

## Jornalismo de games, ludicidade e experiência estética: Um diálogo para o jogador-jornalista (*Side Quest*)<sup>1</sup>

Thiago MASETTO LIMA<sup>2</sup>  
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

### RESUMO

O presente artigo busca um diálogo direto do jornalismo de games com os três eixos de pesquisa de Emmanoel Ferreira (2020) que relacionam a experiência estética aos conceitos de agência, apropriação e política, exclusivos da ludicidade. O trabalho investiga possibilidades de exploração acadêmica e de produção jornalística na editoria, com inspiração no estilo do *New Games Journalism*. Dessa forma, busca contribuir para apontar novos horizontes a imprensa especializada e incentivar mais pesquisas no meio dos videogames, em particular voltados para os serviços de informação a eles pautado.

**Palavras-chave:** Jornalismo de games; Game Studies; Ludologia; Estética.

### Introdução

O jornalismo de games apresenta necessidade crescente de pesquisas no mundo inteiro. Ainda assim, existe uma resistência no tema tanto por parte de alguns profissionais de notícias quanto por parte de estudiosos, que não o consideram sério. A dicotomia entre os jogos em geral e a seriedade já era identificada desde o historiador holandês Johan Huizinga (2018), nos anos 1930. Para o autor, porém, jogar teria sido a atividade que gerou a cultura em si, por meio dos cultos religiosos:

“Diríamos, então que, na sociedade primitiva, verifica-se a presença do jogo, (...) e que, desde a origem, nele se verificam todas as características lúdicas: ordem, tensão, movimento, mudança, solenidade, ritmo, entusiasmo. Só em fase mais tardia da sociedade o jogo se encontra associado à expressão de alguma coisa, nomeadamente aquilo que podemos chamar “vida” ou “natureza”. (...) Pouco a pouco, o jogo vai adquirindo a significação de ato sagrado. O culto vem-se juntar ao jogo; foi este, contudo, o fato inicial.” (HUIZINGA, 2018, p. 21)

É difícil pensar o futuro da ludologia e todas as ciências que ela baseia sem a superação dessa resistência inicial, sem a concordância com o pensamento de Huizinga.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Games, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Integrante do grupo de pesquisa mediaLudens. E-mail: ththiagomlima@hotmail.com

---

Assim sendo, no Brasil, o esforço de uma dedicada comunidade acadêmica tem impulsionado o Game Studies. É objetivo deste trabalho associar-se a esse espaço e catalisar outros estudos direcionados ao jornalismo de games. Sobretudo, a partir dele, encontrar uma base de pensamento e de discurso para enfrentar também as barreiras presentes entre os profissionais do mercado de notícias e auxiliar nos problemas que eles encaram hoje, principalmente nas editorias especializadas.

Destaca-se dentre esses problemas uma crise ética delineada por relações históricas com a indústria de jogos, conforme explicitada por João Pedro Boaventura (2016). Nesse caso, ele aponta que existe uma interdependência exacerbada entre as empresas e as editorias especializadas, que fomenta não só constrangimentos para os jornalistas, que muitas vezes se assemelham a troca de favores, mas também uma cultura de geração de expectativa:

“A imprensa colabora com a indústria para que (...) repercuta positivamente no mercado com vendas e, assim, continue a fazer novos jogos e a crescer, garantindo a existência da própria imprensa. Dentro desse ciclo vicioso, (...) acaba por exagerar qualquer nova informação para incitar diretamente no jogador um sentimento de apego ao que nem ainda foi lançado, transformando qualquer notícia simples em um grande acontecimento.” (BOAVENTURA, 2016, p. 1308)

Embora a relação seja mutuamente benéfica, ela passa a um caráter questionável justamente quando uma informação própria de uma nota é apresentada com manchetes bombásticas a fim de gerar cliques e expectativa. “Tais veículos estariam fazendo jornalismo ou seriam apenas assessorias terceirizadas?” (BOAVENTURA, 2016, p. 1310). A interdependência também incentiva que a indústria espere boas avaliações independentemente das circunstâncias e que crie situações que constriam os jornalistas a uma boa crítica. “É desse sistema de integração entre a indústria e o jornalismo que surge a cultura da troca de favores.” (BOAVENTURA, 2016, p. 1309).

Além da prática profissional, porém, a sociedade hoje demanda uma resposta de pesquisa em relação ao jornalismo de games uma vez que as lacunas de conhecimento têm sido exploradas por grupos extremistas como plataforma para discursos de ódio. O caso mais exemplar foi o fenômeno nomeado pela internet de *Gamergate*, entre 2014 e 2017. Sob a justificativa de defenderem a ética jornalística, vários gamers, em particular no Twitter, publicaram mensagens de teor discriminatório, principalmente sexista e racista, além de promoverem linchamentos virtuais.

---

Em um primeiro momento, a imprensa de games chegou a reagir ao *Gamergate* por meio de editoriais, esclarecendo suas posições éticas e políticas internas. Apenas posteriormente pode identificar a motivação por trás da campanha difamatória, denunciando-a como um esforço coletivo de assédio contra mulheres.

A partir de mais pesquisas voltadas para o jornalismo de games, espera-se identificar esses problemas mais imediatamente e encontrar maneiras criativas de se lidar com os dilemas éticos atuais da editoria. A abordagem para atingir tais objetivos no atual trabalho se centra na contribuição do movimento *New Games Journalism*, objeto de análise a seguir.

### **New Games Journalism e Experiência Estética**

Durante a história do jornalismo de games, destaca-se a transição pela qual ele passou no início dos anos 2000<sup>3</sup>. Nessa época, grande parte dos jovens que cresceu com os primeiros consoles ao redor do mundo chegou à idade adulta, modificando o padrão de consumo como público de informação. Por resultado, formam-se os primeiros manuais específicos para a editoria de games, a fim de promover a objetividade característica do jornalismo.

Por outro lado, surge o *New Games Journalism*. Um dos principais defensores do movimento foi o jornalista britânico Kieron Gillen, que advogava por textos mais subjetivos, confessionais, e que se centrassem na experiência do jogador com o game. Ele criticava o modelo dominante, da qual chamava “tradição analítica”, e que foi reforçado pela difusão dos manuais:

“Um bom [jornalista de games] veria o jogo, o separaria, experimentaria e entenderia como ele funciona e informaria ao leitor sobre suas descobertas. Algumas pessoas fizeram isso de uma maneira reducionista, levando um jogo às suas menores dinâmicas e componentes. Outros (...) conseguiram tomar uma abordagem mais holística. (...) Não importa qual forma precisa essa tradição assume, ela funciona em uma mesma pretensão: a de que o valor de um videogame repousa no videogame, e ao examiná-lo (...), nós podemos entendê-lo. O *New Games Journalism* rejeita isto, e argumenta que o valor de um videogame está não no jogo, mas no jogador” (GILLEN, 2004, Tradução minha)<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Mais detalhes dessa análise histórica na dissertação de mestrado de Diogo O. de Assis e na monografia de Matheus Tibúrcio, ambas devidamente creditadas nas referências bibliográficas.

<sup>4</sup> No original: “A good one would look at the game, take it apart, try and understand how it works and inform the reader of their findings. Some people did it in a reductionist manner, taking a game to its smallest dynamics and components. Others (...) managed to take a more holistic approach. (...) No matter what the precise form this tradition takes, it works

---

Gillen se inspira no Jornalismo Novo dos anos 1960-1970, em particular no abandono da pretensão à objetividade, no acolhimento do uso da primeira pessoa e no tom pessoal dos textos. O nome *New Games Journalism* surge então como uma homenagem. O britânico adapta os princípios daquele movimento para definir duas características específicas para este: “o valor do jogar repousa sobre o jogador, não sobre o jogo”<sup>5</sup> e “escreva Jornalismo de Turismo para Lugares Imaginários”<sup>6</sup> (GILLEN, 2004, Tradução minha). Elas serão importantes para análise posterior.

Hoje, o *New Games Journalism* representa uma influência importante para a editoria de games. Graças ao movimento, os jornalistas podem adotar uma linguagem despojada e ensaiar momentos mais confessionais. Entretanto, a prática dominante ainda responde à “tradição analítica”, os mesmos profissionais precisam avaliar os elementos que constituem o game e definir se ele vale ou não o investimento. Fundamentalmente, o jogo ainda é o centro do texto.

Argumenta-se que os jornalistas podem desenvolver ideias inovadoras ao compreender o estilo do *New Games Journalism* por meio do pensamento teórico que o influenciou inconscientemente. Em particular, o conceito de “Experiência Estética” de John Dewey (2010), provindo da disciplina filosófica da Estética, pode servir como um ponto de partida para a produção de textos mais subjetivos.

Para prosseguir, por conseguinte, é necessário resgatar brevemente o que é “Experiência Estética”. O conceito do teórico John Dewey (2010) integra a Escola Pragmatista, surgindo como um dos principais pontos de rompimento com a visão clássica da disciplina filosófica, no caso durante os anos 1930<sup>7</sup>. O pensador critica a cultura museológica que gera um afastamento entre obra de arte e vida e lamenta a perda da presença delas no cotidiano da sociedade.

Dessa forma, Dewey propõe recuperar a ligação entre vida e arte a partir da “Experiência Estética”. “Experiência” diria respeito a um evento singular, com tendência a buscar uma conclusão, em uma tensão interna que mobiliza início, meio e fim. O

---

of a single assumption; that the worth of a videogame lies in the videogame, and by examining it (...) we can understand it. *New Games Journalism* rejects this, and argues that the worth of a videogame lies not in the game, but in the gamer” (GILLEN, 2004).

<sup>5</sup>No original: “The worth of gaming lies in the gamer not the game” (GILLEN, 2004).

<sup>6</sup>No original: “Write travel journalism to Imaginary Places.” (GILLEN, 2004)

<sup>7</sup> Cabe ressaltar que a introdução e desenvolvimento desse pensador no campo brasileiro da comunicação não é uma iniciativa original deste trabalho, mas que ele se apoia nas pesquisas realizadas por Carlos Magno Camargos Mendonça, Eduardo Duarte, Jorge Cardoso Filho (MENDONÇA; DUARTE; FILHO, 2016) e Emmanoel Ferreira (FERREIRA, 2020).

---

processo seria ininterrupto, sem brechas, percebido como unidade. Portanto, comumente se diz que se teve *uma* experiência:

“As coisas são experimentadas, mas não de modo a se comporem em uma experiência singular. Há distração e dispersão (...). Em contraste (...), temos uma experiência singular quando o material vivenciado faz o percurso até sua consecução. Então, é só então, ela é integrada e demarcada no fluxo geral da experiência proveniente de outras experiências. (...) Uma situação (...) conclui-se de tal modo que seu encerramento é uma consumação, e não uma cessação. Essa experiência é um todo e carrega em si seu caráter individualizador e sua autossuficiência. Trata-se de uma experiência.” (DEWEY, 2010, ps. 109-110)

A experiência seria qualificada como “Estética” pela intensidade, capaz de distingui-la das demais do cotidiano, em uma espécie de arrebatamento que a torna extraordinária à percepção:

“Um objeto é peculiar e predominantemente estético, gerando o prazer característico da percepção estética, quando os fatores determinantes de qualquer coisa que se possa chamar de experiência singular se elevam muito acima do limiar da percepção e se tornam manifestos por eles mesmos” (DEWEY, 2010, ps. 140-141).

A partir dessa perspectiva, a interação com um game pode ser interpretada como uma Experiência Estética a ser descrita pelo jornalista dentro da proposta do *New Games Journalism*. Gillen (2004) aponta a segunda característica do movimento como um método intuitivo: o Jornalismo de Turismo para Lugares Imaginários. A referência à editoria é fortuita para os profissionais, uma analogia próxima a realidade do trabalho compartilhada<sup>8</sup>, e que sintetiza o que o britânico pretendia que o movimento incentivasse em expressão textual:

“Como você se sentiu em estar lá quando aconteceu?” Nos videogames, não existe ‘lá’. Você ou está sentado na frente do seu PC ou isolado na sua sala de estar, com o controle na mão. Está tudo acontecendo dentro da sua cabeça, induzido por como o som e a luz com a qual você é bombardeado se alteram dependendo da sua imaginação e disposição. Você está experimentando algo que simplesmente não existe. É a forma dos games e sua magia peculiar, e o que nós temos que explicar. Isto nos faz Jornalistas de Turismo para Lugares Imaginários. Nosso trabalho é descrever como é visitar um lugar que não existe fora da cabeça do jogador- o jogador, não o jogo, lembre-se. Vá a um lugar, relate sobre suas

---

<sup>8</sup> “Devido ao papel dos valores-notícia, isto é, dos critérios de noticiabilidade que orientam o processo de produção das notícias, gera-se um *group think*, a partilha de “hábitos mentais” (...). A existência de um modo de ver, modo de agir e modo de falar estabelece um elo de ligação bastante forte entre os membros da diáspora jornalística.” (TRAQUINA, 2018, p. 204).

---

culturas, fragilidades, distrações e traga de volta para entreter seus leitores.” (GILLEN, 2004, Tradução minha)<sup>9</sup>.

A analogia do Jornalismo de Turismo de Lugares Imaginários ainda possui limitações, porém. Ele contribui para certo reducionismo das possibilidades das experiências estéticas à percepção turística, espacial. Adicionalmente, pode parecer distante das referências de um grupo de interessados de fora do universo das notícias.

O foco de Gillen é determinado sobretudo pela primeira característica do movimento: a “Visão do Jogador” ou “o valor do jogar repousa sobre o jogador, não sobre o jogo”<sup>10</sup> (GILLEN, 2004, Tradução minha). Entende-se dessa forma que a descrição que o britânico procura prioritariamente é a escrita da experiência percebida pelo jornalista-jogador, sendo o “Lugar Imaginário” um recurso retórico para auxiliar uma comunidade de profissionais em um novo estilo, sem pretender limitar-lhe a expressão. Pode-se complementar essa intenção com a proposta de Emmanoel Ferreira de reunir três eixos para compreender a relação entre ludicidade e Experiência Estética: “i) estética e agência; ii) estética e apropriação; e iii) estética e política” (FERREIRA, 2020, p. 5).

O objetivo a seguir é investigar as possibilidades que se desenvolvem a partir do diálogo entre Ferreira (2020) e o *New Games Journalism* conforme apresentado por Gillen (2004). Assim, reflete-se sobre a cultura dos videogames a partir da produção jornalística. Além disso, apresentam-se possibilidades de formatos de produtos para a editoria de games de acordo com os três eixos da relação entre ludicidade e experiência estética.

## **Estética e agência**

Ferreira (2020) apresenta como primeira chave uma relação com o conceito de agência, desenvolvido por Janet H. Murray: “É a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas” (MURRAY, 2003, p.

---

<sup>9</sup>No original: “What it \*felt\* like to be there when it happened”. In videogames there is no “there”. You’re either sitting in front of your PC or slumped in your front-room, controller in your hand. It’s all happening inside your head, induced by how the sound and light you’re bombarded with alters depending upon your whim and inclination. You’re experiencing something that simply doesn’t exist. This is the games-form’s own peculiar magic, and what we have to explain. This makes us Travel Journalists to Imaginary places. Our job is to describe what it’s like to visit a place that doesn’t exist outside of the gamer’s head – the gamer, not the game, remember. Go to a place, report on its cultures, foibles, distractions and bring it back to entertain your readers.” (GILLEN, 2004)

<sup>10</sup>No original: “The worth of gaming lies in the gamer not the game” (GILLEN, 2004).

127). Ele argumenta que, distintamente de outras mídias, como o cinema ou a literatura, os videogames permitem uma interação com as quais o jogador se responsabiliza:

“Por mais que ele [jogador/interator] não seja o *proponente* da obra, é ele quem irá realizar as potencialidades expressivas da obra, a partir de sua agência. Ao passo que realiza ações significantes, o jogador/interator recebe o *feedback* de suas ações, neste momento, como receptor. Deste modo, jogador/interator está constantemente cambiando entre produtor de ações significativas dentro do sistema interativo – em nosso caso particular os jogos – ato de criação (*poiesis*), e receptor das respostas/resultados (*outcomes*) produzidos pelo sistema/jogo: ato de recepção (*aisthesis*).” (FERREIRA, 2020, ps. 6-7)

No meio da imprensa especializada, dentro do estilo do *New Games Journalism*, pode-se citar o texto do britânico Ian Shanahan “*Bow, Nigger*” (SHANAHAN In: GOLDBERG; LARSSON, 2015) como exemplo de uma experiência conduzida pela relação entre estética e agência.

Publicado pela primeira vez em 2003 na internet, ele descreve um desentendimento entre o jornalista e um jogador veterano tóxico que culmina em um duelo de sabres de luz no game *Jedi Knight II: Jedi Outcast* (2002). É parte da etiqueta daquela comunidade que os menos experientes se curvem diante dos mais, ou pelo menos simulem o gesto usando os avatares. Entretanto, o antagonista em questão ordenou que Shanahan o fizesse por meio de uma injúria racista, utilizando-se da mesma expressão que intitula o texto. Ao notar a hesitação do protagonista, o oponente o ataca covardemente e, logo, se inicia a narrativa de uma batalha épica que reflete os temas da franquia *Star Wars*, o lado luminoso contra o sombrio.

Durante todo o processo, Shanahan associa o conflito com o que se passa em sua vida pessoal, bem como faz comentários a respeito da cultura dos videogames. Além disso, esmiúça detalhes de jogabilidade, explicando para o público como funcionam os comandos, interações entre personagens, interface, navegação, dentre outros. Dessa forma, permite que mesmo aqueles que nunca jogaram videogames possam se relacionar com a história, imaginando a cena. O objetivo da descrição minuciosa não é avaliar o jogo como investimento por meio do elemento “jogabilidade”, mas valorizá-lo como mecanismo da experiência de Shanahan:

“O modo em terceira pessoa permite que você aprecie completamente as acrobacias das animações de lutas de sabres de luz. Você pode alternar para um de três estilos: rápido, médio ou pesado, todos eles permitem que você lute com movimentos de mouse e pressionando teclas de direção para produzir



---

combinações impressionantes de cortes horizontais, golpes verticais e investidas que arriscam que você se esqueça completamente de qualquer pergunta feita pelo seu oponente enquanto observa em descrença e suspira, ‘Eu acabei de fazer isso mesmo?’” (SHANAHAN In: GOLDBERG; LARSSON, 2015, p. 24, Tradução nossa)<sup>11</sup>

Concomitantemente, essa explicação ressalta os aspectos de agência de ambos os jogadores. Um momento em que o autor compara o comportamento de ambos esclarece:

“A maior parte dos jogadores são caras legais. Por conta disso que a situação é injusta. O jogo permite ‘mau comportamento’ (...). Isso significa que ao evitar ‘mau’ comportamento você pode demonstrar o quão ‘bom’ você é. Virtuoso. Uma falta de virtude é injustiça de acordo com as regras não-oficiais do game, mas a única resposta que você tem é lutar para se defender. Você pode ser injusto, mas (...) algumas pessoas não gostam de jogar assim. Elas fazem uma escolha”<sup>12</sup> (SHANAHAN In: GOLDBERG; LARSSON, 2015, p. 28, Tradução minha).

Essa permissão de comportamento é consequência direta da franquia da qual se inspira, em que os personagens também têm escolha para seguir caminhos distintos de luz e sombra. Ela se traduz em uma estrutura de regras pré-estabelecidas, com função narrativa, que funciona como comandos para todos os jogadores. Assim, eles podem escolher a qual lado aderir. Da mesma forma, desencadearem uma experiência a partir da escolha.

Quanto à produção jornalística, o texto orienta não só a descrição do cenário interativo, mas também da própria agência. Ele demonstra como pode ser interessante se utilizar das ações e escolhas dos jogadores para revelar características dos envolvidos, a partir de seus comportamentos. O oponente tóxico trapaceia, o protagonista não quer lutar. O antagonista *escolhe* se comportar de maneira discriminatória e antidesportiva, o autor *escolhe* ignorar seus insultos e agir para se defender. Os meios indicam os fins, os lados.

Da mesma forma, a redação aceita o ponto de vista interpretativo da agência do protagonista como a narrativa principal, depois de explicar a mecânica básica do game.

---

<sup>11</sup>No original: “Third-person allows you to fully appreciate the acrobatics of the sabre fighting animations. You can swing away in one of three styles: fast, medium and heavy, all of which allow you wrestle mouse movement and direction key presses to produce jaw-dropping combinations of slashes, chops, and stabs that risk you forgetting any question of your actual opponent as you stare in disbelief and whisper, “Did I just do that?”” (SHANAHAN In: GOLDBERG; LARSSON, 2015, p. 24)

<sup>12</sup>No original: “Most of the players are good guys. This is why it was unfair. The game allows ‘bad behavior’ (...). It means that by avoiding ‘bad’ behavior you can demonstrate how ‘good’ you are. Virtuos. A lack of virtue is unfairness in the unofficial rules of the game but the only answer you have is to fight back. You too can be unfair, but (...) some people don’t like to play that way. They make a choice.” (SHANAHAN In: GOLDBERG; LARSSON, 2015, p. 28)



---

Sabendo o mínimo de opções que o protagonista possui, a partir da exposição do funcionamento do jogo, o leitor pode se relacionar com aquelas das quais ele seleciona e entender o que sente conforme é bem-sucedido nelas ou não. O caminho determinado pelo jogador passa a ter o peso da escolha e se torna uma narrativa envolvente. Assim, aproveitando ou perdendo oportunidades, Shanahan pode levar o público à alegria do triunfo ou à decepção da derrota. Portanto, para além de descrever um local imaginário, o jornalista tem a opção de tomar a agência do jogador como ponto de partida para descrever a experiência.

### **Estética e apropriação**

A segunda chave da proposta de Ferreira (2020) se baseia no conceito de “Apropriação Lúdica” de Maude Bonenfant (2015):

“Apropriar-se (ludicamente) de um jogo consiste em, a partir da apreensão de suas regras, realizar ações emergentes dotadas de sentido, as quais serão diferentes de jogador para jogador. (...) Ou seja, quando os objetivos prescritos por um jogo foram alcançados, quando nada mais há que se realizar em determinado jogo, indivíduos propõem novos desafios, novas ações, não necessariamente enquadradas em suas nas prescrições originais.” (FERREIRA, 2020, ps. 9-10)

Por mais que programadores e roteiristas planejem as formas de se interagir dentro daquele sistema-jogo, seja por meio de uma narrativa, seja pelo condicionamento da mecânica, preparando uma jogabilidade convencional, isso não impede que, dentro desses limites, os jogadores encontrem outras maneiras de se explorar aquele espaço. Ferreira (2020) cita como exemplo o “Tower to Tower Challenge (T2T Challenge)”, objetivo autoimposto de um grupo de gamers que procurou usar os recursos oferecidos pelo jogo *Halo: Combat Evolved* para realizar uma travessia entre duas torres. O detalhe é que ela nunca foi planejada para algum momento particular da narrativa, as duas construções foram preparadas somente para formar o cenário. Tentar superar o desafio tornou-se prazeroso por si só para os fãs.

O *New Games Journalism* apresenta um caso interessante, e ligeiramente lascivo, de texto que se apropria de uma prescrição e a utiliza de forma não planejada pelos desenvolvedores: “*Sex in Games: Rez + Vibrator*”, da escritora estadunidense Jane Pinckard (2002), foi publicado no blog “*Game Girl Advance*” para se tornar um dos

---

principais catalisadores de discussões em relação à sexualidade, em particular a feminina, no universo dos videogames.

Pinckard e seu namorado na época compraram uma versão do jogo *Rez* (2001) para Playstation 2 que era acompanhado de um acessório peculiar: um vibrador especial chamado *Trance Vibrator*. Ele foi originalmente desenvolvido para intensificar a experiência de ritmo e música do jogo e oferecer mais um estímulo sensível aos jogadores além das luzes, sons e dos recursos vibratórios mais limitados do controle. Sobre *Rez*, no relato da própria escritora:

“É um jogo de “*music shooting*”, mas tão elegante e descolado que é um gênero próprio em si mesmo. A premissa te coloca como um *hacker* futurista, evitando sistemas de segurança e navegando por bancos de dados para quebrar códigos de um modo fortemente remanescente de *Tron*. (...) ‘Voar por corredores de neon atirando em seres espaciais/máquinas seguindo o tempo da *techno music*.’, como Justin [o namorado] coloca (...). O jogo se vende como sinestesia- união de sentidos. (...) O jogo te coloca em um estado de transe- é um jogo para frequentadores de *raves*, um jogo de pura sensação. Os objetivos são simplesmente para progredir para a próxima fase- nada muito complicado. Mas chegar lá é uma experiência visual e aural sublime.”<sup>13</sup> (PANCKARD, 2002, Tradução minha).

Conforme observa seu namorado jogar, Panckard nota outra função para o vibrador que não foi planejada pelos desenvolvedores de *Rez*. Ela o utiliza para obter prazer sexual, enquanto seu companheiro passa pelas fases e pelos diferentes estímulos de cada uma delas. Panckard descreve a transe erótica que experimentou, as sensações e interação com o namorado, que continuou jogando, inclusive pedindo para que ele retornasse aos trechos na qual sentiu mais prazer<sup>14</sup>. Posteriormente, ela trata da própria sexualidade, com a linguagem pessoal do *New Games Journalism*, sem cerimônias:

---

<sup>13</sup>No original: “It is a “*music shooting*” game, but of such elegance and coolness it’s in a genre all its own. The premise places you as a futuristic hacker, avoiding security systems and navigating through databases to crack codes in a way strongly reminiscent of *Tron*. (...) ‘Flying down neon corridors shooting space/machine beings in time to techno music’, as Justin put it (...). The game bills itself as synesthesia - union of senses. (...) The game puts you into a trance state - it’s a raver’s game, a game of pure sensation. The goals are simply to progress to the next level - not so complicated. But getting there is a sublime visual and aural experience” (PANCKARD, 2002).

<sup>14</sup>Existe certa resistência a considerar experiências eróticas como estéticas, mas em relação a esse posicionamento, concorda-se com Shusterman (2008), que conclui: “Unless we limit aesthetic experience narrowly to (...) artworks and conversely confine sexual experience to unimaginative, thoughtlessly mechanical, and insensitive copulation, we should clearly recognize that sexual experience can be aesthetic, even though current academic doxa and much traditional aesthetic dogma insistently deny it. Such a conclusion has more than theoretical consequences. It can inspire us to greater aesthetic appreciation of our sexual experience and consequently to more artistic and aesthetically rewarding performance in our erotic behavior, which surely forms one important dimension of the art of living.” (SHUSTERMAN; TOMLIN, 2008, p. 93)

---

“Deixe-me confessar que essa não foi a primeira vez que eu usei um acessório de um jogo para, bem, me estimular fisicamente. Desde que eles inventaram toda aquela tecnologia de vibração/ *rumble pack* nos controles, esteve no meu pensamento, e às vezes na minha prática (minhas amigas mulheres jogadoras, vocês sabem do que eu estou falando). O negócio, porém, é que é frequentemente frustrante já que as vibrações não são gostosas e estáveis, mas esporádicas. (...) É por isso que eu me entusiasmei tanto com o *Trance Vibrator* do *Rez* (...). Sua forma é muito boa(...) e ele emite um ritmo pulsante regular que fica mais intenso e envolvente quanto mais você se aprofunda no game. (...) Sinestesia, realmente.”<sup>15</sup> (PANCKARD, 2002, Tradução minha).

Em termos de análise da aplicação dos conceitos de Apropriação Lúdica, de Bonenfant (2015), bem como ao aprofundamento dessa relação entre experiência estética e sexual no caso do texto de Pinckard (2002), este trabalho reconhece que mais estudos são necessários e fortuitos. Entretanto, ao expor esse potencial, cumpre o objetivo de apontar como a imprensa especializada pode desencadear uma reflexão sobre os videogames a partir da chave da estética e da apropriação de Ferreira (2020).

Em relação à produção, apropriar-se do espaço do game apresenta um potencial de narrativa para o jornalista principalmente por aparentemente compor um rompimento com o esperado. Se pode ser expresso de alguma forma no jogo sem alterações externas, então está de acordo com o que os programadores construíram, porém, isso não limita as experiências decorrentes de caminhos que eles não priorizaram. Assim sendo, descrevê-las surge como mais uma alternativa ao discurso do editorial de turismo, bem como pensar em suas consequências. No caso do texto de Pickard, no que a sinestesia desencadeada representou para a sexualidade dela, o que, a longo prazo, acompanhou os debates a respeito do espaço da mulher como gamer.

## Estética e política

A terceira e última chave proposta por Ferreira (2020) resgata o conceito de “Partilha do Sensível”, do filósofo francês Jacques Rancière (2009):

“Denomino partilha do sensível o sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um comum e dos recortes que nele definem lugares

---

<sup>15</sup>No original: “Let me confess that this is not the first time that I've used a game component to, er, stimulate myself physically. Ever since they invented the whole rumble pack/vibrating technology in controllers, it's been on my mind, and sometimes in my practice (fellow game girls, you know what I'm talking about). The thing is, though, it's often frustrating since the vibrations are not nice and steady, but sporadic. (...) That's why I was so excited by Rez's trance vibrator (...). Its shape is pretty nice, (...) and it emits a regular pulsating rhythm that gets ever more intense and thrilling the deeper you go into the game. (...) Synesthesia indeed.” (PINCKARD, 2002).

---

e partes respectivas. Uma partilha do sensível fixa, portanto, ao mesmo tempo, um comum partilhado e partes exclusivas. Essa repartição de partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividade que determina propriamente a maneira como um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha. O cidadão, diz Aristóteles, é quem toma parte no fato de governar e ser governado. Mas uma outra forma de partilha precede esse tomar parte: aquele que determina os que tomam parte”. (RANCIÈRE, 2009, ps. 15-16)

Rancière (2009) expande e ilustra o conceito ao lembrar do pensamento do filósofo grego Aristóteles, que considerava os cidadãos animais políticos dotados de linguagem, enquanto os escravos não a possuíam. Dessa forma, ele ressalta como ambos dividem o mesmo espaço, o *comum*, porém, de lugares diferentes, com acessos e exclusividades ao sensível. O Parthenon se ergue na Acrópole, e o ateniense e o escravo podem contemplá-lo, mas a experiência dos dois é distinta, e não só no sentido individual. Este não pode se perder na admiração das colunas do templo, pois precisa trabalhar ou será punido, assim como os semelhantes que partilham dessa experiência social. Enquanto isso, o cidadão pode desfrutar de longos passeios e discursar com outros aristocratas a respeito das belezas da cidade, formando entre eles uma perspectiva do que é sublime.

Diante desse contraste, Ferreira conclui que “o que está em jogo, no regime estético proposto por Rancière é o potencial de dar visibilidade às massas, ao sujeito anônimo, em sua cotidianidade” (FERREIRA, 2020, p. 11).

Em artigo publicado pela revista *Anagrama* (2019), analisei o caso da série de vídeos *Low Batteries*, do jornalista britânico Johnny Chiodini (2015-2017), e concluí:

“Apresenta informações pertinentes à saúde pública e à representação de pacientes de doenças mentais, de maneira fundamentada e em direto diálogo com os espectadores. Dessa forma, cumpre o serviço jornalístico por excelência: a expressão do interesse público. Ao mesmo tempo, o cuidado que apresenta com o tratamento da linguagem e da representação das doenças e pacientes, a ponto de pautar edições inteiras em críticas contundentes a maneira como são exploradas na indústria, também contribuem para novos horizontes dentro do jornalismo de games. A postura humanizadora contrasta com o contexto eticamente comprometido do meio, muito próximo a empresas, voltado para o *hype*, a ponto de apontar seus defeitos e, dessa forma, contrariar interesses. Trata-se de um reforço ao papel do jornalista.” (MASETTO LIMA; SANTOS, 2019, ps. 13-14).

Observa-se pela análise que a série publiciza dois lugares sociais: o jornalista (de games, em particular) e as pessoas que sofrem com doenças mentais. Ao protagonizá-las,

---

destaca-as dentro do meio de comunicação social, do veículo noticioso que é central para debater os temas da esfera pública, dessa forma postulando que merecem e devem ocupar tal espaço. Trata-se de uma partilha do sensível e de uma posição política.

Cada episódio de *Low Batteries* (2015-2017) trata de um tema de saúde mental relacionado a algum aspecto da cultura dos videogames. Assim, prioriza junto ao público o debate desses temas, rompendo a invisibilidade e representação muitas vezes estigmatizada daqueles na mídia<sup>16</sup>.

Ao mesmo tempo, ao trazer essas pautas para o jornalismo de games, um meio percebido como “não-sério”, ele reforça a importância da editoria para tratar de assuntos de ampla relevância social. Por fim, considerando o estado eticamente comprometido da imprensa especializada em jogos e a predominância da “tradição analítica” (GILLEN, 2004), ao praticar um serviço de interesse público com uma linguagem confessional, sensibiliza os espectadores para o estilo do *New Games Journalism* e para a função social do jornalismo<sup>17</sup>.

Em termos de produção jornalística, Chiodini (2015-2017) demonstra que os profissionais podem tratar de temas relevantes na esfera pública pela lente dos videogames, sem com isso perder a linguagem própria da editoria. Isso inclui discutir e mesmo se posicionar politicamente, quando necessário. Alternativamente, ainda que apenas expanda o conteúdo apresentado nos jogos, a fim de promover mais conhecimento, informar, nota-se um movimento bem distinto de apenas descrever um lugar imaginário e uma fuga da “tradição analítica” (GILLEN, 2004).

## Considerações Finais

Em diálogo direto com as chaves de pesquisa de Emmanoel Ferreira (2020), este trabalho procura atender ao chamado do autor brasileiro pela expansão dos Games Studies no Brasil, em particular pela relação entre ludicidade e experiência estética. No caso,

---

<sup>16</sup>“A partir do momento em que as pesquisas demonstram uma falha da imprensa em representar esse grupo social, *Low Batteries* surge como um caso exemplar. A proposta da série é justamente tratar assuntos de natureza psicológica com tato e formar vínculos entre as pessoas que sofrem dificuldades e os espectadores.” (MASETTO LIMA; SANTOS, 2019, p. 11).

<sup>17</sup> Traquina (2018) aponta “a definição de dois polos dominantes no campo jornalístico moderno: a) o ‘econômico’ ou ‘comercial’- (...) as notícias são a mercadoria de um negócio cada vez mais lucrativo; b) o ‘ideológico’ ou ‘intelectual’- com a identificação da imprensa como elemento fundamental da teoria democrática, o jornalismo é visto como um serviço público em que as notícias são o alimento de que os cidadãos precisam para exercer os seus direitos democráticos.” (TRAQUINA, 2018, ps. 127-128).

associa os três eixos por ele propostos pela primeira vez com o jornalismo de games, demonstrando essa possibilidade tanto para a exploração acadêmica quanto para a produção jornalística. Assim reconhece a necessidade de se pesquisar o meio dos videogames e da imprensa especializada, no país e no mundo. Além disso, busca contribuir para a prática profissional, a partir de sugestões de formato que complementem ao estilo do *New Games Journalism*.

Os videogames permanecem como um objeto cultural ubíquo no mundo hoje e a sociedade interage com eles todos os dias, de forma que a demanda por informação e o atendimento por veículos noticiosos se propaga. O fenômeno é ainda subestimado, mas a urgência e oportunidade em entendê-lo permanecem.

### Referências Bibliográficas

ASSIS, Diogo de O. **Perspectivas para o jornalismo crítico de games**. 2007. 76 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica)- Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/4991>>. Acesso em 01 de agosto de 2021.

BOAVENTURA, João Pedro Balakdjian. O Jornalismo de games e a cultura do Hype como estratégia de venda. In.: 15º SIMPÓSIO BRASILEIRO DE JOGOS E ENTRETENIMENTO DIGITAL, 2016, São Paulo. **Anais do SBGames 2016**. Disponível em: <http://www.sbgames.org/sbgames2016/downloads/anais/157265.pdf> Acesso em: 01 de agosto de 2021.

BONENFANT, Maude. **Le libre jeu**: Réflexion sur l'appropriation de l'activité ludique. Montréal: Liber, 2015.

CHIODINI, Jonhny. Games, depression and escapism. **Eurogamer**. 26 ago. 2015. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=zzIFEUmVZ\\_Q&list=PLTZXfIDHhP2t-rZBhWS7VAH0dTR4cGW14&index=2&t=0s](https://www.youtube.com/watch?v=zzIFEUmVZ_Q&list=PLTZXfIDHhP2t-rZBhWS7VAH0dTR4cGW14&index=2&t=0s)>. Acesso em: 11 de agosto de 2021.

\_\_\_\_\_. Games, Cognitive Therapy and Motivation. **Eurogamer**. 10 set. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KB2wbmfDnkE&list=PLTZXfIDHhP2t-rZBhWS7VAH0dTR4cGW14&index=3&t=0s>>. Acesso em 11 de agosto de 2021.

\_\_\_\_\_. PTSD in video games. **Eurogamer**. 28 out. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2Fs3BBynQgE&list=PLTZXfIDHhP2t-rZBhWS7VAH0dTR4cGW14&index=4&t=315s>>. Acesso em: 11 de agosto de 2021.

\_\_\_\_\_. Anxiety and video games. **Eurogamer**. 29 jan. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AjmROR4D5So&list=PLTZXfIDHhP2t-rZBhWS7VAH0dTR4cGW14&index=5&t=8s>>. Acesso em: 11 de agosto de 2021.

\_\_\_\_\_. The problem with video game asylums. **Eurogamer**. 29 fev. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1ihwUqKJWFM&list=PLTZXfIDHhP2t-rZBhWS7VAH0dTR4cGW14&index=6&t=9s>>. Acesso em 11 de agosto de 2021.



\_\_\_\_\_. Grief and video games. **Eurogamer**. 8 jul. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2YT5vJNH0uU&list=PLTZXFIDHhP2t-rZBhWS7VAH0dTR4cGW14&index=7&t=0s>>. Acesso em: 11 de agosto de 2021.

\_\_\_\_\_. How Hellblade nails mental health. **Eurogamer**. 18 ago. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gTcxWTalPe4&t=286s>>. Acesso em: 11 de agosto de 2021.

DEWEY, John. **Arte como experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

FERREIRA, Emmanoel. Ludicidade e experiência estética: uma abordagem a partir do pragmatismo (quests iniciais). In.: 43º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 2020, Salvador. **Anais**. São Paulo: Intercom, 2020. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1978-1.pdf>. Acesso em: 01 de agosto de 2021.

GILLEN, Kieran. The New Games Journalism. **Kieron Gillen's Workblog**. Bath, 23 mar. 2004. Disponível em: <https://gillen.blogspot.com/2004/03/new-games-journalism-this-may-turn.html>. Acesso em: 02 de agosto de 2021.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. São Paulo: Perspectiva, 2018.

MASETTO LIMA, Thiago A. A.; SANTOS, Fabiana C.. Jornalismo de Games e Interesse Público: Estudo de Caso da Eurogamer. **Anagrama**, São Paulo, 2019, 13(2), jul-dez 2019. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/159460> Acesso em: 11 de agosto de 2021.

MENDONÇA, Carlos Magno Camargos; DUARTE, Eduardo; FILHO, Jorge Cardoso. **Comunicação e sensibilidade: pistas metodológicas**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2016.

MURRAY, Janet H.. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

PINCKARD, Jane. Sex in Games: Rez + Vibrator. **Game Girl Advance**. Berkeley, 26 out. 2002. Disponível em: <https://www.gamegirladvance.com/2002/10/sex-in-games-rezvibrator.html> . Acesso em: 01 de agosto de 2021.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. São Paulo: Editora 34, 2009.

SHANAHAN, Ian. “Bow, Nigger”. In: GOLDBERG, D.; LARSSON, L. **The State of Play: sixteen voices on videogames**. 1.ed. New York: Seven Stories Press, 2015.

SHUSTERMAN, Richard. Aesthetic experience: from analysis to Eros. In: SHUSTERMAN, Richard; TOMLIN, Adele. **Aesthetic Experience**. New York: Routledge, 2008.

TIBÚRCIO, Matheus Rodrigues. **O Jornalismo de Games na Internet Brasileira**. 2013. 54 p. Monografia (Graduação em Comunicação Social- Habilitação em Jornalismo)- Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/3720>> Acesso em: 01 de agosto de 2021.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2018.