

## A falta de estudos de recepção sobre o público *gamer*<sup>1</sup>

Luciano Porto COLETTO<sup>2</sup>

Marco BONITO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

### RESUMO

Este trabalho busca debater e refletir sobre as questões relacionadas à pesquisa de recepção dos jogos e como ela se constrói nos dias atuais, baseados em fundamentos técnicos e teóricos. Como objetivo, procurou-se saber qual o estado da arte das referências bibliográficas para pesquisas de recepção relativas aos *gamers streams*. Como base teórica, foi usado referências como Guillermo Orozco e Maria Immacolata Vassalo De Lopes. O intuito destas discussões parte do princípio de elaboração de uma pesquisa científica, com fundamentos em estágio inicial, em construção. Conclui-se então que se trata de um mercado novo que está se formando e que a pesquisa científica no âmbito da Comunicação Social ainda é muito recente, o que explica a pouca produção disponível.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Pesquisa de recepção; Games; Jogos; *Streamers*.

### INTRODUÇÃO

Este artigo busca discutir e refletir sobre as questões relacionadas à pesquisa de recepção dos *games* e como ela se constrói nos dias atuais, baseados em fundamentos técnicos e teóricos. A questão norteadora deste trabalho se forma a partir do problema apresentado acima: qual é o estado da arte das referências bibliográficas para pesquisas de recepção relativas aos *gamers streams*<sup>4</sup>? Entendemos os *gamers streams* como pessoas que

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na IJ05 - Comunicação Multimídia do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

<sup>2</sup>Estudante de graduação do 5º semestre de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, e-mail: [lucianopcoletto@gmail.com](mailto:lucianopcoletto@gmail.com)

<sup>3</sup>Orientador do Trabalho: Prof. Marco Bonito; Doutor em Processos Comunicacionais pela Unisinos e Mestre em Cultura Midiática pela UNIP, Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa - Unipampa, e-mail: [marcobonito@unipampa.edu.br](mailto:marcobonito@unipampa.edu.br). Repositório científico: [www.marcobonito.academia.edu](http://www.marcobonito.academia.edu). Redes sociais: @marcobonito.

<sup>4</sup> A tecnologia streaming é uma forma de transmissão instantânea de dados através de redes. Por meio do serviço, é possível assistir a filmes, escutar música, olhar transmissões de vídeo, sem a necessidade de fazer download, o que torna mais rápido o acesso aos conteúdos online.

---

emitem transmissões de um jogo ao vivo diretamente do seu computador em alguma plataforma online para um público segmentado. A problemática encontrada neste tema surge a partir de percepções de que está surgindo um público diferente de receptor e não está sendo aprofundada questões ligadas ao tema. O intuito destas discussões parte do princípio de elaboração de uma pesquisa científica, com fundamentos em estágio inicial, em construção, que futuramente servirão como base para um projeto de conclusão de curso.

## CONTEXTUALIZAÇÃO

O texto aborda sobre a pesquisa de recepção e como ela pode ser desenvolvida com o público *gamer*. É importante salientar, que foi feita uma pesquisa da pesquisa para verificar se já existem outros autores trabalhando com a temática, para Bonin (2011) esta fase da investigação é fundamental: “Um mapeamento geral das pesquisas é importante para situar-se neste processo e orientará o trabalho de reflexão aprofundada daqueles que se mostrem relevantes” (BONIN, 2011, p.34). Sendo assim, foi importante realizar uma pesquisa prévia para conhecer até onde as pesquisas de recepção do público *gamer* estavam desenvolvidas.

Levando-se em conta que se trata da formação de uma nova audiência, que vem surgindo na última década, acreditamos que seja necessário aprofundar e aperfeiçoar as pesquisas neste ramo da comunicação. Baseado nas pesquisas já feitas, percebemos que os artigos e publicações sobre os estudos de recepção tem sido focada apenas na televisão e no rádio, deixando a desejar neste mundo novo de tecnologias.

Desde a origem dos meios, os meios de comunicação de massa sempre foram pontos de esperança para a sociedade, não por acaso, meados da década de 40 começaram os primeiros estudos sobre o tema e como a mídia influenciava de forma tanto positiva quanto negativa. “A audiência é vista como um conjunto de pessoas em contato com uma mensagem, em que o interesse recai sobre os níveis de duração da exposição, probabilidade de percepção, condições de contato” (IMMACOLATA, 1993, p. 80). Estas condições descritas por Immacolata (1993), apesar de terem sido publicadas nos anos 90, retratam como devemos classificar a audiência nos dias atuais.

---

Com o avanço da tecnologia, outros meios de comunicação começaram a surgir além dos tradicionais: rádio, jornais e Tv. Na internet, por exemplo, a criação de conteúdo que gera maior contato com o público começou a ser explorado com mais empenho. Na onda do Youtubers, blogueiros(as) e afins, surgiu também conteúdos voltado ao público *gamer*.

Ao tentar compreender como se dá a pesquisa de recepção, encontramos diversas linhas de pesquisa sobre o assunto. Uma das maiores obras referente a pesquisa de recepção é o livro *Five Traditions in Search of the Audience* escrito em 1990 por Klaus Bruhn Jensen e Karl Erik Rosengren, faz um descrição do que é e como deve ser realizada uma pesquisa de recepção. Para Immacolata, (1993, p. 82) Klaus e Karl caracterizam a pesquisa de recepção como insistência de que os estudos incluam uma análise empírica que compare os discursos dos meios com o discurso da audiência.

Os estudos de recepção são amplos, existem aproximadamente sete modos de fazer a pesquisa de recepção, entre eles estão os usos sociais, consumo cultural, mediação múltipla, etnografia e jogos. Estes exemplos foram colhidos a partir de menções feitas por Guillermo Orozco (1992), um dos mais importantes pesquisadores sobre o tema na América Latina. Como se trata de um tema complexo, existem inúmeras diretrizes a serem percebidas, nos mais diversos âmbitos, como político, social, econômico, tecnológico e afins.

No âmbito político, os jogos também podem transmitir mensagens e valores. De uma maneira ou outra, as histórias, personagens, discursos e narrativas dos jogos produzem efeitos e sentidos nos jogadores.. Alguns jogos como *Medal of Honor*<sup>5</sup>, trazem uma ideologia implícita, pois só é possível defender o exército dos Estados Unidos no contexto da Segunda Guerra Mundial.

No âmbito tecnológico, o surgimento deste tipo de transmissão revolucionou o modo que as pessoas que são adeptas a jogos recebem a comunicação, pois além do internauta olhar através de uma plataforma de *streams* pelo celular computador e afins, ela pode interagir com o emissor que está do outro lado da tela, proporcionando assim um bate papo entre ambos, visto que o contato é imediato de ambas as partes.

---

<sup>5</sup> *Medal of Honor* é uma série de jogos eletrônicos, do estilo "primeira pessoa". O jogo ocorre no período da Segunda Guerra Mundial. O primeiro *Medal of Honor*, foi desenvolvido pela *DreamWorks Interactive* e publicado pela *Electronic Arts* em 1999 para o console PlayStation. Desde então, *Medal of Honor* originou uma série de outros jogos..

---

Em outra esfera, como o social, jogos como *Simcity* e *The Sims*, ambos fenômenos de venda na indústria de games, com mais de 150 milhões de cópias vendidas<sup>6</sup>, propõe ajudar as pessoas a lidar com adversidades no cotidiano. No *The Sims*, por exemplo, o jogador define o seu avatar<sup>7</sup> e depois precisa escolher onde morar. Após isso, precisará escolher um emprego para poder pagar as despesas da casa. No decorrer do jogo, o personagem se depara com acontecimentos da vida de uma pessoa, como levar os filhos à escola, sair de férias, encontrar uma namorada, promover festas em casa para aumentar a sociabilidade, estimular a leitura para melhorar de profissão, entre outras tarefas cotidianas.

A contextualização é um processo de reflexão e de grande importância. Pois para Alberto Efendy Maldonado

A contextualização permite uma visão abrangente e ao mesmo particular, e situa o contexto do problema como articulador dos outros contextos na estruturação da pesquisa. Ela fortalece os aspectos históricos, culturais, éticos, sociais e políticos da investigação, evitando que seja reduzida a um exercício abstrato, ou a um jogo repetitivo de palavras solenes, sem vínculos com a realidade da região, do país e do mundo (MALDONADO, 2006)

Ou seja, fazer uma boa contextualização permite enxergar dos mais diversos âmbitos sociais o assunto/tema que está sendo tratado. Também, a partir desta etapa, fica evidente a importância da investigação para a academia.

## **METODOLOGIA**

Para essa etapa da pesquisa, partimos da pesquisa exploratória. Fase da pesquisa em que se exige do pesquisador paciência e esforço pessoal, além de registrar os dados para futuras pesquisas, por isso, é importante esta parte da pesquisa ser bem feita. Segundo a pesquisadora Jiani Bonin,

As constatações e pistas relativas ao fenômeno investigado geradas através dela podem auxiliar a concretização dos problemas/objetos, o trabalho de elaboração de configurações teóricas sensíveis aos objetos concretos da

---

<sup>6</sup> Em março de 2009, a Electronic Arts anunciou que *The Sims*, como uma franquia, já vendeu mais de 100 milhões de cópias, antes do lançamento do *The Sims 4* (último jogo da franquia até então).

<sup>7</sup> Personagem criado a partir das escolhas de vida e genética permitidas no jogo.

---

realidade comunicacional e suscitar o aprofundamento de dimensões que se revelam importantes na sua configuração. Ela também pode possibilitar experimentação e teste de métodos e procedimentos para compor e construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos; pode auxiliar na construção das amostras e, ou corpus a serem focalizados na investigação sistemática (BONIN, 2011).

Portanto, Bonin observa que a pesquisa exploratória tem uma importância relevante no meio acadêmico, pois possibilita uma aproximação ao objeto a ser investigado com o intuito de perceber suas particularidades, pois se trata de uma pesquisa de recepção e existem inúmeros tipos de pesquisa neste ramo. Neste artigo, partimos de uma pesquisa bibliográfica com alguns autores que são referência em pesquisa de recepção, como Maria Immacolata, Guillermo Orozco e Nilda Jacks. Para chegar até esses nomes, foi feita uma pesquisa da pesquisa. Como já explicado anteriormente, a pesquisa da pesquisa serve para auxiliar na descobertas de novos horizontes nas produções.

Partindo deste pressuposto, foi pesquisado no Google Acadêmico e no repositório científicos do Intercom, palavras-chave como “recepção” e “games”, entretanto, sem êxito. Ao pesquisar as duas palavras-chave citadas, assuntos relacionados à voleibol aparecem, pois recepção é um termo utilizado neste esporte. Entretanto, foi possível notar uma falha do sistema de identificação de palavra-chaves de ambos repositórios, pois não foi possível encontrar nenhum texto relacionado com o tema deste artigo.

A utilização destes dois portais científicos se deve ao fato de que o Google Acadêmico ser abrangente em relação às pesquisas feitas ao redor do mundo. Já o repositório do Intercom, foi escolhido principalmente em razão de que no ano de 2018 foi inaugurada uma categoria de trabalho chamada “Games”, onde foi encontrado 27 trabalhos, mas nenhum relacionado a recepção de jogos.

Como não foram encontrados artigos referentes usando as palavras-chave: “recepção” e “games”, foi utilizado outro termo: “pesquisa de recepção”. Todavia, foram encontrados inúmeros resultados de pesquisa e a análise se tornaria um processo árduo, pois existem diversas produções nesta área. Entretanto, após analisar diversos artigos sobre o tema nos anais do Intercom, nomes como os já citados anteriormente sempre estavam em evidência, fazendo com que se tornassem referência para este trabalho também.

## RESULTADOS E ANÁLISES DOS DADOS OBTIDOS

A partir da pesquisa feita no repositórios do Google Acadêmico, não foi possível encontrar nas 15 primeiras amostras, artigos relacionados com o tema em questão. Na tabela a seguir, as amostras dos resultados encontrados e que estes não tem relação com o tema pesquisado:

Palavras-chave: “recepção” e “games”	
<b>Repositório científico:</b> <a href="#">Google Acadêmico</a> <b>Encontrados:</b> 11.600 <b>Amostra:</b> 15 <b>Relacionados com o tema:</b> 0	Relação saque, recepção e ataque no voleibol juvenil masculino
	Games como ambiente de conhecimento da cultura
	Uma agenda metodológica presente para a pesquisa de recepção na América Latina
	G.A.M.E.S. 2.0 — Gêneros e Gramáticas de Arranjos e Ambientes Midiáticos Mediadores de Experiências de Entretenimento, Sociabilidades e Sensorialidades.

	A experiência espacial dos games e outros medias: notas a partir de um modelo teórico analítico das representações do espaço
	Games e interatividade : mapeando possibilidades
	Algumas Reflexões Metodológicas sobre a Recepção Televisiva Transmídia
	Relação do saque e recepção na finalização do ataque no voleibol escolar feminino infantil e juvenil
	Os games como novas formas de conteúdo narrativo interativo na TV digital/ Games as new forms of interactive narrative content in digital TV
	Jogos digitais no ensino de história: aliando os games às práticas de ensino tradicionais
	A invenção do Espectador e as novas subjetividades: da Renascença ao Cinema 3D, dos Games ao Ciberespaço
	Games “Customizados” e o Desenvolvimento de Habilidades Cognitivas Específicas: Criatividade, Sociabilidade E Capacitação Técnica Na Cibercultura

	Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade
	Análise das Características da Recepção e do Levantamento no Jogo de Voleibol Sentado de Alto Nível
	A influência de Youtubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia

Após analisar as palavras chaves e resumos dos trabalhos encontrados no Google Acadêmico, ficou evidente que esta acontecendo alguma falha que podem ser relativas ao sistema de indexação do Google ou de escolha das palavras-chave quando se publica o produto científico quando são relacionados os dois conceitos-chave. Após selecionar e analisar uma amostra com os quinze primeiros trabalhos com estes termos no Google Acadêmico, percebe-se que alguns artigos falam sobre o voleibol ou somente sobre *games*, sem entrar na questão de recepção midiática. Portanto, não foi encontrado nenhum trabalho que envolvesse as duas palavras-chave associadas, que são os conceitos chave da pesquisa, neste repositório.

Também foi pesquisa no anais do Intercom, categoria *Games*. A escolha deste repositório foi motivada pelo fato de verificar num repositório específico da área da comunicação, se haviam trabalhos científicos com o foco na audiência e recepção com relação aos *games* e não só na produção de conteúdo, entretanto não foi encontrado artigos sobre o tema:

Área: Gp <i>Games</i> - Intercom	
<b>Repositório Científico:</b> <a href="#">Intercom</a> <b>Encontrados:</b> 27 <b>Amostra :</b> 27 <b>Relacionados com o tema:</b> 0	<a href="#">A Arte Do Fazer: O Artífice De Sennet, As Práticas Diy E A Produção De Conteúdo Pela Comunidade De Jogadores</a>
	<a href="#">A Heteronormatividade No Jogo Online League Of Legends</a>
	<a href="#">A Música Nos Games E O Caso Shadows Of The Colossus</a>
	<a href="#">As Ethicidades Das Imagens Videojográficas: A Maquinicidade, A Ludicidade E A Audiovisualidade</a>
	<a href="#">Bases Conceituais E Metodológicas De Um Jogo Digital: Estudos Preliminares Sobre O Deep</a>

	<a href="#">Caminhando Não Se Chega Lá: Definições Para O Conceito De Jogo E O Caso Dos Simuladores De Caminhada</a>
	<a href="#">Chemical Risk Criação De Um Jogo Didático Para O Ensino De Biossegurança</a>
	<a href="#">Cidades Em Videogames: Aproximações Conceituais Numa Perspectiva Da Tecnocultura Audiovisual</a>
	<a href="#">Dos Caminhos Para A Profissionalização: O Advento Do Processo De “Esportificação” Dos Esportes Eletrônicos (E-sports)</a>
	<a href="#">Em Meio A Informação E O Entretenimento: Uma Proposta De Diferenciação Entre Newsgames E Jogos Embasados Em Notícias</a>
	<a href="#">Esports Como Entretenimento: Análise De Conteúdo Do Campeonato Brasileiro De League Of Legends</a>
	<a href="#">Games, Gambiarras E Antropofagia: Um Relato Etnográfico Das Comunidades De World Of Warcraft</a>
	<a href="#">Games, Modernidade E Novo Capitalismo</a>
	<a href="#">Identidades Fraturadas: Sobre A Fragilidade Dos Heróis Masculinos Na Franquia Silent Hill</a>
	<a href="#">Macros, Fountain Hooks E Overpass Boosts: As Trapaças Nos E-sports</a>
	<a href="#">Mais Que Um Jogo: A Relação Entre O League Of Legends E O Consumo De Bens Virtuais Por Mulheres Gamers</a>
	<a href="#">Mapas De Conhecimento Estruturado Com Gamificação: Abordagens Sobre Ensino E Aprendizagem</a>
	<a href="#">Narrativas Míticas E Ritual Em Jogos Eletrônicos</a>
	<a href="#">O Jogo Não Acabou: Relações Entre Apropriação Lúdica E Produção De Sentido Nos Videogames</a>
	<a href="#">O Ser Do Jogo E A Presença Na Experiência Técnico-estética: Jogar, Spiel E Asobu (遊ぶ)</a>
	<a href="#">Pagando Para Vencer Ii: Power Creep, Hearthstone E Capitalismo Tardio</a>
	<a href="#">Precisamos Falar Sobre Machinima! Uma Introdução Ao Fenômeno De Processo De Produção</a>



	<a href="#">Audiovisual De Videogames</a>
	<a href="#">Regras Inventadas: Criatividade E Técnica No Cenário Competitivo De Super Smash Bros</a>
	<a href="#">Riscando O Círculo Mágico: A Produção De Lugares A Partir Da Atividade Lúdica</a>
	<a href="#">Tempo E Estética: Um Estudo De Caso Dos Enquadramentos Temporais Em Braid</a>
	<a href="#">Transparência Jornalística Nos Newsgames: Análise De Regras E Mecânicas De Jogo Como Forma De Diminuir A Opacidade Algorítmica</a>
	<a href="#">Uma Reflexão Sobre Práticas Culturais De Game Music Fora Do Contexto De Jogo</a>

Foi apurado em todos os artigos publicados do Intercom na DT - 5 Multimídia no GP *Games*, os resumos e palavras chaves dos textos, entretanto, não foi obtido êxito nas buscas. Percebe-se que nestes 27 trabalhos encontrados no portal Intercom as produções publicadas não buscaram investigar sobre a audiência em relação à recepção dos jogos, em geral o interesse é sobre a produção de conteúdo e não sobre como eles produzem o efeito em quem joga ou assiste canais sobre jogos.

## CONSIDERAÇÕES E PROPOSIÇÕES FINAIS

A pergunta problema que norteou este trabalho de investigação é: qual é o estado da arte das referências bibliográficas para pesquisas de recepção relativas aos *gamers streams*? Para respondê-la, à partir das leituras e dos dados analisados, é importante ressaltar que é um mercado novo que está se formando e que a pesquisa científica no âmbito da Comunicação Social ainda é muito recente, o que explica a pouca produção disponível. No Brasil, em 2018, a indústria de jogos movimentou aproximadamente 1,3 bilhões de dólares<sup>8</sup>, ou seja, apesar da crise, é um gênero em ascensão no país e deve ser investido em pesquisa na área, pois já existem produções nos meios de comunicação tradicionais, como televisão e rádio, porém, ainda não é possível encontrar referências na área de recepção dos *games* no Brasil.

---

<sup>8</sup> De acordo com os dados da *Newzoo*. A *Newzoo* é a principal fornecedora global de análise de jogos e e-sports.

---

Quando se trata sobre pesquisa de recepção em geral temos grandes referências como: Maria Immacolata Vassalo de Lopes e Guillermo Orozco, que já investigam e estudam o tema há anos, no entanto, quando o tema é segmentado e focado em pesquisa de recepção dos jogos, ainda não temos grandes referências na área de modo específico. Esta dificuldade de encontrar nomes para um embasamento teórico específico dificulta a produção científica, pois cada vez mais os jogos estão ganhando espaço nos diversos canais, como exemplo, o campeonato brasileiro de *League Of Legends*<sup>9</sup> no canal SporTV, Zero1, na Globo e no Esporte Interativo o *EI Games*.

Em virtude da constatação da dificuldade de se encontrar pesquisas de recepção sobre o público *gamer* a proposta de sequência, nas próximas fases da pesquisa, incluem uma nova pesquisa exploratória sobre “*games*” e “recepção” de maneira separada para assim realizar a pesquisa da pesquisa, pesquisa teórica e bibliográfica, assim identificando autores e conceitos que promovam e provoquem o casamento de ideias para a continuação dessa pesquisa.

## REFERÊNCIAS

41º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Trabalhos**. Disponível em: <[http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/lista\\_area\\_dt5-g.htm](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/lista_area_dt5-g.htm)>. Acesso em: 29 abr. 2019.

BONIN, Jiani Adriana. **Metodologias de pesquisa em comunicação**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. 34 p.

GOOGLE ACADÊMICO. **Google acadêmico**. Disponível em: <<https://scholar.google.com.br/>>. Acesso em: 01 mai. 2019.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo De. **Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção**. 2 ed. São Paulo: Revista Brasil de Comunicação, 1993. 78-86 p.

MALDONADO, Alberto Efendy. **Metodologias de pesquisa em comunicação**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2006. 281 p.

OROZCO, Guillermo. Pesquisa de recepção: Investigadores, paradigmas, contribuições latino-americanas. [Entrevista concedida a] Nilda Jacks. **Intercom Rev. Bras. de Com.**, São Paulo, XVI, nº 1, p.1-12, Jan, 1993.

---

<sup>9</sup> *League of Legends* é um jogo online competitivo que mistura a velocidade e a intensidade de um RTS com elementos de RPG. Duas equipes de campeões, lutam em diversos campos de batalha e modos de jogo.



---

SILVA, Dafne Reis Pedroso Da; BONIN, Jiani Adriana. Metodologia no processo investigativo: a construção da arquitetura teórico-metodológica de uma pesquisa de recepção cinematográfica. **INTERIN**, Curitiba, v. 13, n. 1, p. 1-18, jan. 2012.