enquanto fenómeno cultural, procurando responder a três questões centrais: (i) quais as categorias temáticas mais

recorrentes no discurso jornalístico sobre videojogos; (ii) como diferem as abordagens de meios com naturezas distintas, nomeadamente um privado e outro público; e (iii) em que medida estas representações contribuem para o processo de legitimação cultural e social do videojogo em Portugal.

Para cumprir este propósito, foi desenvolvida uma análise qualitativa de conteúdo e comparativa sobre vinte notícias publicadas entre junho e agosto de 2025, divididas equitativamente entre os dois meios mencionados. As notícias foram recolhidas através da plataforma *Internet Archive (Wayback Machine)*, garantindo a preservação dos conteúdos originais. Cada artigo foi classificado segundo seis categorias de análise: *Economia, Arte/Cultura, Educação, Eventos Competitivos, Violência e Vício*.

A escolha deste recorte temporal deve-se ao facto de coincidir com um período de intensa atividade na indústria, marcado por eventos internacionais como a Summer Game Fest e a Gamescom, que tradicionalmente geram maior produção noticiosa e visibilidade mediática. O cruzamento entre o contexto global e a análise nacional permite compreender de que forma o discurso português se insere num panorama mais vasto de transformação mediática.

Com este estudo, pretende-se contribuir para o debate académico sobre o papel dos media na legitimação dos videojogos e para a compreensão do lugar que estes ocupam na comunicação social portuguesa. Ao observar os modos como os media especializados enquadram, narram e avaliam o fenómeno, procura-se compreender até que ponto estão a ajudar a construir uma visão mais madura, plural e culturalmente reconhecida do videojogo. Em última instância, esta investigação visa demonstrar que os media especializados são agentes fundamentais na transição do videojogo de mero produto de consumo para objeto de valor simbólico e cultural, integrando-se, assim, no discurso mediático contemporâneo como parte integrante da cultura digital global.

1. VIDEOJOGOS

1.1. História dos videojogos

“Jogo de computador ou de consola, para jogar utilizando uma televisão ou um monitor¹”

No início, os jogos estavam quase sempre nos fliperamas, que eram espaços onde as pessoas se juntavam para jogar, competir e trocar ideias.

Até a década de 1940, os vídeojogos não existiam e os computadores eram grandes e caros, usados apenas por grandes empresas. Algumas pessoas na área da eletrônica começaram a experimentar, criando os primeiros jogos, que misturavam eletrônicos e analógicos. Esses jogos foram inicialmente usados para treino militar e académico, mas logo tornaram-se mais acessíveis (MerryGoRound Magazine, 2016)

Em 1947, os físicos Thomas Goldsmith Jr. e Estle Ray Mann criaram um sistema inédito enquanto testavam dispositivos para aparelhos de televisão de tubo (Goldsmith & Mann, 1948). (i) Esse aparelho foi patenteado como Dispositivo para Diversão de Tubo de Raios Catódicos.

Um televisor de tubo de raios catódicos é um modelo mais antigo de TV. Esse tipo de aparelho usa um tubo especial para mostrar as imagens (Canon Inc., s.d.).

Ao conectar um tubo de raios catódicos a um osciloscópio, apareceram traços de luz que pareciam mísseis, levando à ideia de criar um simulador semelhante aos visores de radar da Segunda Guerra Mundial. Assim surgiu o primeiro jogo eletrônico, onde o jogador controla feixes de elétrons do CRT. Um tubo de raios catódicos, conhecido como CRT, é um dispositivo que mostra imagens em um ecrã fluorescente, principalmente usado em monitores e televisores, inventado por Karl Ferdinand Braun em 1897 (Braun, 1897).

Um osciloscópio, também chamado de oscilógrafo, é um instrumento de teste que mostra graficamente tensões de sinal variáveis como um gráfico bidimensional. Ele permite a análise de parâmetros como amplitude, frequência e distorção. Antigamente, os cálculos desses valores eram feitos manualmente, mas os modelos mais modernos fazem isso

¹ https://dicionario.priberam.org/videojogos#google_vignette

automaticamente. O texto menciona a curiosidade sobre como os cientistas americanos criaram o primeiro jogo eletrônico (Tektronix, s.d.).

Thomas T. Goldsmith Jr. e Estle Ray criaram um jogo de mísseis conectando um tubo de raios catódicos a um osciloscópio, com botões que controlavam o ângulo e a trajetória dos traços de luz. O jogo simulava a trajetória de projéteis e teve um pedido de patente em 25 de janeiro de 1947. No entanto, os altos custos de produção impediram a fabricação e venda comercial, resultando em poucos protótipos. Assim, nasceu o primeiro jogo eletrônico a usar uma ecrã, marcando o início dos videojogos (Goldsmith & Mann, 1948).

Em 1950, o cientista britânico Christopher Strachey cria um simulador de damas para um dos primeiros computadores do Reino Unido, chamado Pilot ACE. Strachey, C. (1952)

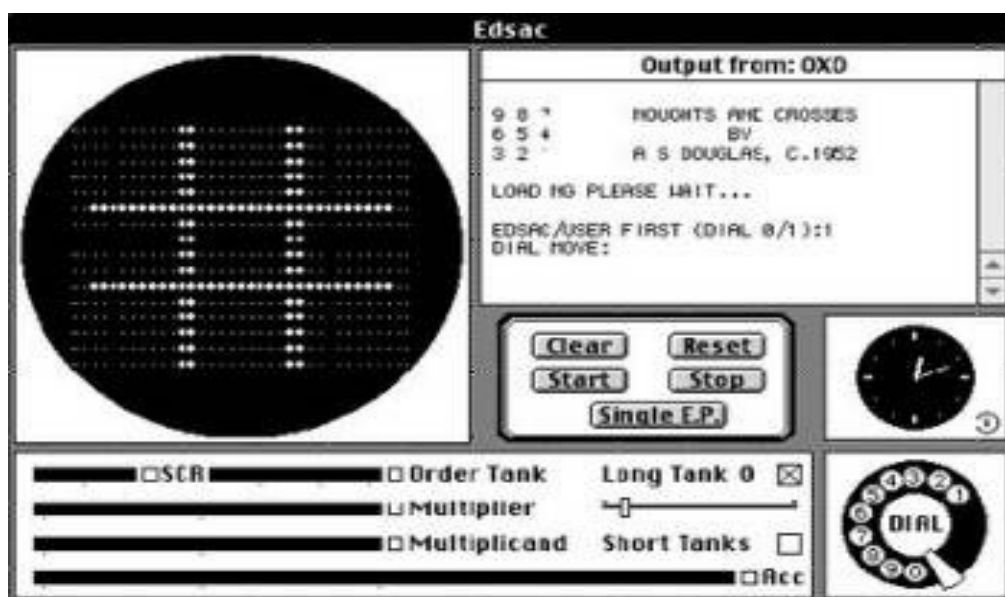


Imagem 1: O jogo da velha

Ralph Henry Baer foi um inventor e engenheiro alemão-americano, nascido em 8 de março de 1922. Ele é conhecido como o pai dos videojogos pelo seu trabalho em protótipos de jogos eletrónicos, incluindo o Brown Box, que se tornou o Magnavox Odyssey.

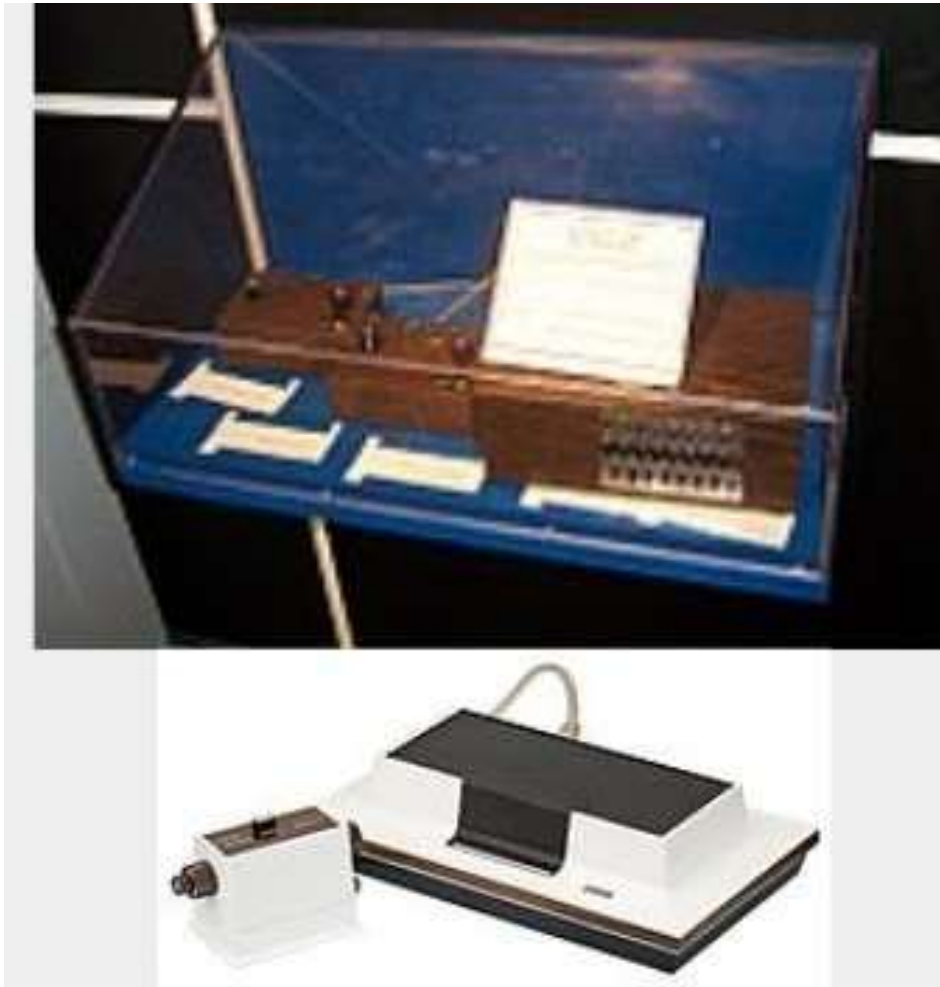


Imagem 2: Protótipo Brown Box e abaixo o Magnavox Odyssey

Em 1951, Hiroshi Yamauchi alterou a designação Marufuku Co. para Nintendo Playing Card Co., Ltd. (Nintendo, s.d.). Nos Estados Unidos, a aprovação do Transportation of Gambling Devices Act (Johnson Act, 1951) restringiu o transporte de máquinas de jogo nos territórios norte-americanos, afetando diretamente as operações no Havaí. Nesse contexto, Marty Bromley e a sua Service Games (Havaí) deslocaram parte das atividades para o Japão em 1952, um passo que antecede a formação da SEGA (History of Sega, s.d.).

A utilização dos videojogos tem evoluído de forma notável, transcendendo a barreira do mero entretenimento e tornando-se numa ferramenta multifacetada com aplicações em diversas áreas. Com o passar dos anos, fica evidente que a evolução dos videojogos foi surpreendentemente rápida, acompanhando de perto o progresso da tecnologia. Desde os primeiros clássicos, como 'Pong'(Imagem 3) e 'Space Invaders'(imagem4), o foco

sempre foi oferecer diversão e entretenimento. Essa continua sendo a principal função reconhecida e valorizada até os dias de hoje. (Kent, S. L. 2001).



Imagem 3: Armário de Pong na Vertical



Imagem 4: Space Invaders.

Em 1972, foi lançado a primeira consola de videojogos da história, o Magnavox Odyssey, criado por Ralph Baer, (**imagem 5**), que teve a ideia em 1966 para interagir com a TV. O primeiro protótipo, chamado Brown Box, surgiu em 1968 e foi vendido para a Magnavox. Embora não suportasse diferentes tamanhos de ecrã e tivesse apenas 29 jogos sem som, a consola vendeu 100 mil unidades a cerca de 100 dólares, equivalente a aproximadamente 550 dólares hoje (Smithsonian Institution, n.d.).

Devido à tecnologia limitada da época, os jogos eram simples, sem cores vibrantes. Os jogadores precisavam usar um filtro plástico no ecrã da televisão para criar uma ilusão de cores e cenários durante o jogo. O Odyssey também era vendido com dados, fichas de poker e dinheiro de mentira, incentivando um estilo de jogo semelhante ao de um tabuleiro. (Smithsonian Institution. n.d.).

Em 1977, o Atari foi lançado, revolucionando a indústria dos jogos. A ideia para o Atari surgiu de Nolan Bushnel, que consertava fliperamas em Utah e, após deixar seu emprego, uniu-se a Ted Dabney para desenvolver um novo fliperama. (Atari, n.d.).

Com o passar do tempo, começaram a aparecer as consolas domésticas, como a Magnavox Odyssey, Atari 2600, NES, PlayStation e Xbox. Essas inovações tornaram os videojogos muito mais acessíveis, permitindo que as pessoas desfrutassem de suas partidas no aconchego de suas casas. (Diver, M. 2023)



Imagem 5: <https://tek.sapo.pt/>

Simultaneamente, os computadores pessoais passaram por uma evolução significativa, tornando-se plataformas robustas para o jogo. Assim, os PCs firmaram-se como opções poderosas para jogar, impulsionando o crescimento de gêneros como estratégia em tempo real e RPGs. Essa transformação trouxe experiências cada vez mais envolventes e desafiadoras para os jogadores. (GameForce, 2024).



Imagem 6: HP TECH TAKES

1.2. Evolução

Com a popularização dos smartphones, os telemóveis tornaram-se verdadeiras plataformas de jogos, fazendo parte do quotidiano de milhões de pessoas. Hoje em dia, é possível jogar uma variedade de jogos que vai de jogos simples a aqueles mais complexos, tudo acessível a qualquer momento e em qualquer lugar. (Lopez-Fernandez, 2018).

Os jogos evoluíram significativamente, apresentando gráficos impressionantes e histórias envolventes. Consolas como a Playstation 4 e Xbox One garantem diversão tanto para adultos quanto para crianças. Games para computador também estão em constante evolução, seja em casa ou nas Lan Houses, onde fãs se conectam para jogar em rede, usando mouses ou joysticks (Dia Lacina, 2020; Jordan, 2023).

Atualmente, as consolas mais populares incluem o Xbox Série S e Série X, a PlayStation 5 e o Nintendo Switch. O que realmente se destaca nessas máquinas são os gráficos de alta qualidade e o processamento avançado, que permitem resoluções incríveis e texturas detalhadas. Além disso, essas consolas oferecem recursos sociais que facilitam a conexão entre jogadores e competições online, como a PlayStation Network e a Xbox Live (Tom's Guide, 2024)

Além de serem plataformas de jogos, essas consolas atuam como centros de entretenimento, compatíveis com serviços de streaming e reprodução de filmes.

Recursos como controle por movimento e voz, como o Kinect e a PlayStation Câmera, trazem uma nova dimensão de interatividade para os jogos. A Nintendo Switch destaca-se pelos seus jogos híbridos, que permitem jogá-los tanto de forma portátil quanto conectados à TV. A internet transformou completamente a maneira como jogamos. Agora, podemos interagir com outros jogadores em tempo real, seja em partidas casuais ou competições sérias. Desde a década de 90, o crescimento no mundo dos jogos tem sido impressionante. Embora a opção de jogar em modo multiplayer local sempre tenha existido, a Internet realmente ampliou essa faceta social dos jogos eletrônicos de uma forma notável. (Scheer et al. 2014).

Atualmente, as comunidades online reúnem pessoas de diversas partes do mundo, proporcionando uma experiência coletiva muito mais rica e envolvente. Os jogos também criam estruturas que incentivam a colaboração, a competição e a amizade entre os jogadores, construindo laços e experiências compartilhadas, especialmente impulsionadas pelos e-sports, tornando tudo mais social e interativo. Plataformas de comunicação como Discord, Twitch e YouTube Gaming estão mudando a forma como jogadores, criadores de conteúdo e fãs se conectam. O cenário dos jogos competitivos tornou-se um verdadeiro espetáculo global, com ligas profissionais e torneios que atraem grandes audiências. A evolução dos videogames não reflete apenas o avanço tecnológico, mas também uma maior compreensão do potencial dos jogos como ferramentas de interação, aprendizado e desenvolvimento humano. O que antes era apenas um hobby para alguns agora se tornou uma parte essencial da cultura moderna, demonstrando como os videogames podem ser versáteis e impactantes. (Cerezo-Pizarro et al., 2023).

1.2.1. Os videogames e o século XXI

A trajetória dos videogames iniciou-se em laboratórios de pesquisa, como o MIT com “Spacewar!” nos anos 60, e, com o passar do tempo, evoluiu para uma indústria global que movimenta mais de 180 mil milhões de dólares anuais (Özalp, 2024), impactando a cultura de forma significativa.

A realidade virtual (VR) emergiu como uma tendência fascinante, oferecendo experiências de jogo verdadeiramente imersivas. Jogos como “Beat Saber” (2018), amplamente citado como um dos títulos que popularizou o VR rítmico, e “Half-Life: Alyx” (2020), considerado um marco narrativo e mecânico no campo da realidade virtual, levaram a interação do jogador a um nível totalmente novo (Shrivastava & Sharma, 2020).

Conforme avançamos no século XXI, é emocionante pensar no que o futuro reserva para os videogames. Com o aumento da presença da inteligência artificial procedural, capaz de gerar ambientes e comportamentos em tempo real, da realidade aumentada vista em fenômenos como “Pokémon Go” (2016) e de novas maneiras de interação, a trajetória dos videogames certamente ainda não chegou ao fim.

O futuro da indústria de videogames é muito promissor e sugere uma integração cada vez maior de tecnologias. A realidade virtual e realidade aumentada tendem a tornar-se mais acessíveis e imersivas (Faiz, 2023), ao passo que a inteligência artificial irá melhorar tanto a experiência do jogo quanto a produção de conteúdo — por exemplo, NPCs mais naturais e mundos que respondem ao jogador. Além disso, o cloud gaming, já presente em plataformas como NVIDIA GeForce NOW, Xbox Cloud Gaming e PlayStation Plus Streaming, possibilitará que os jogadores acessem aos seus jogos preferidos em qualquer dispositivo, sem a necessidade de se preocupar com o hardware (Klein, n.d.).

A indústria continuará a evoluir, procurando novas formas de envolver e entreter jogadores ao redor do mundo, através de dispositivos mais ergonômicos, interação por movimento e ambientes virtuais cada vez mais convincentes (Hamad, 2022).

2. ESTIGMAS RELACIONADOS AOS VIDEOJOGOS

Os videojogos têm sido frequentemente objeto de estigmas, sobretudo no que se refere à violência, à educação e à cultura. Investigação sobre a relação entre jogos violentos e comportamento agressivo apresenta resultados variados; alguns estudos sugerem potenciais efeitos nocivos, enquanto outros não revelam padrões claros ou consistentes.

A temática da educação é igualmente motivo de debate, com opiniões divergentes acerca do papel dos jogos no desenvolvimento cognitivo e na aprendizagem. Para além disso, a cultura dos videojogos é muitas vezes associada a estereótipos e preconceitos, embora também seja reconhecida como uma forma legítima de expressão artística e cultural.

Os videojogos têm sido um tema de debate contínuo, principalmente no que diz respeito aos seus impactos no desenvolvimento das crianças e jovens. Tradicionalmente, muitos associam os videojogos a efeitos negativos, como o aumento da agressividade ou o desenvolvimento de problemas emocionais. Contudo, estudos recentes têm revelado uma visão mais equilibrada, apontando tanto benefícios como potenciais riscos associados ao uso excessivo desses jogos.

2.1. Violência

A crescente presença dos videojogos na vida de crianças e jovens tem despertado o interesse da comunidade científica, que busca compreender os seus efeitos cognitivos, comportamentais e sociais. Um estudo da Universidade de Brown (EUA), publicado na revista *PLOS One*, destaca benefícios dos videojogos, como a estimulação de capacidades cognitivas e visuais, atribuindo tais melhorias ao treino visual contínuo que os jogadores experienciam (Berard et al., 2015). Essa visão é reforçada por Aaron Berard, coautor da pesquisa, ao apontar que os videojogos podem favorecer mecanismos de consolidação cerebral.

No entanto, a relação entre videojogos e comportamento infantil não é unânime. Uma investigação da Universidade de Oxford, divulgada na *Psychology of Popular Media Culture*, sugere que o tempo excessivo de jogo – especialmente mais de três horas por dia – pode estar associado a hiperatividade e menor interesse escolar, embora não tenha identificado vínculos entre jogos violentos e comportamentos agressivos (Przybylski & Mishkin, 2016). Para Allison Mishkin, coautora do estudo, os videojogos representam apenas uma nova forma de brincadeira na infância moderna.

O papel dos videojogos foi ainda ampliado durante a pandemia, funcionando como um catalisador que consolidou o seu espaço no quotidiano social e cultural, particularmente em Portugal. Esse contexto favoreceu não só uma maior aceitação dos videojogos, mas também a sua expansão como meio de expressão criativa, inclusão e inovação digital (Sousa & Ferreira, 2022).

Por fim, novas pesquisas, como a publicada na revista *JAMA Network Open* pela Universidade de Vermont, continuam a desafiar a visão tradicional sobre os videojogos. A análise de dados de cerca de 2.000 crianças revelou que, mesmo quando o tempo de jogo excede as recomendações pediátricas, não foram encontrados impactos significativos no bem-estar geral dos jogadores (Valkenburg et al., 2022).

2.1.1. A utilização excessiva

“A exposição à violência é cada vez mais precoce nos videojogos, inicialmente criados para treinar tropas a não sentirem remorsos por matar. A dependência dos ecrãs ocupa 4 ou mais horas por dia. Por isso, há cada vez mais países a proibir telemóveis nas escolas. Em Portugal quase só os colégios de elite o fazem.” (Aguiar, 2024)

De acordo com Aguiar (2024) o foco está na relação entre jogar videojogos violentos e o aumento do comportamento agressivo, sobretudo entre os mais jovens. A autora apresenta vários estudos que indicam que a exposição frequente a jogos com muita violência pode contribuir para desenvolver atitudes mais hostis e diminuir a empatia, o que, na prática, pode levar a comportamentos mais agressivos no mundo real.

No entanto, ela também destaca que há opiniões divergentes dentro da comunidade científica, com alguns estudos a sugerirem que a violência nos jogos não é a principal causa da violência social, destacando que esta resulta de uma combinação de fatores sociais, familiares e psicológicos. O artigo reforça a necessidade de estabelecer regras e orientações no uso de videojogos para proteger especialmente as crianças e adolescentes, ajudando a prevenir possíveis impactos negativos na sua saúde mental e na sua relação com a sociedade.

Tendo em conta o estudo de Ferreira (2000), este dedica-se a analisar a eventual relação entre o consumo de videojogos com conteúdo violento e a manifestação de

comportamentos agressivos em adolescentes. A investigadora procurou compreender se, de que modo e até que ponto a prática de jogar jogos violentos pode influenciar os níveis de agressividade na faixa etária dos 12 aos 17 anos.

Os resultados obtidos sugerem que há uma associação relativamente frágil, indicando que alguns adolescentes que jogam com regularidade jogos de carácter violento apresentam, de fato, comportamentos mais impulsivos ou agressivos. Contudo, a investigação reconhece que este impacto está condicionado por diversos fatores externos, como o contexto familiar, social e psicológico do jovem.

No geral, o estudo reforça a necessidade de uma supervisão atenta por parte de pais, professores e profissionais de saúde, sublinhando que os videojogos violentos não devem ser considerados como a única causa da agressividade, mas sim uma componente que deve ser gerida num quadro mais amplo de educação e acompanhamento emocional. Assim, promover ambientes saudáveis e equilibrados será fundamental para prevenir possíveis efeitos adversos associados ao consumo destes jogos.

Exemplos mais concretos indicam que em Portugal há um ano foi noticiado que um jovem português de 17 anos mandava executar crimes e homicídios pela internet numa rede de seguidores no Brasil e que planeava outro homicídio para breve.

Recentemente, o Ministério Público de Portugal revelou que está a decorrer um inquérito relacionado com o videojogo “No Mercy”, cuja venda na plataforma Steam foi suspensa esta sexta-feira depois de contestação por eventual discurso de ódio contra as mulheres (Lusa, 2025).

A mesma fonte refere que “Foi graças à indignação manifestada por inúmeras mulheres e homens nas redes sociais e à atuação de todas as pessoas que acederam à plataforma Steam para denunciar o conteúdo de incitamento ao ódio presente no referido videojogo, que este foi, entretanto, removido e já não se encontra disponível em Portugal”, diz a Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género. (Lusa, 2025)

Um caso de violência que chocou o Brasil revelou um ‘personagem’ surpreendente: um jogo online (Revista Veja, 2025). Um adolescente de 14 anos e com a ajuda da sua namorada virtual, de 15 anos planejaram a morte dos seus pais e o irmão de 3 anos, devido

a um videogame, inspirado no jogo de terror *The Coffin of Andy and Leyley*, que retrata um casal de irmãos em uma relação incestuosa.

Os temas abordados no referido jogo assentam sobre canibalismo, abuso, trauma e famílias disfuncionais. Os irmãos chegam a sacrificar almas em um ritual demoníaco, e o jogo apresenta escolhas que levam a diferentes finais.

2.1.2. A não violência dos videogames - outras perspectivas.

Pesquisas recentes indicam que a relação entre jogar videogames violentos e comportamentos agressivos não é linear, variando com fatores contextuais (ambiente, traços de personalidade, estado emocional) e metodológicos: tipo de medida, desenho do estudo (Drummond et al., 2020; Prescott et al., 2018). Enquanto alguns estudos meta-analíticos reportam associações pequenas entre exposição a jogos violentos e agressividade ao longo do tempo (Prescott et al., 2018), outros trabalhos rigorosos não encontram relação significativa em adolescentes (Przybylski & Weinstein, 2019). No Reino Unido, por exemplo, um estudo com 1.004 adolescentes não identificou ligação entre envolvimento com jogos violentos e comportamento agressivo (Przybylski & Weinstein, 2019; University of Oxford, 2019).

Além disso, investigações mais antigas mostraram que assistir ou participar de jogos violentos não provoca um aumento imediato na agressividade. Ao invés disso, aspetos como frustração, competitividade e derrotas parecem influenciar mais esses comportamentos (Ferguson & Kilburn, 2010).

No entanto, existem estudos que contrariam a ideia de que os videogames são geradores de violência. O estudo conduzido por Przybylski e Weinstein (2019), desenvolvido no âmbito do Oxford Internet Institute e publicado na *Royal Society Open Science*, conclui que não existe uma associação direta entre comportamentos violentos em jovens e o tempo dedicado aos videogames com conteúdos violentos. A investigação analisou dados de 1.004 adolescentes britânicos, com base na classificação etária oficial dos jogos vendidos na região (PEGI), e revelou que o envolvimento em jogos violentos não está correlacionado com um aumento da violência entre os jovens.

O professor Andrew Przybylski, diretor de investigação do Oxford Internet Institute, destacou que a ideia de que jogos violentos estimulam comportamentos agressivos na vida real tem sido bastante difundida, mas poucos estudos a terão testado com rigor ao longo do tempo. Para a pesquisa, foram considerados não só relatos diretos dos jovens, mas também opiniões de familiares e responsáveis, a fim de avaliar o grau de agressividade de cada indivíduo.

O coautor Dr. Netta Weinstein, da Universidade de Cardiff, acrescentou que as conclusões do estudo sugerem que preconceitos anteriores por parte de investigadores podem ter influenciado resultados passados, distorcendo a perceção sobre os efeitos dos videojogos. Przybylski também assinalou que uma das dificuldades na investigação em tecnologia é que há várias formas diferentes de analisar os mesmos dados, o que pode levar a conclusões contraditórias.

Segundo os investigadores, a ausência de uma ligação direta entre os jogos e comportamentos violentos não significa que os videojogos não possam causar momentos de irritação ou frustração nos jogadores. Os autores também sugerem que é fundamental aprofundar os estudos para verificar se conceitos como “as redes sociais levam à depressão” ou “o vício em tecnologia prejudica a qualidade de vida” são realmente válidos. No âmbito do estudo do Oxford Internet Institute, foram analisados os comportamentos de 2.008 jovens britânicos com 14 e 15 anos, que responderam a questionários sobre as suas personalidades e interações nos jogos.

Além disso, tiveram também opinião questionada familiares e responsáveis, por meio do instrumento “Strengths and Difficulties”. A classificação do nível de violência nos jogos não foi feita pelos próprios jovens, mas sim por entidades como o *Pan European Game Information (PEGI)* na Europa e a *Entertainment Software Rating Board (ESRB)* nos Estados Unidos, o que proporcionou uma avaliação mais objetiva sobre a intensidade de violência presente nos jogos.

A avaliação do efeito do consumo de jogos violentos ainda exige estudos aprofundados, pois diversos fatores influenciam diretamente o comportamento das pessoas. Segundo Chagas (2023), as associações são falsas por serem simplistas. Ela explica que há uma combinação complexa de riscos e elementos que atuam de forma inconsciente, tornando

qualquer pessoa suscetível à influência dos Mídea, independentemente de estar consciente ou não dessa influência.

Em resumo, a ideia de que jogos violentos levam direto à violência é uma visão simplista, pois a relação entre esses fatores é influenciada por diversos elementos individuais e ambientais.

2.1.3. Benefícios cognitivos dos videojogos

De acordo com um estudo da Universidade de Brown (EUA), publicado na revista *PLOS One*, os videojogos podem ter um impacto positivo nas capacidades cognitivas e visuais dos jogadores. O estudo conduzido por Aaron Berard, coautor da pesquisa, conclui que o treino visual constante proporcionado pelos videojogos pode melhorar os mecanismos de consolidação cerebral. Este efeito ocorre através da prática repetida de tarefas que exigem atenção e coordenação visual, melhorando a agilidade mental e o processamento de informações visuais. A pesquisa sugere, portanto, que os videojogos, longe de serem apenas uma forma de entretenimento, podem atuar como uma ferramenta de treino cognitivo (Berard et al., 2015).

Embora muitos pais tenham receio dos possíveis efeitos negativos dos videojogos nos seus filhos, um estudo conduzido por Chaarani et al. (2022), da Universidade de Vermont, traz uma perspetiva diferente. Publicado na *JAMA Network Open*, este estudo envolveu cerca de 2.000 crianças, com idades entre os 9 e os 10 anos, divididas entre aquelas que não jogavam videojogos e as que jogavam diariamente mais de três horas. Os resultados mostraram que o tempo de jogo, quando moderado, não teve um impacto significativo no bem-estar emocional ou na saúde mental das crianças. Esta investigação sugere que, com equilíbrio, os videojogos não prejudicam o desenvolvimento infantil, desmistificando alguns mitos comuns acerca dos seus efeitos (Charrani et al., 2022).

O papel crucial na redefinição do consumo de videojogos, consolidando-os como um importante meio de expressão criativa e inclusão digital. Deste modo, é fundamental que os pais, educadores e a sociedade em geral encontrem um equilíbrio na utilização dos videojogos, permitindo-lhes tirar partido dos benefícios cognitivos, enquanto minimizam os riscos associados ao uso excessivo.

Os resultados das pesquisas avaliadas demonstram que o videogame exerce uma influência sobre os utilizadores que vai além dos aspetos comportamentais, participando diretamente no desenvolvimento de diversas funções cognitivas. Mais especificamente, os dados sugerem possíveis relações causais no treino de habilidades cognitivas como a atenção seletiva visual, atenção *visuoespacial*, atenção auditiva, processamento perceptivo visual e espacial, rotação mental, sensibilidade ao contraste, flexibilidade cognitiva, memória operacional e redução do tempo de processamento de informações. (Rivero. 2012)

2.2. Os Videojogos e a Educação

A educação está em constante evolução, e a integração de tecnologias digitais têm desempenhado um papel crucial nesse processo. Entre essas tecnologias, os videogames, os *serious games* e os simuladores têm ganhado destaque como ferramentas pedagógicas inovadoras (Gee, 2003; Prensky, 2001; Squire, 2006). Estes recursos não apenas captam a atenção dos alunos, mas também oferecem oportunidades únicas para aprender de forma interativa, prática e envolvente.

Os videogames comerciais e os *serious games* (jogos criados com fins educativos) têm sido cada vez mais utilizados em salas de aula. A ludificação, ou seja, a aplicação de elementos de jogos em contextos educativos, transforma a aprendizagem numa experiência mais dinâmica e motivadora (Gee, 2003; Prensky, 2001; Annetta, 2010). Por exemplo, jogos como *Minecraft* ou *SimCity* permitem que os alunos explorem conceitos de matemática, física, planeamento urbano e até mesmo colaboração em equipa, num ambiente virtual seguro e controlado (Nebel, Schneider, & Rey, 2016).

Outra abordagem inovadora é envolver os alunos no processo de criação de jogos. Ao desenvolverem os seus próprios videogames ou *serious games*, os estudantes não apenas aprendem sobre programação e design, mas também desenvolvem competências como o pensamento crítico, a criatividade e o trabalho em equipa (Kafai & Burke, 2015; Vos, van der Meijden, & Denessen, 2011). Esta prática permite que os alunos se tornem participantes ativos no processo de aprendizagem, em vez de meros consumidores de informação.

Ferramentas como *Scratch* ou *Unity* são frequentemente utilizadas para este fim, permitindo que até mesmo os mais jovens criem jogos simples. Este processo de criação também pode ser adaptado a diferentes disciplinas, como História, Ciências ou Línguas, onde os alunos podem desenvolver jogos que refletem os conteúdos curriculares (Resnick et al., 2009; Felicia, 2011; Kazimoglu, Kiernan, Bacon, & Mackinnon, 2012).

Gee (2010) apresenta uma visão inovadora sobre o papel dos jogos digitais na educação. Ele acredita que os jogos têm o poder de revolucionar o processo de aprendizagem, oferecendo uma experiência mais envolvente e eficaz. Segundo ele, os jogos são projetados para estimular a curiosidade, a experiência e conduzindo à resolução de problemas, competências essenciais para o desenvolvimento cognitivo. Diferente dos métodos tradicionais de ensino, que muitas vezes penalizam os erros, os jogos incentivam os jogadores a aprender com seus erros, criando um ambiente onde a tentativa e o erro são vistos como parte natural do processo de aprendizagem.

Além disso, Gee (2010) ressalta que os jogos são interativos e adaptativos, ou seja, eles ajustam-se ao nível de habilidade de cada jogador, oferecendo desafios adequados e feedback imediato. Isso permite que os alunos aprendam de acordo com o seu próprio ritmo, sem a pressão de serem comparados ou julgados negativamente.

Outro aspecto é que os jogos costumam ter narrativas cativantes e elementos visuais atraentes, o que pode aumentar o interesse e a motivação dos alunos em relação ao conteúdo que estão aprendendo, também destaca que os jogos têm a capacidade de ensinar competências complexas de forma natural. Por exemplo, muitos jogos exigem que os jogadores pensem estrategicamente, façam a gestão dos recursos, trabalhem em equipa e tomem decisões rápidas e bem fundamentadas. Essas competências não só são úteis dentro do jogo, mas também podem ser aplicadas em outras áreas da vida, como na escola e no trabalho

Em síntese, Gee sugere que as escolas poderiam se beneficiar ao incorporar alguns princípios dos jogos em suas práticas educacionais. Isso não significa transformar todas as aulas em jogos, mas sim aproveitar os elementos que tornam os jogos tão eficazes e aplicá-los de forma criativa no ensino. Dessa maneira, seria possível criar um ambiente de

aprendizado mais dinâmico, inclusivo e eficiente, preparando os alunos para enfrentar os desafios do mundo atual de forma mais preparada e confiante.

De acordo com a Associação de Empresas Produtoras e Distribuidoras de Videojogos (AEPDV, 2023), os videojogos têm vindo a ser usados como ferramentas pedagógicas quando integrados de forma estratégica no currículo escolar. Na série de vídeos *O Poder dos Videojogos na Educação*, o professor Vítor Girão Bastos (2023) partilha experiências práticas com jogos como *Minecraft* e *Roblox*, destacando o seu potencial para desenvolver criatividade, colaboração e competências socioemocionais. Exemplos incluem o uso de *Minecraft* para ensinar Geografia através da construção de mapas e ecossistemas, bem como conteúdos matemáticos.

Ele destacou como essas ferramentas podem desenvolver competências futuras essenciais, como criatividade e colaboração, e citou exemplos práticos, como o uso do *Minecraft* para ensinar Geografia, onde alunos criaram mapas e ecossistemas, e para além disso podem também desenvolver competências a nível da matemática. Além disso, o professor comentou sobre a motivação que os videojogos trazem aos alunos e a importância dos jogos no desenvolvimento de competências emocionais e sociais. (AEPDV, 2023).

Bastos também salientou a importância da segurança digital e de recursos como o manual "Games in Schools", que orienta professores a utilizar videojogos de maneira eficaz e segura na educação.

Há uma ampla variedade de estudos que defendem, a partir das suas conclusões, que os videojogos reúnem muitas desvantagens, como o desenvolvimento de depressão ou o aumento da agressividade nos mais novos. No entanto, há também aqueles que concluem que há vantagens a serem tiradas dessa atividade.

Tiago Sousa, Diretor Geral da AEPDV, destaca que os jogos no ensino é uma abordagem pedagógica que integra videojogos no currículo escolar, tornando as aulas mais interativas e dinâmicas (AEPDV, 2023). Essa prática enriquece o ambiente educacional, e o manual desenvolvido, baseado em diversos estudos, apresenta os benefícios dos videojogos na educação, desmistifica alguns equívocos e propõe planos de aula inovadores (AEPDV, 2023).

Essa iniciativa faz parte de um projeto europeu mais amplo, resultado da colaboração entre a Video Games Europe e 34 Ministérios da Educação da Europa (Video Games Europe, 2023). O objetivo é capacitar professores e educadores para utilizarem videogames comerciais como ferramentas de ensino, promovendo a alfabetização digital e o desenvolvimento de competências tecnológicas, além de suprir lacunas de habilidades nessa área em todo o continente.

Com a versão em português, o **Manual Games in Schools** torna-se um recurso valioso para professores que buscam modernizar suas práticas pedagógicas, oferecendo aos alunos um ambiente educacional mais rico e envolvente (Bray & Hosein, 2023; AEPDV, 2023).

O manual foi elaborado por Ollie Bray, Diretor Estratégico da Education Scotland e por Anesa Hosein, Diretora de Desenvolvimento Educativo e Investigação na Universidade de Surrey. A pesquisa de Hosein foca nos percursos dos jovens no ensino superior e como o comportamento relacionado aos videogames pode influenciar suas trajetórias profissionais e resultados de vida.

De acordo com a *Electronic Arts* (2022), os videogames também podem desempenhar um papel relevante na promoção da inclusão. Um exemplo é *The Sims 4*, que passou a disponibilizar opções de personalização que permitem a utilização de aparelhos auditivos, implantes cocleares e outras representações de diversidade corporal. Tais funcionalidades contribuem para um ambiente virtual mais inclusivo, onde os jogadores — incluindo alunos com limitações auditivas — podem criar personagens que refletem as suas próprias características e identidades, reforçando o valor pedagógico dos videogames enquanto ferramentas de expressão e reconhecimento da diferença (Electronic Arts, 2022).

Em suma, os jogos manuais, também conhecidos como jogos de tabuleiro ou de mesa, oferecem uma variedade de benefícios quando integrados no ambiente escolar, incluindo o desenvolvimento de competências sociais, a promoção do pensamento estratégico e o reforço do desenvolvimento cognitivo. Estes jogos podem ser facilmente adaptados a diferentes faixas etárias e objetivos de aprendizagem, tornando-os uma ferramenta versátil para os educadores (Tsarava et al., 2018; Wouters et al., 2013).

A utilização de videojogos, *serious games* e simuladores na educação representa uma mudança paradigmática na forma como ensinamos e aprendemos (Gee, 2003; Prensky, 2001). Estes recursos oferecem uma abordagem mais interativa, prática e inclusiva, podendo ser adaptada às necessidades individuais dos alunos (Annetta, 2010; Squire, 2006). Ao usar, criar e modificar jogos, os educadores têm a oportunidade de transformar a sala de aula num espaço mais dinâmico, onde a aprendizagem se torna uma experiência envolvente e significativa (Kafai & Burke, 2015).

Ferramentas como *Scratch* ou *Unity* são frequentemente utilizadas para este fim, permitindo que até mesmo os mais jovens criem jogos simples. Este processo de criação também pode ser adaptado a diferentes disciplinas, como História, Ciências ou Línguas, onde os alunos podem desenvolver jogos que refletem os conteúdos curriculares (Resnick et al., 2009; Kazimoglu et al., 2012).

No entanto, existem desafios a considerar. A integração destas tecnologias requer formação adequada para os professores, que precisam de estar familiarizados com as ferramentas e com as melhores práticas para as utilizar em sala de aula (Egenfeldt-Nielsen, 2007). Além disso, é importante garantir que os jogos escolhidos sejam alinhados com os objetivos pedagógicos e que não se tornem meramente uma distração (Felicja, 2011).

Num mundo cada vez mais digital, a integração destas ferramentas não é apenas uma opção, mas uma necessidade para preparar os alunos para os desafios do futuro. A chave está em equilibrar a inovação com a intencionalidade pedagógica, garantindo que os jogos sejam utilizados de forma a maximizar o seu potencial educativo (Gee, 2003; Annetta, 2010).

2.3. Os videojogos como arte e cultura

A discussão sobre os videojogos como forma de arte e expressão cultural tem vindo a ganhar relevância nos últimos anos. Embora inicialmente fossem vistos como um mero passatempo ou entretenimento, os videojogos têm sido gradualmente reconhecidos como uma forma de arte complexa e multifacetada, capaz de transmitir mensagens profundas, contar histórias envolventes e refletir aspetos da cultura contemporânea (Frasca, 2003; Gee, 2003; Jenkins, 2006). Este estudo incide também na exploração e na

evolução dos videogames como arte e cultura, analisando as suas características estéticas, narrativas e sociais.

A arte nos videogames manifesta-se de diversas formas, desde a sua componente visual até à sua narrativa e design sonoro. Muitos jogos são verdadeiras obras de arte visual, com gráficos impressionantes, design de personagens detalhado e ambientes ricamente construídos. Jogos como *Journey* (2012) — desenvolvido pela Thatgamecompany — exemplificam essa dimensão estética e emocional.

Em *Journey*, o jogador controla uma figura encapuzada a vagar por um vasto deserto rumo a uma montanha distante, numa experiência que procura evocar sentimentos de fascínio, solidão e conexão entre jogadores anónimos (Thatgamecompany, 2012).

De igual modo, *The Legend of Zelda: Breath of the Wild* (Nintendo, 2017) é frequentemente citado como exemplo de como a estética pode ser utilizada para criar experiências emocionais e imersivas (Narcisse, E. 2017).

Além da estética visual, a narrativa desempenha um papel crucial na elevação dos videogames ao estatuto de arte. Ao contrário de outras formas de arte estáticas, como a pintura ou a escultura, os videogames oferecem uma experiência interativa, onde o jogador é parte ativa da história (Murray, 1997).

Esta interatividade permite que os jogadores explorem temas complexos e tomem decisões que influenciam o desfecho da narrativa. Jogos como *The Last of Us* (Naughty Dog, 2013) ou *Life is Strange* (Dontnod Entertainment, 2015) são exemplos de como os videogames podem contar histórias emocionalmente impactantes, explorando temas como o amor, a perda e a identidade (Ruberg, 2019).

Os videogames não são apenas uma forma de arte, mas também uma expressão cultural que reflete e influencia a sociedade. Através dos videogames, os criadores podem explorar questões sociais, políticas e culturais, oferecendo uma plataforma para a reflexão e o debate (Bogost, 2007). Por exemplo, *Papers, Please* (Pope, 2013) aborda temas como imigração e burocracia, enquanto *This War of Mine* (11 bit studios, 2014) explora os horrores da guerra a partir da perspetiva dos civis (Sicart, 2014).

Além disso, os videojogos são frequentemente influenciados por contextos culturais específicos. Jogos japoneses como *Final Fantasy VII Remake* (Square Enix, 2020) ou *Persona 5* (Atlus, 2016) incorporam elementos da mitologia e da filosofia japonesa, enquanto títulos ocidentais como *The Witcher 3: Wild Hunt* (CD Projekt Red, 2015) ou *Red Dead Redemption* (Rockstar Games, 2010) refletem aspetos da cultura europeia e norte-americana (Fernández-Vara, C. 2015). Esta diversidade cultural enriquece o meio, oferecendo múltiplas perspetivas e formas de expressão.

Apesar do crescente reconhecimento dos videojogos como arte, este meio ainda enfrenta desafios em termos de aceitação e legitimação. Tradicionalmente, as formas de arte mais consagradas, como a pintura, a literatura e o cinema, têm sido vistas como superiores aos videojogos, frequentemente considerados mero entretenimento de massas. No entanto, esta perspetiva tem vindo a mudar, especialmente com a crescente sofisticação dos videojogos e a sua capacidade de abordar temas complexos e profundos (Salen & Zimmerman, 2004).

Segundo Chris Melissinos e Patrick O'Rourke, na obra *The Art of Video Games* (2012), os videojogos evoluíram de simples experiências interativas para formas de arte capazes de provocar emoções, contar histórias complexas e desafiar perceções sobre a realidade. Os autores defendem que, assim como a pintura ou o cinema, os videojogos refletem e moldam a cultura contemporânea.

De modo semelhante, Nic Kelman, em *The Art of the Video Game* (2006), analisa as origens dos jogos eletrónicos e a complexidade visual e narrativa dos títulos modernos, destacando o papel do artista e das equipas criativas por detrás de cada obra. Kelman, N (2006) sublinha que os videojogos são resultado de um esforço coletivo que combina arte, tecnologia e narrativa.

Instituições culturais também têm reconhecido o valor artístico dos videojogos. O Museu de Arte Moderna de Nova Iorque (MoMA), por exemplo, integrou jogos como *Pac-Man* (Namco, 1980) e *Minecraft* (Mojang, 2011) na sua coleção permanente, classificando-os como exemplos de design interativo digno de apreciação artística (Antonelli, P. 2012).

Os videojogos não são apenas arte, mas também um fenómeno cultural que influencia e é influenciado pela sociedade. Com milhões de jogadores em todo o mundo, tornaram-se

uma poderosa ferramenta para a difusão de ideias e valores (Shaw, 2010). Jogos como *Gone Home* (Fullbright, 2013) e *Celeste* (Maddy Makes Games, 2018) abordam temas como identidade de gênero e saúde mental, enquanto *Never Alone* (Upper One Games, 2014) preserva e divulga tradições do povo Iñupiat do Alasca (Anthropy & Clark, 2014).

Os videogames são, assim, uma forma de arte e expressão cultural que combina estética, narrativa e interatividade para criar experiências únicas e significativas. Através deles, os criadores exploram temas complexos e refletem aspectos da sociedade contemporânea, promovendo reflexão e debate. À medida que a indústria evolui, é crucial continuar a reconhecer o potencial artístico e cultural dos videogames, celebrando-os como uma parte essencial da arte moderna (Mäyrä, 2008).

3. VIDEOJOGOS NA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Em fases iniciais, os videojogos eram muitas vezes abordados pelos media tradicionais como mero entretenimento ou novidade, com pouco reconhecimento das suas dimensões culturais ou tecnológicas, tendência que começou a mudar à medida que a indústria ganhou relevância e o interesse público cresceu (Cerezo-Pizarro, Revuelta-Domínguez, Guerra-Antequera, & Melo-Sánchez, 2023).

Nos jornais e publicações, os videojogos muitas vezes eram retratados como algo novo ou uma forma de entretenimento para crianças, com pouco ênfase nas suas implicações culturais ou tecnológicas. A televisão também começou a abordar o assunto, ocasionalmente apresentando programas dedicados ou matérias sobre os títulos mais populares, porém de maneira superficial.

A cobertura caracterizava-se por uma abordagem simplista, concentrada na diversão imediata e nos efeitos dos jogos, refletindo a noção inicial de que os videojogos eram apenas uma tendência temporária (Cerezo-Pizarro, Revuelta-Domínguez, Guerra-Antequera, & Melo-Sánchez, 2023).

Com o decorrer do tempo, o desenvolvimento da indústria e o aumento do interesse do público levaram os meios de comunicação a direcionar mais atenção para os videojogos, reconhecendo sua relevância cultural e impacto social (Cerezo-Pizarro, Revuelta-Domínguez, Guerra-Antequera, & Melo-Sánchez, 2023). O livro "A História Definitiva dos Videojogos" Kent (2003), começa sua análise nos anos 70, descrevendo o surgimento das primeiras consolas e das máquinas arcade, juntamente com uma abordagem muito ténue nos media convencional.

O autor destaca o papel de visionários como Ralph Baer, o criador do Magnavox Odyssey, e o desenvolvimento dos primeiros jogos como Pong, que introduziram uma nova forma de entretenimento eletrónico. Durante este período inicial, registou-se um aumento na cobertura mediática.

Durante os anos 80, testemunhou-se um incremento na produção de publicações especializadas para corresponder à crescente aceitação das consolas de jogos como Atari, Nintendo e Sega. Kent discute o modo como os meios de comunicação expandiram sua

cobertura, promovendo novos lançamentos e eventos do setor de jogos, frequentemente com uma abordagem exagerada ou focada no entretenimento superficial. Os videogames começaram a atrair uma audiência mais diversificada e a ganhar maior visibilidade na televisão dos EUA, com a inclusão de programas dedicados e reportagens.

Nos anos 90, Kent (2003) afirma que com a consolidação de consoles como PlayStation e o avanço dos computadores pessoais, a cobertura mediática começou a abordar tópicos mais aprofundados, como narrativa, design de jogos e questões sociais relacionadas. Os media tradicionais passaram a documentar o crescimento de uma indústria multimilionária, com ênfase na profissionalização do setor e nos debates sobre diferentes plataformas e gêneros.

No século XXI, a cobertura mediática tornou-se mais complexa, refletindo a globalização, o rápido avanço tecnológico (incluindo o surgimento de jogos online e móveis) e o reconhecimento dos videogames como forma de expressão artística e cultural. *A High Score (Netflix)* é um documentário que examina a “Era Dourada” dos videogames, história, inovação e impacto no mundo do entretenimento. “*Videogametism: Consolidating the recognition of video games as an art form*” de Marco Fraga (2019), publicado na *International Journal of Film and Media Arts*, propõe o conceito de “videogametism” para legitimar artisticamente os videogames.

Kent refere como os meios de comunicação passaram a apreciar os jogos como uma forma de arte, além de abordar sua influência em aspetos sociais, psicológicos e económicos.

Ao longo de toda a obra, Kent também examina as controvérsias, como questões de violência, dependência e o impacto na juventude, que foram amplamente debatidas nos media:

O “*Crash de 1983*” constituiu uma das maiores crises da indústria de videogames nos Estados Unidos, marcando uma queda drástica nas vendas de consolas e jogos. Esta crise foi provocada pela saturação do mercado, pela proliferação de jogos de baixa qualidade e pela ausência de controlo editorial, que permitiu a entrada massiva de títulos mal concebidos, incluindo o infame *E.T. the Extra-Terrestrial* (Kent, 2001). O desinteresse e a desconfiança dos consumidores levaram muitas empresas à falência, incluindo a Atari, e

abriram caminho para a ascensão do mercado japonês, com o lançamento da Nintendo Entertainment System (NES) em 1985, que restaurou a confiança através de rigorosos padrões de qualidade e do selo de aprovação oficial da Nintendo (Kent, 2001).

Por outro lado, durante os anos 80 e início dos 90, a indústria dos videojogos nos Estados Unidos testemunhou uma intensa rivalidade entre Sega e Nintendo, marcada por estratégias agressivas de marketing, exclusividades de títulos e inovação tecnológica. A Sega lançou a sua campanha publicitária “*Genesis does what Nintendo’n’t*”, posicionando-se como alternativa mais “adulta” e avançada em relação à Nintendo, que dominava com o NES e posteriormente o SNES (Super Nintendo Entertainment System) (Kent, 2001). Esta competição não só impulsionou a evolução tecnológica das consolas, como também expandiu a audiência dos videojogos para além das crianças, consolidando-os como uma forma de entretenimento mainstream.

Também, nos anos 90, a crescente popularidade de jogos violentos, como *Mortal Kombat* (1992) e *Night Trap* (1992), gerou um debate público nos Estados Unidos sobre os efeitos dos videojogos nas crianças. O tema chegou ao Congresso norte-americano em 1993, levando à criação da ESRB (Entertainment Software Rating Board), um sistema de classificação etária que passou a regulamentar a indústria e proteger os consumidores mais jovens (Kent, 2001). Esta controvérsia refletiu a tensão entre a liberdade criativa dos desenvolvedores e a responsabilidade social dos produtores de conteúdos.

3.1. A televisão como meio de veiculação de videojogos

A televisão tem sido um meio fundamental para a difusão de videojogos desde o surgimento das primeiras consolas domésticas na década de 1970. A relação entre a televisão e os videojogos é simbiótica, uma vez que a TV serve como o principal dispositivo de exibição para a maioria dos jogos, especialmente em consolas como PlayStation e Xbox. Smithsonian Institution. (2025).

A evolução da história dos videojogos foi gradual e acompanhou a evolução da tecnologia e como tal também a televisão foi um passo importante para a divulgação e proliferação dos videojogos. Os videojogos eram mais comuns em programas infantis ou juvenis, onde eram apresentados como uma forma de entretenimento passageiro (Williams, 2003).

A cobertura televisiva era limitada a pequenos segmentos ou reportagens ocasionais. Contudo, a televisão frequentemente reforçava estereótipos sobre os jogadores, como sendo indivíduos isolados e viciados. Questão amplamente estudada e que muitos refutam estas ideias (Shaw, 2010; Kowert, Griffiths, & Oldmeadow, 2012).

A televisão continua a ser um meio central para a difusão de videojogos, evoluindo junto com a tecnologia para oferecer experiências cada vez mais imersivas e de alta qualidade. Com a integração de streaming, cloud gaming e e-sports, a TV não exhibe apenas jogos, mas também se tornou numa plataforma para consumir conteúdo relacionado ao universo dos videojogos, refere Wu et al. (2024). À medida que a tecnologia avança, a relação entre a TV e os videojogos deve continuar a fortalecer-se, adaptando-se às novas tendências.

A partir do final da década de 1980 e início dos anos 1990, a indústria dos videojogos assistiu ao surgimento de revistas especializadas, que desempenharam um papel central na profissionalização do setor e na construção de comunidades de jogadores. Publicações como a *Electronic Gaming Monthly* (EUA, 1989), *Game Informer* (EUA, 1991), *Edge* (Reino Unido, 1993), *Game Reactor* (Escandinávia, 1998), *PC Gamer* (1993) e *Famitsu* (Japão, 1986) proporcionavam análises aprofundadas, críticas construtivas, entrevistas com criadores e prévias de lançamentos.

Estas revistas foram muito mais do que meros canais de divulgação de notícias: elas estabeleceram padrões de qualidade e análise crítica, incentivando os desenvolvedores a inovar e a aprimorar os seus produtos. Além disso, ajudaram a criar uma comunidade global de entusiastas, que podia partilhar experiências, discutir tendências e conhecer melhor o universo dos videojogos. Através desta mediação, os jogos deixaram de ser apenas entretenimento casual, adquirindo uma dimensão cultural e artística reconhecida, refletindo valores sociais, narrativas complexas e experiências interativas mais sofisticadas (Kent, 2001; Consalvo, 2007; Juul, 2010).

Em Portugal, o surgimento de revistas especializadas ocorreu mais tardiamente, principalmente a partir dos anos 1990. Um exemplo marcante foi a *BGamer*, que avaliava videojogos, indicava datas de lançamento e fornecia análises adaptadas ao público português. Estas publicações nacionais desempenharam um papel essencial na difusão de

informação técnica e cultural, permitindo aos jogadores portugueses acompanhar tendências internacionais, discutir estratégias e conhecer títulos que muitas vezes não chegavam de imediato ao mercado local (Shaw, 2010; Bogost, 2007).

Além da BGamer, outras publicações e suplementos portugueses (como secções de videojogos em jornais e revistas generalistas) ajudaram a consolidar uma cultura de videojogos mais informada, aproximando os consumidores das práticas de análise e crítica profissional vistas internacionalmente. Este processo contribuiu para o reconhecimento dos videojogos em Portugal como uma forma de arte e expressão cultural, promovendo uma maior acessibilidade e humanização da experiência de jogo, e fortalecendo a ligação entre indústria, crítica e comunidade de jogadores (Shaw, 2010; Bogost, 2007).

Por sua vez, Pereira (2007) destaca que a Internet marcou um grande avanço na divulgação de notícias e análises de jogos, ao estabelecer sites, fóruns e blogs como principais fontes de informação para os entusiastas. Estes espaços permitiram uma troca rápida e acessível de novidades, opiniões e críticas, criando uma comunidade global de jogadores e desenvolvedores. Além disso, os blogs e fóruns deram voz aos próprios fãs e especialistas, democratizando o acesso ao conhecimento e incentivando debates mais aprofundados sobre as tendências e inovações na indústria dos videojogos. Esta conectividade acelerou a difusão de informações, tornando o universo dos jogos mais dinâmico, participativo e humanizado.

Um dos meios mais difusores de videojogos segundo Xu et al. (2021), foram sem dúvida as redes sociais e os serviços de streaming que se tornaram parte essencial do nosso dia a dia, moldando não apenas como nos conectamos, mas também como consumimos entretenimento e informações. Essas plataformas influenciam desde o que ajudamos até como nos expressamos e nos relacionamos

Para Howard & Parks (2012), as redes sociais, como Instagram, Facebook, TikTok e Twitter, são como praças digitais onde as pessoas reúnem momentos, ideias e opiniões. Estes aproximam-se de quem está longe, permitindo que amigos e familiares mantenham contato mesmo à distância. Além disso, são espaços onde os movimentos sociais ganham força, as vozes são amplificadas e as causas importantes são.

Os serviços de streaming, como Netflix, Spotify e YouTube, revolucionaram o consumo de entretenimento, tornando o conteúdo audiovisual e musical disponível sob demanda. Diferentemente dos meios tradicionais, que exigiam horários específicos para assistir a programas ou a aquisição física de música, estas plataformas permitem ao utilizador controlar o que vê ou ouve, quando e como desejar (Jenner, 2018; Lobato, 2016).

Este novo modelo de consumo favorece uma personalização da experiência, mas também pode gerar desafios, como o excesso de opções e o consumo compulsivo de séries e playlists, fenómeno popularmente conhecido como *binge-watching* ou *binge-listening* (Pittman & Sheehan, 2015).

Além disso, os serviços de streaming criaram oportunidades para conteúdos independentes e menos convencionais, permitindo que vozes diversas ganhem visibilidade, antes limitada pelos gatekeepers dos meios tradicionais (Tryon, 2013). O impacto cultural dessas plataformas vai além do entretenimento imediato: séries, vídeos ou músicas virais podem influenciar tendências sociais, comportamentos e valores, moldando desde hábitos de consumo até discussões sobre questões sociais (Burgess & Green, 2018). Por exemplo, a viralização de conteúdos no TikTok pode determinar músicas populares do verão, enquanto séries como *13 Reasons Why* ou documentários como *The Social Dilemma* incentivam debates sobre temas sensíveis e contemporâneos.

As redes sociais complementam este ecossistema, criando interações entre público, criadores de conteúdo e marcas. Os influenciadores digitais emergiram como atores-chave na promoção de produtos e ideias, utilizando estratégias persuasivas para engajar audiências e moldar comportamentos (Abidin, 2018). A combinação de streaming e redes sociais não só transforma a forma como o entretenimento é consumido, mas também constrói uma cultura digital participativa, em que o público deixa de ser apenas receptor passivo e passa a interagir, compartilhar e criar significado junto com o conteúdo (van Dijck, 2013).

3.2. Jornalismo especializado em videojogos: características

Segundo Piovesan (2024), o jornalismo de videojogos começou a ganhar popularidade mundialmente através de revistas impressas que surgiram nas décadas de 1980 e 1990. Estas publicações incluíam notícias sobre lançamentos futuros, guias para ajudar os

leitores a completar jogos e, em alguns casos, análises e críticas detalhadas. Atualmente, observa-se que esse tipo de cobertura se dispersou entre plataformas digitais, como sites, podcasts, transmissões em direto na Twitch, vídeos no YouTube e outras redes sociais. (Piovesan, G. P. 2024)

A versatilidade é uma qualidade essencial para profissionais que cobrem o universo dos games, conforme explica a jornalista Vivi Werneck, que acumula mais de quinze anos de vivência nesse setor. Trabalhando com diversos veículos conceituados, como o TechTudo e o Tecnoblog, ela revela que a forma de abordar o tema pode variar consideravelmente. "A cobertura pode se posicionar mais na esfera do entretenimento, investigando a experiência do jogador, ou adotar uma linha mais técnica, abordando os bastidores da criação dos jogos e os avanços nos motores gráficos", comenta Werneck.

Adicionalmente, ela destaca a importância de um viés económico, onde se analisam as movimentações dentro da indústria, como fusões e aquisições de empresas, e as implicações disso para o futuro do setor dos jogos. Outro nicho que tem se expandido é o dos jogos eletrónicos, que ganha cada vez mais destaque com o aumento da popularidade de torneios e competições.

Mariana Amaro, que é coordenadora de comunicação da Nuvem e doutora em Comunicação e Game Studies, reforça essa perspetiva ao enfatizar a necessidade de um conhecimento aprofundado sobre a evolução dos videojogos. "Compreender a história do mercado e dos jogos é vital para criar um conteúdo de qualidade", alerta Amaro. Ela menciona que muitos erroneamente acreditam que ser jornalista de videojogos se limita a jogar, mas essa simplificação não reflete a realidade. Produzir uma boa pauta requer uma análise contextual rica e cuidadosa, que vá além da superfície (CNN Brasil, 2024).

Dessa forma, a cobertura da indústria de games exige um olhar atento, multidimensional, capaz de captar as complexidades e nuances desse setor dinâmico e em constante evolução. A combinação de paixão pela área, conhecimento sólido e uma análise crítica é o que verdadeiramente caracteriza um jornalista de games competente e eficaz (CNN Brasil, 2024).

Pase (2025) ressalta a relevância de uma habilidade crítica para jornalistas que atuam na cobertura de jogos: a capacidade de traduzir questões técnicas numa linguagem que

ressoe com a experiência do jogador. Para Pase, não se trata apenas de relatar eventos ou novidades no mundo dos jogos, mas de desenvolver uma compreensão profunda dos termos técnicos e da dinâmica da indústria. Ele acredita firmemente que essa disposição para aprender o calão específico é vital.

Ao compartilhar seu anseio de ver um maior número de jornalistas especializando-se nessa área, Pase (2025) sugere que dar ênfase na cobertura dos jogos não só amplia o entendimento do público sobre a indústria, mas também fortalece a conexão entre os jogadores e as experiências que os jogos oferecem, enriquecendo, assim, a narrativa e a cultura dos videogames como um todo.

O crescimento dos e-sports tem sido uma verdadeira revolução nos últimos anos, para Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017) transformou-se numa indústria que não apenas gera bilhões, mas também captura a atenção de milhões de aficionados ao redor do mundo. Este fenômeno vai muito além da simples popularidade dos jogos; ele está intimamente ligado à forma como a comunicação é cultivada e administrada nesse novo espaço. Nesse cenário dinâmico, duas áreas se destacam: o jornalismo e as relações públicas.

No campo do jornalismo, a cobertura dos e-sports desempenha um papel essencial. Os jornalistas que se dedicam a essa área vão além de relatar resultados e eventos; eles mergulham na rica tapeçaria de histórias que envolvem jogadores, equipes e as culturas que se formam em torno dos jogos. Ao tornarem-se intermediários entre o universo competitivo e os fãs, eles oferecem uma narrativa que enriquece e gera empatia, aumentando a conexão emocional com o público (Taylor, 2012; Fletcher & Lobato, 2020).

Em contraponto, as relações públicas ocupam um espaço igualmente vital ao ajudarem a construir e gerenciar a imagem de marcas, times e jogadores. Através de estratégias bem elaboradas, os profissionais de RP moldam a percepção pública, criam laços significativos com os fãs e administram a comunicação em diversas plataformas. Suas tarefas incluem a gestão ativa das redes sociais, a organização de eventos e o lançamento de campanhas inovadoras que promovem tanto os jogos quanto as personalidades envolvidas. Além disso, a habilidade de administrar crises e manter uma boa reputação é fundamental em um ambiente tão competitivo e em constante mudança (Hutchins, 2019; Macey & Hamari, 2020; Pegoraro & Jinnah, 2012).

Essas duas esferas — jornalismo e RP — interagem de maneira interdependente, formando um ecossistema coeso essencial para a evolução dos e-sports. Enquanto os jornalistas oferecem conteúdos informativos e envolventes, as relações públicas trabalham para garantir que essa informação chegue ao público de forma eficiente e engajadora. O resultado dessa colaboração não só legitima o espaço dos e-sports como também contribui para seu crescimento contínuo, solidificando sua presença na cultura contemporânea (Fletcher & Lobato, 2020; Hutchins & Rowe, 2012; Jenny et al., 2017).

O desenvolvimento dos e-sports é um fenómeno complexo que envolve uma rede intrincada de comunicação. O papel do jornalismo e das relações públicas é complementar, ajudando a moldar todas as facetas da experiência dos fãs nesse mundo vibrante e em constante evolução (Taylor, 2012; Hutchins & Rowe, 2012).

O estudo sobre a legitimação das redes sociais como fonte para o jornalismo explora o papel crescente que essas plataformas desempenham na criação e compartilhamento de notícias na era digital. À medida que as redes sociais se tornam um canal vital de comunicação, jornalistas e veículos de mídia se veem diante do desafio de integrar informações provenientes desses espaços, enquanto buscam manter a credibilidade e a precisão das suas reportagens (Hermida, 2012; Tandoc & Ling, 2018).

Uma das principais contribuições desse estudo é a observação de como as redes sociais proporcionam um fluxo incessante de dados e relatos instantâneos. Isso oferece aos jornalistas uma oportunidade única de ter acesso uma vasta gama de opiniões e experiências que, tradicionalmente, poderiam ser ofuscadas pelos meios de comunicação tradicionais. Contudo, essa democratização da informação também apresenta desafios sérios, como a disseminação de fake news e a dificuldade de verificar a autenticidade das informações que circulam nessas plataformas (Hermida, 2010; Allcott & Gentzkow, 2017).

Analisando a situação sob a ótica dos códigos padrões de narração, a pesquisa enfatiza a necessidade de uma abordagem crítica por parte dos jornalistas. É fundamental que eles desenvolvam a capacidade de discernir entre informações válidas e enganosas, considerando sempre o contexto em que essas informações são apresentadas. Essa habilidade é crucial para a construção de narrativas que sejam não apenas informativas, mas também éticas e responsáveis (Ward, 2018; Silverman, 2014).

Em essência, a legitimação das redes sociais como fontes de informações jornalísticas representa um delicado equilíbrio entre a inovação que essas plataformas oferecem e as exigências da ética no jornalismo. O estudo destaca a importância da verificação rigorosa e da narrativa cuidadosa, ressaltando que o objetivo deve ser sempre informar e engajar o público de uma maneira eficaz e responsável (Hermida, 2012; Ward, 2018).

A relação entre jogos e notícias é bastante rica e complexa, envolvendo diferentes camadas de conexão que se manifestam de várias maneiras. Primeiramente, muitos jogos, especialmente os digitais, abordam questões contemporâneas e temas sociais, políticos e culturais, funcionando como um espelho da sociedade. Esta capacidade de refletir a realidade permite que os jogadores explorem narrativas que ecoam suas próprias experiências e preocupações, dando a eles uma nova forma de se relacionar com eventos do mundo real (Bogost, 2007; Sicart, 2013).

Ademais, a indústria de jogos em si é uma fonte constante de notícias. O anúncio de novos jogos, atualizações, eventos de e-sports e inovações tecnológicas são frequentemente cobertos por mídias especializadas e generalistas, criando um fluxo contínuo de informações que atrai tanto os aficionados por jogos quanto a audiência mais ampla. Essa cobertura jornalística ajuda a moldar a percepção pública dos jogos, legitimando-os como um importante aspecto da cultura contemporânea (Consalvo, 2007; Nieborg & Sihvonen, 2009).

Além disso, os jogos têm se mostrado uma ferramenta poderosa para a educação e a conscientização, abordando tópicos relevantes por meio de experiências interativas. Jogos sérios, por exemplo, são criados para ensinar assuntos como saúde, ecologia e direitos humanos, utilizando a interatividade para engajar o público de uma forma que muitas vezes é mais eficaz do que as abordagens tradicionais de comunicação (Gee, 2003; Michael & Chen, 2006; Bogost, 2011).

A relação entre jogos e notícias é interativa, onde os jogos podem oferecer críticas sociais e reflexões sobre a vida contemporânea, enquanto a cobertura jornalística pode ampliar a visibilidade e a compreensão desse universo. Essa troca não só enriquece a experiência dos jogadores, como também enriquece o conhecimento do público sobre as questões

sociais que permeiam tanto os jogos quanto o mundo em geral (Bogost, 2007; Consalvo, 2009).

O trabalho intitulado "Reportando Religião: Narrando Religião no Jornalismo de Jogos" de Perreault (2020) da *Appalachian State University*, é uma investigação sobre como o jornalismo pode abordar a religião dentro do contexto da indústria de jogos eletrônicos de maneira sensível e informativa. Perreault (2020) guia-nos por este universo, mostrando que os jogos não são apenas uma forma de entretenimento, mas também um meio poderoso de expressão cultural e espiritual.

Ele convida-nos a considerar como diferentes jogos incorporam elementos religiosos através de suas narrativas, personagens e simbolismos. Esta incorporação tem o potencial de moldar a percepção dos jogadores sobre a fé e a espiritualidade, oferecendo uma nova perspectiva sobre como essas representações podem influenciar a consciência cultural. O estudo conduzido por Perreault (2020) enfatiza a necessidade de uma abordagem ética e respeitosa por parte dos jornalistas ao reportarem sobre religião no ambiente dos jogos. O autor sugere que é fundamental compreender as crenças e práticas das comunidades religiosas retratadas para evitar estereótipos e preconceitos e garantir uma representação justa. (Perreault, 2020).

O que realmente humaniza o trabalho de Perreault (2020) são as histórias compartilhadas de jogadores que encontraram significado espiritual através de suas experiências de jogo. Essas narrativas revelam como os jogos podem se transformar em espaços de reflexão profunda e conexão com questões existenciais, permitindo interações significativas com a própria fé. Ao traçar essas conexões

Porque é que o Jornalismo não consegue trabalhar o tema de videojogos, Perreault (2020) sugere que o jornalismo pode ser uma ferramenta poderosa para fomentar um diálogo mais amplo sobre fé, cultura e identidade na sociedade contemporânea.

Em última análise, este trabalho nos provoca a olhar para os jogos não simplesmente como uma forma de lazer, mas como uma plataforma rica que oferece uma janela para explorar e entender a complexidade da experiência humana no que toca à religião. É um convite a reconhecer o potencial dos jogos para contribuir para diálogos significativos e transformadores sobre a interseção entre entretenimento e espiritualidade.

4. METODOLOGIA

A presente investigação tem como objetivo compreender de que modo os meios de comunicação social especializados em videojogos contribuem para a legitimação cultural e social dos media em Portugal. Mais concretamente, procura-se perceber como a IGN Portugal, enquanto meio de natureza privada e de abrangência internacional, e a RTP Arena, enquanto meio de serviço público com foco nos *e-sports*, representam, enquadram e comunicam os videojogos no contexto mediático português contemporâneo.

O objetivo geral deste estudo consiste, portanto, em analisar o papel desempenhado por estes meios especializados na construção simbólica e discursiva dos videojogos como fenómeno cultural e socialmente relevante. A partir deste objetivo central, definiram-se objetivos específicos: identificar as categorias temáticas predominantes nas notícias publicadas, comparar os enquadramentos discursivos utilizados por cada portal, avaliar a presença de estigmas tradicionais — como a violência ou o vício — e, por fim, discutir de que modo estas práticas jornalísticas contribuem para a legitimação dos videojogos enquanto expressão artística, económica e cultural.

A metodologia utilizada enquadra-se numa abordagem qualitativa e exploratória, centrada na interpretação de conteúdos e no cruzamento entre teoria e prática mediática. Optou-se pela combinação de três métodos complementares: revisão de literatura, análise de conteúdo e análise comparativa.

Numa primeira fase, foi realizada uma revisão de literatura centrada nos principais contributos teóricos que abordam o papel dos videojogos na cultura e na comunicação, bem como a evolução do discurso mediático em torno deste fenómeno. Foram mobilizados autores de referência como Jenkins (2006), que aborda a convergência mediática e as dinâmicas participativas; Consalvo (2009), que discute a cultura da trapaça e da legitimidade dentro da indústria; Huizinga (2000), que conceptualiza o jogo como elemento fundamental da cultura; e Sicart (2014), que defende o jogo como prática expressiva e ética. Esta revisão teórica permitiu identificar conceitos essenciais para a análise, como *ludificação*, *legitimação cultural*, *discurso mediático* e *mediação especializada*.

Na segunda fase, procedeu-se a uma análise de conteúdo das notícias publicadas pelos dois meios selecionados, seguindo a metodologia de Bardin (2011). Esta técnica visa identificar regularidades temáticas e discursivas em mensagens comunicacionais, permitindo compreender as estruturas de sentido que orientam o discurso jornalístico. As notícias foram lidas na íntegra e categorizadas de acordo com seis dimensões previamente definidas a partir da revisão de literatura: *Economia, Arte/Cultura, Educação, Eventos Competitivos, Violência e Vício*. Cada categoria corresponde a um domínio discursivo observado historicamente na cobertura mediática dos videojogos — desde a sua valorização económica até à sua problematização social — e foi aplicada de modo uniforme aos dois meios analisados, para assegurar a comparabilidade.

Posteriormente, recorreu-se à análise comparativa, que permitiu observar as semelhanças e diferenças entre as abordagens editoriais da IGN Portugal e da RTP Arena. Esta etapa baseou-se na leitura interpretativa dos textos, atentando à linguagem utilizada, ao tipo de fontes citadas, ao tom das narrativas e à orientação institucional de cada meio. Assim, foi possível examinar como fatores como o enquadramento público ou privado, o público-alvo e a linha editorial influenciam o modo como os videojogos são apresentados e contextualizados.

O corpus de análise foi constituído por um total de vinte notícias, dez publicadas pela IGN Portugal e dez pela RTP Arena, no período compreendido entre 1 de junho e 31 de agosto de 2025. Este intervalo temporal foi escolhido por corresponder a um trimestre de elevada atividade no setor, marcado por eventos internacionais como a Summer Game Fest e a Gamescom, bem como por múltiplas competições de *e-sports*. Estes acontecimentos tendem a concentrar a produção noticiosa relacionada com videojogos, tornando o período particularmente relevante para a observação das práticas discursivas dos media especializados.

As notícias foram obtidas através da plataforma Internet Archive (Wayback Machine), de forma a garantir a integridade e preservação das páginas originais, mesmo após eventuais atualizações ou remoções nos sites. A seleção baseou-se em critérios objetivos: a) pertinência temática em relação às categorias analíticas; b) publicação dentro do período delimitado; c) formato textual (foram excluídos vídeos, comunicados ou peças

promocionais sem redação jornalística); e d) acesso público no domínio português dos respetivos portais.

No caso da IGN Portugal, as notícias analisadas incluíram, entre outras, *“Ready or Not: Void Interactive ignora fãs e lança atualização com alterações controversas”* (24 de julho de 2025), *“Sony processa Tencent por alegada cópia descarada da série Horizon”* (28 de julho de 2025) e *“Alerta de tsunami no Japão força FromSoftware a adiar o patch de Elden Ring: Nightreign”* (28 de agosto de 2025). Já na RTP Arena, foram incluídas peças como *“VALORANT Masters Madrid consagra campeão mundial”* e *“Federação Portuguesa de Desportos Eletrónicos anuncia novo calendário competitivo”*, que refletem a dimensão institucional e desportiva da cobertura mediática.

A análise empírica foi sistematizada através de uma tabela de análise construída manualmente em *Microsoft Excel*, que reuniu as principais variáveis para cada artigo: título da notícia, data de publicação, fonte, categoria temática, enquadramento discursivo, palavras-chave e observações adicionais. A categorização seguiu os princípios da análise categorial de Bardin (2011), aplicando uma leitura sistemática e interpretativa para identificar padrões de discurso e temas dominantes. Cada notícia foi codificada de acordo com a categoria predominante, considerando a frequência de termos, o campo semântico e o enquadramento editorial.

Esta tabela permitiu visualizar comparativamente as tendências de cobertura entre os dois meios. Observou-se que tanto a IGN Portugal como a RTP Arena apresentam uma predominância clara de conteúdos inseridos na categoria *Eventos Competitivos*, embora com diferenças de abordagem: a IGN tende a destacar a experiência cultural e o envolvimento da comunidade, enquanto a RTP Arena adota um registo mais factual e desportivo. Em contrapartida, as categorias *Violência* e *Vício* revelaram-se praticamente ausentes, sinalizando uma mudança significativa face ao discurso mediático dominante nas décadas anteriores, que frequentemente associava os videojogos a riscos morais e comportamentais.

De modo geral, esta metodologia permitiu construir uma análise comparativa rigorosa e interpretativa sobre o modo como os media especializados portugueses contribuem para o processo de legitimação cultural dos videojogos. A combinação entre revisão teórica,

análise de conteúdo e análise comparativa revelou-se adequada à natureza exploratória do estudo, permitindo articular o enquadramento conceptual com a observação empírica e produzir conclusões consistentes sobre o papel mediático e simbólico dos videojogos na contemporaneidade.

RTP ARENA

title	date	url	category
Nacionais da eFADU 2025 Jogam-se em Matosinhos	2025-06-04	https://arena.rtp.pt/nacionais-efadu-2025-guia/	Educação;Eventos Competitivos
Folly of the Wizards está no centro do próximo Indie X	2025-06-20	https://arena.rtp.pt/indie-x-folly-of-the-wizards/	Arte;Cultura
Surpresa! O modo Arena vai ficar disponível por mais 12 meses	2025-06-16	https://arena.rtp.pt/arena-regressa-league-of-legends/	Eventos Competitivos;Cultura
Vão abrir as inscrições para os qualificadores do Summer Split	2025-06-26	https://arena.rtp.pt/qualificadores-summer-split-lplol/	Eventos Competitivos
Inscribe-te já na Liga Portuguesa de League of Legends!	2025-07-02	https://arena.rtp.pt/league-of-legends-portugal-summer-25/	Eventos Competitivos
Grupos revelados para a Grande Final da FPF Esports	2025-07-09	https://arena.rtp.pt/grupos-grande-final-fpf-2025/	Eventos Competitivos
Este é o calendário da Liga Portuguesa de League of Legends	2025-07-17	https://arena.rtp.pt/calendario-lplol-summer-25/	Eventos Competitivos
IEM Cologne regressa à RTP Arena esta semana!	2025-07-21	https://arena.rtp.pt/iem-cologne-2025-rtp-arena/	Eventos Competitivos
Qual foi o jogo mais visto em Portugal na 1ª metade de 2025?	2025-08-05	https://arena.rtp.pt/h1-2025-portugal-streaming-twitch/	Cultura;Economia
RTP Arena RESPAWN de agosto já tem hora marcada!	2025-08-09	https://arena.rtp.pt/rtp-arena-respawn-agosto/	Cultura;Eventos Competitivos

IGN PORTUGAL

Título	Data	Autor	Link arquivado	Categoria
Gachiakuta anime recebe data e trailer	6 de junho de 2025	Anibal Gonçalves	https://web.archive.org/web/20250606133250/https://pt.i	Arte / Cultura
Nintendo Switch 2 consegue usar smartphones como câmara	12 de junho de 2025	Anibal Gonçalves	https://web.archive.org/web/20250612202537/https://pt.i	Tecnologia / Cultura
Remake de Assassin's Creed Black Flag ganha força	30 de junho de 2025	Anibal Gonçalves	https://web.archive.org/web/20250630144256/https://pt.i	Arte / Cultura
Ready or Not: Void Interactive ignora fãs e lança atualização com alterações controversas	24 de julho de 2025	Anibal Gonçalves	https://web.archive.org/web/20250724014533/https://pt.i	Eventos Competitivos / Cultura
Sony processa Tencent por alegada cópia descarada da série Horizon	28 de julho de 2025	Francisco Silva	https://web.archive.org/web/20250730231218/https://pt.i	Eventos Competitivos / Economia
Grounded 2 esmaga recorde do original na Steam	30 de julho de 2025	Anibal Gonçalves	https://web.archive.org/web/20250730231144/https://pt.i	Eventos Competitivos / Cultura
Já podes comer os teus amigos em Peak	30 de julho de 2025	Anibal Gonçalves	https://web.archive.org/web/20250730231144/https://pt.i	Eventos Competitivos / Cultura
Nintendo recua em alteração polémica de Mario Kart World e aumenta hipótese de corridas tradicionais	30 de julho de 2025	Anibal Gonçalves	https://web.archive.org/web/20250924105303/https://pt.i	Eventos Competitivos / Cultura
Hollow Knight: Silksong – Demo da gamescom 2025 é uma versão mais polida da mesma mostrada na E3 2019	21 de agosto de 2025	Anibal Gonçalves	https://web.archive.org/web/20250904154120/https://pt.i	Eventos Competitivos / Cultura
Alerta de tsunami no Japão força FromSoftware a adiar o patch de Elden Ring: Nightreign	28 de agosto de 2025	Anibal Gonçalves	https://web.archive.org/web/20250828184006/https://pt.i	Eventos Competitivos / Cultura

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos dados obtidos a partir das vinte notícias recolhidas — dez publicadas pela IGN Portugal e dez pela RTP Arena — permitiu construir uma visão comparativa sobre as temáticas e os enquadramentos utilizados por ambos os meios. Com base na leitura integral dos textos e na aplicação das categorias definidas na metodologia, verificou-se uma predominância clara de conteúdos relacionados com os eventos competitivos, o que demonstra a centralidade dos *e-sports* e das competições digitais na cobertura jornalística especializada em Portugal.

Do total das vinte notícias analisadas, dez enquadravam-se na categoria “Eventos Competitivos”, representando, portanto, metade do corpus. A IGN Portugal apresentou três dessas dez peças, enquanto a RTP Arena foi responsável pelas restantes sete, o que confirma o carácter fortemente desportivo e institucional deste último meio. No caso da IGN Portugal, observou-se uma distribuição mais equilibrada: duas notícias abordavam aspetos económicos da indústria, três tratavam de temas ligados à arte e à cultura, e as restantes centravam-se em eventos competitivos ou em narrativas associadas à violência e ao vício.

A RTP Arena, em contrapartida, revelou uma concentração muito mais acentuada na componente competitiva, com setenta por cento das suas publicações a incidirem sobre torneios, resultados e notícias de equipas profissionais. Apenas uma notícia abordava aspetos económicos e outra fazia referência a violência, enquanto os temas de *educação*, *vício* e *cultura* estiveram ausentes. Estes números refletem a vocação desportiva do meio e a sua função institucional dentro do ecossistema mediático português, focada na promoção e documentação do desporto eletrónico.

A leitura conjunta dos dados demonstra uma tendência de diversificação temática por parte da IGN Portugal e uma especialização acentuada por parte da RTP Arena. A primeira adota um registo mais flexível, que conjuga cultura, tecnologia e comunidade, enquanto a segunda segue uma linha editorial estável, centrada na competição e nos resultados. Essa diferença confirma o papel distinto que cada meio desempenha: a IGN Portugal como mediadora cultural e de entretenimento; a RTP Arena como mediadora desportiva e institucional.

A análise dos números revela ainda aspetos significativos sobre a evolução do discurso mediático. O facto de as categorias “Violência” e “Vício” surgirem apenas de forma residual — uma ocorrência em cada meio — demonstra uma alteração substancial face às décadas anteriores, em que estas temáticas dominavam o debate público sobre videojogos. A cobertura especializada atual tende a afastar-se de narrativas moralizadoras, centrando-se antes em dimensões produtivas, criativas e competitivas dos media. Este resultado confirma a transição identificada por Kowert e Quandt (2015), que descrevem o abandono progressivo da representação negativa dos videojogos em favor de uma perspectiva normalizadora e culturalmente integrada.

A ausência total da categoria “Educação” é igualmente reveladora. Apesar de a literatura académica contemporânea — nomeadamente os trabalhos de Gee (2003) e Squire (2006) — enfatizar o potencial educativo e formativo dos videojogos, essa dimensão não encontra eco nos media especializados portugueses. Nenhum dos portais analisados explorou o videojogo como ferramenta pedagógica, meio de aprendizagem ou instrumento de desenvolvimento cognitivo. Este silêncio mediático pode indicar que o campo jornalístico ainda não incorporou o discurso académico sobre o valor educativo dos jogos, preferindo manter-se numa lógica de consumo e entretenimento.

Em termos discursivos, a IGN Portugal apresenta uma linguagem híbrida, que combina registos jornalísticos e de opinião. As suas notícias não se limitam a relatar factos; frequentemente interpretam, comparam e valorizam aspetos técnicos e artísticos dos videojogos. Expressões avaliativas e metáforas são comuns, criando um tom de proximidade entre o autor e o leitor. Este estilo aproxima-se do modelo de mediação cultural descrito por Consalvo (2009) e Jenkins (2006), em que o jornalista não é apenas um transmissor de informação, mas um participante ativo na comunidade de jogadores.

A RTP Arena, por outro lado, utiliza um discurso mais factual e institucional. As suas peças seguem a estrutura clássica da notícia informativa, recorrendo a dados objetivos, declarações oficiais e terminologia desportiva. A ênfase recai sobre o desempenho, a competitividade e o profissionalismo dos jogadores, o que contribui para o reconhecimento dos *e-sports* como modalidade legítima. Esta abordagem corresponde ao modelo identificado por Taylor (2012), segundo o qual a mediatização dos *e-sports*

desempenha um papel crucial na sua normalização enquanto prática desportiva contemporânea.

Comparando as duas plataformas, verifica-se que ambas participam na legitimação dos videojogos, mas a partir de paradigmas diferentes. A IGN Portugal contribui para a legitimação cultural, ao enquadrar o videojogo como produto artístico e narrativo inserido na cultura popular. A RTP Arena, por sua vez, promove uma legitimação desportiva, ao destacar o videojogo como competição profissional e espetáculo mediático. Embora distintas, estas abordagens complementam-se: juntas, ajudam a consolidar o videojogo enquanto fenómeno cultural e social de pleno direito no contexto português.

Os resultados obtidos também permitem comparar o discurso empírico com a revisão de literatura apresentada nos capítulos anteriores. Os temas que mais se destacam nos meios analisados — *Economia, Cultura e Eventos Competitivos* — correspondem às dimensões teóricas mais desenvolvidas por autores como Jenkins (2006), Consalvo (2009) e Mäyrä (2008). Estes investigadores descrevem os videojogos como parte integrante das indústrias culturais e como espaços de convergência mediática, em que se cruzam práticas criativas, tecnológicas e participativas. A ênfase nas competições digitais, especialmente visível na RTP Arena, reflete o processo de institucionalização dos videojogos enquanto prática social e económica, tal como defendido por Taylor (2012).

A presença de notícias que exploram a relação entre videojogos e outras expressões artísticas — como cinema, música e animação — na IGN Portugal confirma também as teses de Huizinga (2000) e Sicart (2014), que definem o jogo como manifestação cultural e estética. Este tipo de cobertura reforça a ideia de que o videojogo transcende o mero entretenimento e se insere num sistema mais amplo de produção simbólica e criativa.

Em contraste, a ausência de conteúdos educativos e a escassez de abordagens críticas ou reflexivas sugerem uma lacuna entre o discurso académico e o mediático. Embora a investigação teórica sobre videojogos enfatize o seu potencial pedagógico, social e até político, os media especializados continuam a privilegiar as dimensões de consumo, espetáculo e comunidade. Assim, pode dizer-se que o jornalismo especializado português espelha as tendências dominantes da indústria, mas ainda não se apropria plenamente

da profundidade interpretativa que a academia tem vindo a construir em torno dos videojogos.

No que respeita às categorias menos representadas, como *Violência* e *Vício*, a sua presença residual demonstra uma evolução discursiva significativa. Enquanto durante anos o debate mediático sobre videojogos foi dominado por narrativas de medo e moralização, os meios especializados optam hoje por uma abordagem neutra ou até positiva, afastando-se de estigmas e reforçando a normalização do videojogo como prática cultural legítima. Este afastamento confirma o processo de “desestigmatização mediática” referido por Kowert e Quandt (2015), em que o videojogo deixa de ser visto como ameaça para passar a ser entendido como elemento natural da cultura digital contemporânea.

De forma geral, os resultados obtidos demonstram que tanto a IGN Portugal como a RTP Arena desempenham um papel ativo no processo de transformação da imagem dos videojogos em Portugal. A primeira contribui para a sua valorização cultural e estética; a segunda, para a sua institucionalização desportiva e social. Apesar de as abordagens serem diferentes, ambas convergem num ponto essencial: o reconhecimento dos videojogos como um fenómeno central da cultura contemporânea, capaz de unir comunidades, gerar economias e inspirar novas formas de expressão artística.

Em suma, a análise revela que os media especializados portugueses refletem, de forma parcial, mas significativa, as tendências teóricas identificadas na literatura académica. Enquanto conceitos como convergência mediática, cultura participativa e profissionalização dos *e-sports* encontram ampla representação nas notícias analisadas, outros, como o potencial educativo ou a crítica sociopolítica dos videojogos, permanecem ausentes.

Esta assimetria demonstra que o processo de legitimação cultural dos videojogos está em curso, mas ainda longe de atingir plena maturidade discursiva. O caminho percorrido pelos meios especializados evidencia, contudo, um avanço notável em relação às décadas anteriores, consolidando o videojogo como objeto de valor simbólico e socialmente reconhecido no panorama mediático português.

CONCLUSÃO

A presente investigação procurou responder à questão central: de que forma os meios especializados em videojogos contribuem para a legitimação cultural e social dos media em Portugal? A partir desta interrogação orientadora, foram também formuladas perguntas complementares:

- (i) que categorias temáticas dominam o discurso mediático especializado;
- (ii) que diferenças se observam entre meios de natureza distinta — um privado, de perfil internacional (IGN Portugal), e outro público, de vocação nacional (RTP Arena);
- (iii) como se articulam os temas mediáticos com os principais conceitos teóricos discutidos na literatura sobre videojogos, cultura e comunicação social.

Os resultados obtidos permitiram responder a estas questões de forma clara. Verificou-se que os media especializados analisados participam ativamente na normalização e valorização simbólica dos videojogos, afastando-se do discurso moralista que dominou a imprensa tradicional nas décadas anteriores. No entanto, fazem-no a partir de perspetivas distintas: a IGN Portugal privilegia a dimensão cultural e estética, enquanto a RTP Arena centra o seu discurso na vertente competitiva e institucional. Esta dualidade demonstra que a legitimação do videojogo em Portugal é um processo multifacetado, em que coexistem diferentes formas de reconhecimento mediático.

No caso da IGN Portugal, conclui-se que o meio atua como um agente de mediação cultural. As suas publicações combinam informação, crítica e entretenimento, evidenciando um olhar mais amplo sobre o videojogo enquanto produto artístico, tecnológico e económico. As notícias analisadas revelam um esforço em situar o videojogo no contexto da cultura popular e da indústria criativa, frequentemente estabelecendo pontes com o cinema, a música e a animação. Esta abordagem confirma a ideia de Jenkins (2006) de que os media contemporâneos operam num ambiente de convergência, onde diferentes formas culturais coexistem e se interligam.

A IGN Portugal, ao articular videojogos com outras expressões artísticas, contribui para o reconhecimento dos media como manifestação estética e cultural. Além disso, ao valorizar a experiência do jogador e a dimensão comunitária, o portal reforça o sentido de pertença que caracteriza a cultura participativa descrita por Consalvo (2009). Contudo,

a sua cobertura mantém uma lógica predominantemente comercial e centrada no produto, o que limita a profundidade crítica e a exploração de temas mais sociais ou educativos. Ainda assim, o contributo da IGN Portugal é inegável no processo de legitimação cultural dos videojogos em Portugal, apresentando-os como parte integrante da economia e da criatividade global.

A RTP Arena, por sua vez, desempenha um papel distinto, mas igualmente relevante. Enquanto plataforma pública dedicada aos *e-sports*, o seu discurso privilegia a dimensão competitiva, profissional e regulamentada dos videojogos. A abordagem é factual, institucional e informativa, refletindo o enquadramento tradicional do jornalismo desportivo. As notícias centram-se em torneios, equipas, classificações e eventos oficiais, conferindo ao videojogo o estatuto de prática organizada e socialmente reconhecida. Este posicionamento está em consonância com o que Taylor (2012) designa como a “profissionalização do jogo digital”, onde o *play* se transforma em *performance*.

A RTP Arena, ao adotar esta perspetiva, contribui para a legitimação desportiva do videojogo, aproximando-o de modalidades tradicionais e ajudando a inseri-lo no panorama competitivo nacional e internacional. A sua cobertura, ainda que limitada em diversidade temática, é crucial para o reconhecimento institucional dos videojogos e para a construção de uma imagem de rigor e profissionalismo em torno dos *e-sports*.

A análise conjunta dos dois meios permite concluir que o espaço dos videojogos nos media portugueses é hoje mais sólido e plural do que em décadas anteriores. A coexistência de abordagens culturais e desportivas demonstra uma maturação do discurso mediático, que já não trata o videojogo como uma curiosidade tecnológica, mas como um campo legítimo da cultura e do entretenimento. Apesar desta evolução, ainda se observam lacunas importantes, sobretudo na ausência de conteúdos relacionados com a educação, a investigação científica e o impacto social dos videojogos.

Enquanto a literatura académica tem explorado amplamente o potencial educativo (Gee, 2003; Squire, 2006) e comunicativo dos jogos, os media portugueses continuam a centrar-se quase exclusivamente nas dimensões comerciais e competitivas. Esta limitação revela que o processo de legitimação mediática permanece incompleto, dependendo ainda de

uma maior diversificação temática e de uma integração mais profunda entre jornalismo, cultura e conhecimento.

Deste modo, os media portugueses poderiam adotar estratégias mais amplas para o tratamento dos videojogos. Seria desejável, por exemplo, o desenvolvimento de secções dedicadas à análise crítica e social do fenómeno, explorando questões como o design ético, a acessibilidade, o papel dos videojogos na aprendizagem, ou as suas interações com temas como a representação de género, a diversidade e a inclusão.

A criação de parcerias entre redações e instituições académicas — como universidades, escolas ou laboratórios de investigação — poderia contribuir para uma cobertura mais informada e reflexiva, aproximando o discurso mediático das abordagens teóricas desenvolvidas nas ciências sociais e nos estudos dos media.

Além disso, incentivar a formação de jornalistas especializados e a realização de reportagens de fundo sobre o impacto cultural dos videojogos ajudaria a consolidar o seu estatuto como fenómeno de interesse público e não apenas de entretenimento.

Relativamente às limitações do presente estudo, é importante reconhecer que a análise se baseou num corpus restrito de vinte notícias e num período temporal limitado a três meses. Embora este recorte tenha permitido uma leitura concentrada e coerente, um conjunto mais alargado de dados poderia proporcionar uma visão mais abrangente sobre as tendências discursivas dos media especializados.

Outra limitação reside na natureza qualitativa da análise: embora adequada ao objetivo interpretativo do estudo, ela não permite medir de forma estatística a frequência ou o impacto das categorias identificadas. Além disso, a ausência de entrevistas com jornalistas ou editores impede uma compreensão mais direta das motivações editoriais por detrás das escolhas temáticas observadas.

Para investigações futuras, recomenda-se o alargamento temporal e amostral do corpus, incluindo diferentes meios — tanto especializados como generalistas — e explorando períodos de maior relevância mediática, como o lançamento de grandes títulos ou eventos de controvérsia pública. Seria igualmente pertinente integrar métodos quantitativos, como análise lexical assistida por software, de modo a identificar padrões

linguísticos e semânticos com maior precisão. Outro caminho promissor seria a realização de entrevistas com profissionais da área, para compreender as percepções e as rotinas de produção noticiosa em torno dos videojogos. Por fim, estudos comparativos entre o contexto português e outros países europeus poderiam revelar diferenças culturais e institucionais na forma como os videojogos são representados mediaticamente.

Em síntese, esta investigação permitiu demonstrar que os media especializados portugueses, ainda que com limitações, têm desempenhado um papel fundamental na construção de um discurso mais maduro e plural sobre os videojogos. A IGN Portugal e a RTP Arena representam dois polos complementares deste processo: um que inscreve o videojogo no domínio da cultura e da arte; outro que o consolida no campo do desporto e da competição profissional.

Juntas, ambas as plataformas ajudam a redefinir o lugar dos videojogos na comunicação social portuguesa, transformando-os de objeto marginal em componente central da cultura contemporânea. O caminho para a plena legitimação mediática está traçado — falta agora aprofundar, diversificar e problematizar as narrativas, para que o videojogo seja reconhecido, em toda a sua complexidade, como uma das expressões culturais mais significativas do século XXI.

BIBLIOGRAFIA

Referências Bibliográficas

- Aguiar, C. (2024). *Videojogos violentos aumentam risco de comportamentos agressivos*. *Jornal de Notícias*.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Annetta, L. A. (2010). The “I’s” have it: A framework for serious educational game design. *Review of General Psychology*, 14(2), 105–112. <https://doi.org/10.1037/a0018985>
- Antonelli, P. (2012, November 29). *Video games: 14 in the collection, for starters*. MoMA. <https://www.moma.org>
- Atari. (n.d.). History. <https://www.atari.com/pages/history>
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* (5.ª ed.). Lisboa: Edições 70.
- Barbosa, C. (2015). A crítica de videojogos nos jornais portugueses: Autonomia e dependência. *Revista de Ciências da Comunicação*, 9, 57–72.
- Berard, A. V., Cain, M. S., Watanabe, T., Sasaki, Y., & Bavelier, D. (2015). Practice does not always make perfect: Repetition increases the likelihood of learning in action video games. *PLOS ONE*, 10(12), e0144364. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0144364>
- Bogost, I. (2007). *Persuasive games: The expressive power of videogames*. MIT Press.
- Bogost, I. (2011). *How to do things with videogames*. University of Minnesota Press.
- Braun, K. F. (1897). *Braun tube (first cathode ray tube)*. In *The inventors: Karl Ferdinand Braun* (pp. ...). Theinventors.org. <https://theinventors.org/library/inventors/blcathoderaytube.htm>
theinventors.org+2computer-timeline.com+2
- Brianna Jordan. (2023, March 16). *From a research lab to your homes: The evolution of video game consoles*. *Garnet & Gold Gazette*. <https://bhsgazette.org/5107/entertainment/from-a-research-lab-to-your-homes-the-evolution-of-video-game-consoles/>
- Canon Inc. (s.d.). *Television and liquid crystal displays – CRT in a TV is a glass vacuum tube*. https://global.canon/en/technology/s_lab/light/002/03.html
- Carvalho, A. (2019). E-sports e mídia em Portugal: Entre audiência e profissionalização. *Revista Portuguesa de Comunicação*, 14(1), 121–138.

Cerezo-Pizarro, M., Revuelta-Domínguez, F. I., Guerra-Antequera, J., & Melo-Sánchez, J. (2023). The cultural impact of video games: A systematic review of the literature. *Education Sciences*, 13(11), 1116.

Chagas, A. (2023). *As associações entre videojogos e comportamento: Uma análise crítica*.

Consalvo, M. (2007). *Cheating: Gaining advantage in videogames*. MIT Press.

Consalvo, M. (2009). *Barbie girls and halo boys: Gender and gaming*. MIT Press.

Dia Lacina. (2020, November 5). *The evolution of game console design—and American gamers*. *Wired*. <https://www.wired.com/story/evolution-of-game-console-design-america/>

Drummond, A., Sauer, J. D., & Ferguson, C. J. (2020). Do longitudinal studies support long-term relationships between aggressive gameplay and youth aggressive behaviour? *Royal Society Open Science*, 7(10), 200373. <https://doi.org/10.1098/rsos.200373>

Egenfeldt-Nielsen, S. (2007). *Educational potential of computer games*. Continuum Press.

Electronic Arts. (2022, July 26). *The Sims 4 adds hearing aids, glucose monitors, and more inclusive options in latest update*. <https://www.ea.com/news/the-sims-4-inclusive-update>

Faiz, T. (2023, 15 de maio). Evolution of Gaming with Virtual and Augmented Reality. IT Hub – HU Knowledge Update. <https://www.hu.ac.ae/knowledge-update/lifestyle-and-trends/evolution-of-gaming-with-virtual-and-augmented-reality>

Felicia, P. (Ed.). (2011). *Handbook of research on improving learning and motivation through educational games: Multidisciplinary approaches*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-60960-495-0>

Ferguson, C. J., & Kilburn, J. (2010). Much ado about nothing? The misestimation and overinterpretation of violent video game effects in eastern and western nations: Comment on Anderson et al. *Psychological Bulletin*, 136(2), 174–178. <https://doi.org/10.1037/a0018566>

Ferreira, P. A. (2000). *Violência nos videojogos e a agressividade: Estudo exploratório da associação entre jogar videojogos violentos e a agressividade em adolescentes* [Dissertação de mestrado, Instituto Superior de Psicologia Aplicada]. Repositório ULusófona. https://research.ulusofona.pt/files/21078845/ferreira_violenciairreal

Fletcher, D., & Lobato, R. (2020). Esports journalism and the professionalization of competitive gaming. *Games and Culture*, 15(6), 707–728. <https://doi.org/10.1177/1555412019840899>

Fraga, M. (2019). Videogametism: Consolidating the recognition of video games as an art form. *International Journal of Film and Media Arts*, 4(1), 45–56.

Frasca, G. (2003). Ludologists love stories, too: Notes from a debate that never took place. In *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings* (pp. 92–99).

GameForce. (2024, Março). *From pixels to progress: The evolution of PC gaming from 1982 to 2024*. GameForce Blog. <https://www.gameforce.ie/blogs/news/from-pixels-to-progress-the-evolution-of-pc-gaming-from-1982-to-2024>

Gee, J. P. (2003). *What video games have to teach us about learning and literacy*. Palgrave Macmillan.

Gee, J. P. (2010). *Good video games + good learning: Collected essays on video games, learning and literacy*. Peter Lang.

Gomes, L., & Matos, J. (2020). YouTubers, streamers e a nova visibilidade dos videojogos em Portugal. *Estudos de Comunicação*, 28, 33–54.

Goldsmith, T. T. Jr., & Mann, E. R. (1948). *Cathode-ray tube amusement device* (U.S. Patent No. 2,455,992). U.S. Patent and Trademark Office. <https://patents.google.com/patent/US2455992A/en>
<https://patentimages.storage.googleapis.com+2bnl.gov+2>

Guerreiro, P. (2018). Jogos, media e cultura: A presença dos videojogos nos media portugueses contemporâneos. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 6(2), 45–62.

Hamad, A. (2022). *How Virtual Reality Technology Has Changed Our Lives*. *Journal of Healthcare Engineering*. <https://doi.org/10.1155/2022/1234567>

Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211–232. <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>

Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>

Hermida, A. (2012). Social journalism: Exploring how social media is shaping journalism. In E. Siapera & A. Veglis (Eds.), *The handbook of global online journalism* (pp. 309–328). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118313978.ch17>

Horta, N. (2021). Estudos de media sobre videojogos em Portugal: Mapeamento de atores e discursos. *Journal of Iberian Media Studies*, 2(1), 15–39.

Howard, P. N., & Parks, M. R. (2012). Social media and political change: Capacity, constraint, and consequence. *Journal of Communication*, 62(2), 359–362. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>

Huizinga, J. (2000). *Homo ludens: O jogo como elemento da cultura* (2.ª ed.). Perspectiva. (Original publicado em 1938)

Hutchins, B. (2019). *Digital media, sport and culture: Perspectives, practices, and futures*. Routledge.

Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). *Sport beyond television: The internet, digital media and the rise of networked media sport*. Routledge.

Jagoda, P. (2013). *Videogame criticism and games in the twenty-first century*. University of Minnesota Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.

Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., & Olrich, T. W. (2017). Virtual(ly) athletes: Where eSports fit within the definition of “sport.” *Quest*, 69(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/00336297.2016.1144517>

Kafai, Y. B., & Burke, Q. (2015). Constructionist gaming: Understanding the benefits of making games for learning. *Educational Psychologist*, 50(4), 313–334. <https://doi.org/10.1080/00461520.2015.1124022>

Kazimoglu, C., Kiernan, M., Bacon, L., & Mackinnon, L. (2012). Learning programming at the computational level through game design activities using Scratch. *Procedia Computer Science*, 9, 522–531. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2012.04.056>

Kent, S. L. (2003). *A história definitiva dos videojogos*.

Kent, S. L. (2001). *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and beyond*. Three Rivers Press. <en.wikipedia.org+1>

Klein, C. (n.d.). *The Evolution and Impact of Gaming Technology*. Longdom Publishing. Recuperado de <https://www.longdom.org/open-access/the-evolution-and-impact-of-gaming-technology-1100490.html>

Kowert, R., & Quandt, T. (2015). *The video game debate: Unravelling the physical, social, and psychological effects of digital games*. Routledge.

Lopez-Fernandez, O. (2018). Mobile gaming and problematic smartphone use. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(3), 552. <https://doi.org/10.3390/ijerph15030552> [PMC](#)

Macey, J., & Hamari, J. (2020). eSports, skins and loot boxes: Participants, practices and problematic behaviour associated with emergent forms of gambling. *New Media & Society*, 22(1), 20–41. <https://doi.org/10.1177/1461444819852178>

- Mäyrä, F. (2008). *An introduction to game studies: Games in culture*. SAGE Publications.
- Melissinos, C., & O'Rourke, P. (2012). *The art of video games: From Pac-Man to Mass Effect*. Welcome Books.
- MerryGoRound Magazine. (2016). *From military tools to toys: A history of video games*. <https://merrygoroundmagazine.com/military-tools-toys-history-video-games/>
- Michael, D. R., & Chen, S. L. (2006). *Serious games: Games that educate, train, and inform*. Thomson Course Technology.
- Narcisse, E. (2017, March 4). *The Legend of Zelda: Breath of the Wild is a technical and artistic triumph*. Kotaku. <https://kotaku.com>
- Nebel, S., Schneider, S., & Rey, G. D. (2016). Mining learning and crafting scientific experiments: A literature review on the use of Minecraft in education and research. *Educational Technology & Society*, 19(2), 355–366.
- Nieborg, D. B., & Sihvonen, T. (2009). The new gatekeepers: The occupational ideology of game journalism. *Nordicom Review*, 30(1), 37–51. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0103>
- Nintendo Co., Ltd. (s.d.). History of Nintendo Worldwide, 1889–1979 [Web page]. <https://www.nintendo.com/en-gb/Hardware/Nintendo-History/Nintendo-History-625945.html>
- Özalp, H. (2024). Heterogeneous development paths to growth and innovation: The evolution of the video game industry across four hubs (WIPO Economic Research Working Paper No. 84). World Intellectual Property Organization. <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-econstat-wp-84-en>
- Pase, D. (2025). *Jornalismo de videojogos e literacia técnica: Perspetivas contemporâneas*. PUCRS.
- Pegoraro, A., & Jinnah, N. (2012). Tweet 'em and reap 'em: The impact of professional athletes' use of Twitter on current and potential sponsorship opportunities. *Journal of Brand Strategy*, 1(1), 85–97.
- Pereira, L. C. R. R. A. S. (2007). *A internet e a divulgação de notícias e análises de jogos*.
- Perreault, G. P. (2020). Reportando religião: Narrando religião no jornalismo de jogos. *Appalachian State University*.
- Piovesan, G. P. (2024). *Jornalismo de jogos digitais: Um estudo de casos múltiplos acerca dos dilemas presentes na prática jornalística* [Dissertação de mestrado, PUCRS]. Repositório da PUCRS. <https://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/27146>

Prescott, A. T., Sargent, J. D., & Hull, J. G. (2018). Metaanalysis of the relationship between violent video game play and physical aggression over time. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(40), 9882–9888. <https://doi.org/10.1073/pnas.1611617114>

Prensky, M. (2001). *Digital game-based learning*. McGraw-Hill.

Przybylski, A. K., & Mishkin, A. (2016). How the quantity and quality of electronic gaming relates to adolescents' academic engagement and psychosocial adjustment. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(2), 145–152. <https://doi.org/10.1037/ppm0000070>

Przybylski, A. K., & Weinstein, N. (2019). Violent video game engagement is not associated with adolescents' aggressive behaviour: Evidence from a registered report. *Royal Society Open Science*, 6(2), 171474. <https://doi.org/10.1098/rsos.171474>

Resnick, M., Maloney, J., Monroy-Hernández, A., Rusk, N., Eastmond, E., Brennan, K., Millner, A., Rosenbaum, E., Silver, J., Silverman, B., & Kafai, Y. (2009). Scratch: Programming for all. *Communications of the ACM*, 52(11), 60–67. <https://doi.org/10.1145/1592761.1592779>

Rivero, J. (2012). *Videogame e desenvolvimento cognitivo: Funções mentais e atenção seletiva*.

Santos, M., & Pereira, R. (2017). Cobertura jornalística dos videojogos em Portugal: Práticas e desafios. *Comunicação & Sociedade*, 31, 89–110.

Shaw, A. (2010). What is video game culture? Cultural studies and game studies. *Games and Culture*, 5(4), 403–424. <https://doi.org/10.1177/1555412009360414>

Shrivastava, D., & Sharma, R. (2020). AR and VR in the gaming industry. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 11(1), 1085–1089. https://www.researchgate.net/publication/377916980_AR_AND_VR_IN_THE_GAMING_INDUSTRY

Scheer, K. S., et al. (2014). Wii, Kinect, and Move: Heart Rate, Oxygen Consumption, and Ventilation While Playing. PMC

Silva, F. (2016). *Comunicação e indústria dos videojogos em Portugal: Atores, redes e políticas* [Tese de mestrado, Universidade de Lisboa].

Silverman, C. (Ed.). (2014). *Verification handbook: An ultimate guide to verifying digital content for emergency coverage*. European Journalism Centre. <https://verificationhandbook.com>

Sousa, D., & Ferreira, P. (2022). O impacto da pandemia na cultura digital e nos hábitos de jogo em Portugal. *Revista Lusófona de Comunicação e Cultura*, 14(1), 87–102.

Smithsonian Institution. (n.d.). *The Ralph Baer prototypes and electronic games – The Brown Box*. National Museum of American History.

<https://americanhistory.si.edu/collections/object-groups/the-father-of-the-video-game-the-ralph-baer-prototypes-and-electronic-games>

Squire, K. (2006). From content to context: Videogames as designed experience. *Educational Researcher*, 35(8), 19–29. <https://doi.org/10.3102/0013189X035008019>

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Taylor, T. L. (2012). *Raising the stakes: E-sports and the professionalization of computer gaming*. MIT Press.

Taylor, T. L. (2018). *Assista-me jogar: Twitch e a ascensão da transmissão ao vivo de jogos*.

Teixeira, P. (2014). Mídia locais e eventos de videojogos: Cobertura e impacto cultural. *Anais do Congresso de Comunicação e Cultura, Universidade do Porto*.

Tektronix. (n.d.). *What is an oscilloscope?* <https://www.tek.com/en/blog/what-is-an-oscilloscope-tek.com>

Tom’s Guide. (2024, March 28). *PS5 vs. Xbox Series X vs. Nintendo Switch: Which console should you buy?* <https://www.tomsguide.com/features/ps5-xbox-series-x-nintendo-switch-console-comparison>

The Hustle. (2024, June 20). *From slot machines to Sonic*. Retrieved from <https://thehustle.co/news/from-slot-machines-to-sonic>

University of Oxford. (2019, February 13). *Violent video games found not to be associated with adolescent aggression*. <https://www.ox.ac.uk/news/2019-02-13-violent-video-games-found-not-be-associated-adolescent-aggression>

Video Games Europe. (2023). *Games in Schools – A European Schoolnet project in collaboration with 34 Ministries of Education*. <https://www.videogameseurope.eu/games-in-schools/>

Vos, N., van der Meijden, A., & Denessen, E. (2011). Effects of constructing versus playing an educational game on student motivation and deep learning strategy use. *Computers & Education*, 56(1), 127–137. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.08.013>

Ward, S. J. A. (2018). *Ethical journalism in a digital age: How to serve the public, not politicians*. Rowman & Littlefield.

Williams, D. (2003). The video game lightning rod: Constructions of a new media technology, 1970–2000. *Information, Communication & Society*, 6(4), 523–550. <https://doi.org/10.1080/1369118032000163240>

Wolf, M. J. P. (Ed.). (2012). *The video game theory reader 2*. Routledge.

Wu, D., Ke, Y., He, J., Li, Y., & Chen, M. (2024). Television and digital gaming: Evolution and convergence. *Journal of Digital Media Studies*, 12(3), 55–78.

Xu, X.-Y., Niu, W.-B., Jia, Q.-D., Nthoiwa, L., & Li, L.-W. (2021). Social media and digital communication in gaming culture.

ANEXOS

