
Jogador-jornalista: ator da experiência estética do jornalismo de games¹

Thiago MASETTO LIMA²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

Resumo

O presente artigo busca integrar a prática profissional do jornalismo de games com o debate acadêmico das áreas de *game studies*, comunicação, estética e política como forma de situar o ator social denominado jogador-jornalista. O aspecto “jornalista” parte do desenvolvimento das teorias do jornalismo e reflete sobre a inclusão desse sujeito na classe profissional enquanto tribo, buscando a estrutura ideológica que sustenta a atividade hoje. Em interseção, o aspecto “jogador” se baseia na articulação de conceitos acerca do lúdico e da sua relação com a política e com questões de identidade. Assim, busca-se esclarecer as mediações que envolvem o jornalismo de games, uma área pouco explorada no Brasil e no mundo.

Palavras-chave

Jornalismo de Games; Experiência estética; *Game Studies*; Política.

Introdução

O potencial em gerar conhecimento do jornalismo de games coincide com a sua necessidade. As questões abrangendo a ética da editoria já movimentaram debates acalorados no meio social, limitados pela carência de um aprofundamento acadêmico. Em particular, destaca-se o fenômeno *Gamergate*, quando grupos de extrema-direita se utilizaram de uma suposta retórica de defesa do jornalismo ético para mobilizar comunidades gamers à ataques a minorias na internet, principalmente no *Twitter*.

A demora da imprensa especializada para identificar as motivações do *Gamergate* à época marca um incômodo profissional, um contrassenso aos valores que a norteiam, bem como reitera a necessidade de se entrar em contato com reflexões a respeito da estrutura e funcionamento do meio. Demonstra que se pensar em uma teoria do jornalismo de games hoje também precisa acontecer para neutralizar desinformação e apropriações políticas antidemocráticas.

¹ Trabalho apresentado no GP Games, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Comunicação Social- Jornalismo pelo Centro Universitário IBMEC do Rio de Janeiro e Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Integrante do grupo de pesquisa *mediaLudens*. E-mail: tthiagolima@hotmail.com

O pesquisador João Pedro Boaventura (2016) apresenta um cenário de interdependência excessiva da editoria de games à indústria hoje, o que ajuda a fomentar uma atividade informacional voltada para a chamada “cultura do *hype*”³. Ele aponta que a aproximação entre as duas é histórica, mas a maneira como se desenvolveu é preocupante, uma vez que coloca a credibilidade, princípio motor da imprensa, em risco:

“A imprensa colabora com a indústria para que (...) repercute 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)

Por outro lado, o *New Games Journalism* dos anos 2000 apresenta um potencial de transformação notável para a editoria. A iniciativa do nome parte do jornalista britânico Kieron Gillen (2004) em uma postagem homônima em seu blog, que na época conduziu forte debate no meio da imprensa especializada. Gillen atrela uma tendência que vinha surgindo entre os profissionais com a prática do Jornalismo Novo e tenta incentivá-la em oposição à predominância do que chama de “tradição analítica”:

“Um bom [jornalista de games] veria o jogo, o separaria, experimentaria e entenderia como ele funciona e informaria ao leitor sobre suas descobertas. (...) 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).⁴

Gillen entende que o abandono da pretensão de objetividade, o uso da primeira pessoa e o tom pessoal são manifestações bem-vindas, mas o *New Games Journalism* possuiria suas próprias características. No caso, o autor elabora duas delas: “o valor do jogar repousa sobre o jogador, não sobre o jogo”⁵ e “escreva jornalismo de turismo para Lugares Imaginários”⁶ (GILLEN, 2004, Traduções minhas).

³“Assim, o Hype Train, o trem da expectativa, é um termo relacionado a qualquer lançamento vindouro e se fundamenta na expectativa que pode ser suscitada tanto pela imprensa quanto pelas próprias comunidades de fãs que, discutindo a respeito, colaboram para a consolidação do produto em seu nicho, algo que, conseqüentemente, pode ser revertido em um retorno financeiro positivo para as produtoras de jogos.” (BOAVENTURA, 2016, p.1306).

⁴No 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. (...) No matter what the precise form this tradition takes, it works 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).

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

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

A primeira diz respeito ao cerne do que seria *New Games Journalism*, do ponto fundamental de oposição em relação à “tradição analítica”. Gillen pretende com ela substituir a pergunta “vale a pena comprar este jogo?” por “Por que jogar, afinal?”. Da segunda, tratei com mais profundidade em artigo anterior ao Intercom (2021). Na ocasião, revisei o “jornalismo de turismo para Lugares Imaginários” argumentando como ele reduz as possibilidades de expressão de uma experiência estética, embora seja uma ferramenta valiosa. Conforme defendi, “a interação com um game pode ser interpretada como uma Experiência Estética a ser descrita pelo jornalista dentro da proposta do *New Games Journalism*.” (MASETTO LIMA, 2021, p. 5). Complementei Gillen (2004), ainda, com outros métodos baseados em Ferreira (2020), apresentando a exploração dos três eixos sugeridos pelo pesquisador, a agência, a apropriação e a política, como meios adicionais para se expressar em um texto de jornalismo de games.

Ressalto o artigo dado as mesmas dúvidas que ele incorreu durante as discussões acadêmicas do grupo de pesquisa mediaLudens: quem é esse jogador? O trabalho presente, portanto, apresenta reflexões no sentido de situar quem é o jogador-jornalista, um agente condutor da experiência estética com o game, em continuidade com as propostas e pesquisas realizadas a esse respeito. Reconhece-se que a discussão é ampla, o objetivo principal é apresentar os primeiros conceitos acadêmicos que estruturam tal sujeito. Para tanto, no próximo tópico, prepara-se uma exploração de quem ocupa o espaço de jornalista de acordo com o termo.

O Jornalista

Para tratar da figura, é necessário discutir as teorias do jornalismo, área em que age. De acordo com o senso comum, o papel da profissão é descrever objetivamente os fatos, de maneira a trazer a informação da maneira mais imparcial possível ao público. Dessa forma, se bem-sucedidos, os veículos e jornalistas comporiam um retrato fidedigno dos acontecimentos. Trata-se da visão reconhecida como Teoria do Espelho:

“Sua base é que o jornalismo reflete a realidade. Ou seja, as notícias são do jeito que as conhecemos porque a realidade assim as determina. A imprensa funciona como um espelho do real, apresentando um reflexo claro dos acontecimentos do cotidiano. Por esta teoria, o jornalista é um mediador desinteressado, cuja missão é observar a realidade e emitir um relato equilibrado e honesto sobre suas observações, com o cuidado de não apresentar opiniões pessoais. Seu dever é informar, e informar significa buscar a verdade acima de qualquer outra coisa. Mas, para

isso, ele precisa entregar-se à objetividade, cujo princípio básico é a separação entre fatos e opiniões.” (PENA, 2018, p. 125).

O surgimento dessa noção é histórico e a insistência nela ideológica. Durante meados do século XIX e no século XX, o jornalismo se profissionalizou e a imprensa se desenvolveu como indústria, cujo produto era informação. Assim sendo, a credibilidade se tornou chave para o funcionamento do negócio e para a aceitação social do jornalista trabalhador. Além disso, a imprensa da época procurava se diferenciar da antecessora, que normalmente trabalhava como agente política explícita, a exemplo dos famosos casos panfletários da Revolução Francesa. A referência para essa mudança de paradigma foram as agências de notícias, como as ainda existentes *Associated Press* e *Reuters*.

Eventualmente, durante os anos 20 e 30 do século XX, surgiria o conceito de *objetividade* conforme explorado no universo jornalístico, uma noção que se contraporía a outros objetivos comunicacionais: “Com a ideologia de objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em dúvida.” (SCHUDSON apud TRAQUINA, 2018, p. 150). Tal como o método científico, as regras de apuração e a valorização dessa ideologia viriam para reforçar a credibilidade da profissão tal como fonte de verdade, diferenciando a atividade da propaganda e das Relações Públicas.

Por consequência, socialmente a profissão se colocou de acordo com a ideologia da Teoria do Espelho. A maioria dos jornalistas hoje defende essa visão e causa desconforto questioná-la. Ela foi importante para estabelecer muitas das bases da ética jornalística, e se ressalta que o objetivo do presente trabalho não é relativizar desinformação ou a credibilidade do jornalismo em si. O problema é que a Teoria do Espelho não leva em consideração uma série de fatores que influenciam o processo de produção das notícias, sem falar nas questões da percepção humana:

“No entanto, em uma análise mais detalhada verifica-se que a notícia é relatada, exposta, formulada ou construída de modo representacional. Isso quer evidenciar que os processos de cobertura e de redação jornalísticas levam em consideração que nossas percepções da realidade estão influenciadas pelas estruturas conceituais convencionalizadas da língua, assim como dos conhecimentos extralinguísticos. Assim sendo, o fato relatado traz embutida no seu interior a confusão entre referência denotacional e representacional. A força do jornalismo se encontra aí.” (SILVA, 2011, p. 38).

O apego do jornalismo pelas regras de objetividade e pela Teoria do Espelho também limitaram outras formas de expressão na área, uma das críticas do Jornalismo

Novo dos anos 60 e 70 do século XX, principal influência do *New Games Journalism*. O movimento convenceu seus pares de que mesmo um texto com tom pessoal, subjetivo pode informar. Dada a importância autoral que tanto o Jornalismo Novo como o que ele influenciou na imprensa de games carrega, cabe tratar da Teoria do *Gatekeeper*. Ela é característica por privilegiar a ação do jornalista em si, que surge como o decisor de que informações merecem ser publicadas ou não.

A teoria sugere o jornalismo como processo realizado por meio de uma espécie de “portão” (*gate*) construído no meio social, onde as informações circulam livremente. O jornalista é o guardião do portão, o *gatekeeper*, que seleciona quais merecem acesso ou bloqueio. As consideradas mais importantes “entram”. O filtro prioritário para a relevância de uma notícia, portanto, é o jornalista em si, em sua ação pessoal. Durante o processo da produção até a publicação pode haver vários “portões”, mas é ele que se responsabiliza pela palavra final. Segundo o pesquisador português Nelson Traquina (2018): “o processo de seleção é subjetivo e arbitrário; as decisões do jornalista eram altamente subjetivas e dependentes de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*.” (TRAQUINA, 2018, p. 152).

Trata-se de uma visão atraente de jornalismo, uma vez que confere uma autoria quase romântica sobre a notícia, o que influenciou a editoria de games. Algumas das críticas realizadas ao *New Games Journalism* ao longo do tempo apontavam um tom pretensioso no lugar do confessional esperado ou uma excessiva carga de teor subjetivo, que muitas vezes ofuscavam a interação com o jogo ou mesmo mudavam completamente o assunto em nome de um discurso egocêntrico. A influência poderosa da figura do *gatekeeper* pode corromper a proposta original de repousar o valor do jogo sobre o jogador. Gillen (2004) já observava esses excessos e considerava que o movimento não deveria buscar essa postura, criticando-a duramente.

Um dos motivos pelo britânico optar pelo “Turismo para Lugares Imaginários” era uma tentativa de estruturar meios de evitar o excesso de subjetividade ao descrever o mundo interativo. Para além da proposta original, os três eixos da relação entre ludicidade e estética (FERREIRA, 2020; MASETTO LIMA, 2021) também podem ser aplicados com resultados semelhantes, já que tratam de fenômenos baseados no processo de interação: a agência, a apropriação e a partilha do sensível. Há relativa autonomia de ação pessoal, e não a ilusão de poder de decisão absoluta sobre a interação.

Além dessa postura egocêntrica que compromete os textos, Traquina (2018) arremata a problemática da Teoria do *Gatekeeper*, limitadora tanto de uma discussão acadêmica mais aprofundada quanto de uma elaboração mais consciente das notícias por parte de seus profissionais:

“É uma teoria que privilegia apenas uma abordagem microssociológica, ao nível do indivíduo, ignorando por completo quaisquer fatores macrossociológicos (...). É, assim, uma teoria que se situa no nível da pessoa jornalista, individualizando uma função que tem uma dimensão burocrática inserida numa organização. No nível individual, a teoria avança uma explicação quase que exclusivamente psicológica. A teoria do *gatekeeper* avança igualmente uma concepção bem limitada do trabalho jornalístico, sendo uma teoria que baseia no conceito de “seleção”, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias.” (TRAQUINA, 2018, p. 153).

São as teorias de paradigma construcionista, datadas dos anos 60 e 70 do século XX, que estruturam a rejeição ao discurso da notícia como espelho da realidade, de um lado, e como distorção dela, do outro. Assim, admite a complexidade da questão. Elas levam em consideração o papel também dos jornalistas, admitindo uma relativa autonomia, sem ignorar as forças sociais que os rodeiam e disputam o conteúdo a ser publicado. Sobretudo, entendem a notícia como uma construção social:

“Em primeiro lugar, [o viés construcionista] argumenta que é impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e os *media* noticiosos que devem “refletir” essa realidade, porque as notícias ajudam a construir a própria realidade. Em segundo lugar, defende a posição de que a própria linguagem não pode funcionar como transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos, porque a linguagem neutral é impossível. Em terceiro lugar, é da opinião de que o *media* noticiosos estruturam inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos, devido a diversos fatores, incluindo os aspectos organizativos do trabalho jornalístico, as limitações orçamentais, a própria maneira como a rede noticiosa é colocada para responder à imprevisibilidade dos acontecimentos.” (TRAQUINA, 2018, p. 170).

Conforme discutido anteriormente, essa construção social não se refere a uma realidade objetiva, oculta ou ocultada, *denotacional*, mas uma convenção, ou realidade social, articulada por mapas culturais, interações entre pessoas e organizações e relações de poder, *representacional* (SILVA, 2011). A notícia, portanto, não é ficção, apesar de narrativa, nem perde sua legitimidade por assim o ser, dada a necessidade de trazer a constelação de acontecimentos cotidianos do limbo do aleatório para o horizonte do

significativo, tornando o mundo inteligível (HALL et al, 1978)⁷. Ela constrói e é construída pela sociedade. Muitos são os agentes nesse processo, influenciando-se em diversas camadas: fontes, jornalistas e público, em constante negociação até a publicação final da notícia e durante suas disputas de interpretação.

Trata-se de um paradigma que se aproxima da lógica do *New Games Journalism*. A objetividade e a “tradição analítica” são abandonadas em prol da construção de uma realidade percebida na interação com o jogo, uma vez que é o lugar da qual valor prioritário repousa, em oposição à costumeira opção pelo game em si. Nem por isso, entretanto, os artigos se tornam menos esclarecedores sobre a cultura dos videogames. Muitas vezes atendem a função de interesse público, atingindo grupos que não jogam, mas são de alguma forma representados ou aprendem com o texto, ou que jogam e consomem o imaginário do videogame (MASETTO LIMA; SANTOS, 2019). Em suma, descrever lugares imaginários, agências, apropriações e partilhas do sensível são formas de construção, exigem interação com jogo, jogadores, curiosos, desenvolvedores, críticos, *modders*, etc.

Como o *New Games Journalism* responde a um paradigma construcionista, cabe observar as duas teorias resultantes dele: a estruturalista e a interacionista. Mais importante que delimitar todas as suas distinções e características, em um primeiro momento desenvolve-se como elas situam a figura do jornalista nesse meio de interações:

“Ambas as teorias são microssociológicas e macrossociológicas. Ambas situam o jornalista no seu lugar de trabalho, reconhecendo a importância dos constrangimentos organizacionais (...). Ambas as teorias defendem a perspectiva de que o “neófito” se integra por um processo de osmose não só numa organização, mas numa comunidade profissional (...). Ambas as teorias sublinham a importância da cultura jornalística (...) Assim, ambas contestam a visão de que os jornalistas são observadores passivos e defendem a posição de que, ao contrário, são de fato participantes ativos na construção da realidade. (...) Ambas as teorias reconhecem que as notícias são narrativas, “estórias”, marcadas pela cultura dos membros da tribo e pela cultura da sociedade onde estão inseridos, sendo necessário mobilizar todo um *saber de narração* que pressupõe a aprendizagem da linguagem jornalística.” (TRAQUINA, 2018, p. 175).

⁷“Such events cannot be allowed to remain in the limbo of the 'random' - they must be brought within the horizon of the 'meaningful'. This bringing of events within the realm of meanings means, in essence, referring unusual and unexpected events to the “maps of meaning” which already form the basis of our cultural knowledge; into which the social world is already 'mapped'. The social identification, classification and contextualization of news events in terms of these background frames of reference is the fundamental process by which the media make the world they report on intelligible to readers and viewers. This process of 'making an event intelligible' is a social process - constituted by a number of specific journalistic practices, which embody (often only implicitly) crucial assumptions about what society is and how it works.” (HALL et al, 1978, ps. 54-55)

A diferença fundamental entre a teoria estruturalista e a interacionista se encontra justamente na relação entre as chamadas “fontes primárias” (“*primary definers*”: HALL et al, 1978) e a imprensa. Diante da hegemonia de discursos oficiais, partindo das instituições mais poderosas da sociedade, aquela defende tais fontes como uma superestrutura, um bloco uniforme, cujas manobras de resistência e contravenção jornalísticas não passam de “reservas”. A relação é unilateral, a mídia é absorvida pelo poder desses grandes grupos e a ideologia dominante é reproduzida inevitavelmente. A teoria estruturalista, portanto, minimiza a capacidade de negociação de outros atores sociais.

Diante dessa realidade, procurar soluções para uma interdependência exacerbada entre indústria de games e jornalismo especializado, como é proposto, seria inútil, e as mudanças de paradigma realizados tanto pelo Jornalismo Novo quanto pelo *New Games Journalism* não teriam existido. As fontes primárias não são tão absolutas a ponto de neutralizar iniciativas sociais (jornalismo investigativo, etnográfico, comunitário, dentre outros como exemplo da imprensa), nem são atemporais, a ponto de impedir mudanças e fugas de padrão. Existe certo determinismo excessivo na teoria estruturalista, uma crítica levantada no meio acadêmico e compartilhada pela lógica do trabalho presente.

A teoria interacionista, por sua vez, encara o jornalismo como um processo de produção de notícias, uma construção na qual *interagem* fontes, imprensa e público sob a limitação do espaço e do tempo (TRAQUINA, 2018; PENA, 2018). Ela destaca a negociação e a disputa nos processos de produção, dada a ênfase nas *interações*. Lacunas espaciais e temporais podem ser preenchidas de acordo com uma argumentação baseada nos valores-notícia, fontes primárias podem ser contrariadas em referência ao imaginário mítico do Quarto Poder ou do papel de contrapoder, o público pode contar com um jornalista representante interno nas redações, o chamado *ombudsman*, ou mesmo boicotar os veículos etc. Além do mais, em oposição à teoria estruturalista, ela não determina a posição das fontes primárias, mas a entende como uma conquista estratégica, dinâmica, ainda em jogo na história.

O jornalista de games participa dessas interações, negocia e disputa recursos inclusive com seus pares. Isso porque está inserido em uma comunidade, na “tribo jornalística”, na qual ingressou aos poucos em um processo de familiarização com a cultura e por “osmose”, como anteriormente observado. Como tal, ele comunga da visão do mundo dos jornalistas:

“Para além do *ethos* profissional, postulei a existência de um conjunto de valores e normas (a objetividade, a independência, o imediatismo) que formam uma ideologia profissional, cimento essencial na definição do “ser jornalista”. Mais ainda, existe também toda uma cultura profissional, com uma linguagem própria (o “jornalês”), uma maneira própria de saber, uma maneira própria de sentir o tempo, uma panóplia de cultos, símbolos e mitologia repletos de um conjunto de imagens estereotipadas do herói, do colega ideal, dos vilões. (...) Antropologicamente falando, a comunidade jornalística é uma tribo, e as características e ideologia dessa tribo são um fator crucial na elaboração do produto jornalístico.” (TRAQUINA, 2020, ps. 96-97).

Como parte integrante de uma tribo transnacional, o jornalista de games compartilha das responsabilidades da classe profissional, da ética, bem como reconhece a influência das estruturas organizacionais. Porém, ele também integra uma outra comunidade em um processo interseccional. Assim, no próximo tópico, explora-se o aspecto do jogador.

O Jogador

Assim como a identificação do jornalista partiu de sua profissão, de sua tribo e de conceitos acadêmicos, a do jogador passa por um processo semelhante em relação ao jogo, às comunidades que com ele interagem e com o conhecimento construído.

Johan Huizinga (2018), historiador holandês e autor seminal da ludologia, afirma que o jogo teria sido uma invenção posterior, assim como a cultura em si, do lúdico (“play”), associado a sensação de arrebatamento que nos povos antigos ajudou a constituir noções cósmicas e, principalmente, os rituais religiosos. A partir da organização em torno desses rituais se construiu a cultura e, por consequência, a sociedade. Portanto, é importante ressaltar que o lúdico assume um potencial de reunião da espécie humana, qualquer indivíduo a princípio pode se agregar aos grupos fechados em torno do interesse de determinado jogo, desde que adote sua ludicidade.

O reconhecimento desse potencial e dessa tendência comunitária pode ter incentivado a identificação da chamada “cultura gamer” como um ambiente amplo e democrático, embora suspeitamente homogêneo, onde as primeiras pesquisas acadêmicas, inclusive brasileiras, e a intuição da imprensa especializada crescente assumiam como um novo espaço a se conhecer. Como evidência, observa-se como Lucia Santaella (2013) lembra a “cultura gamer”:

“Game (...) passa a ser entendido como uma rede complexa que engloba suas potencialidades de realização, de pesquisa, de aprendizagem etc., bem como *todos aqueles que estão envolvidos nesse processo*. Assim, para fazer uma analogia, Nesteriuk fala de games de modo mais abrangente, como quando usamos as expressões literatura, cinema, artes plásticas etc. *Vem daí a expressão que se tornou corrente “Cultura Gamer”*. (SANTAELLA, 2013, p. 220, grifos meus).

À luz de como as comunidades de jogadores se revelaram um espaço de disputas, em especial com o infame *Gamergate*, hoje essa correspondência não ajuda o jornalista de games a identificar-se como um servidor do interesse público, da democracia e dos direitos humanos (ou os previamente citados mitos do Quarto Poder e da função de contrapoder). Embora os jogos, em seus processos de mediação, pareçam convidar à socialização e ao encontro, nem sempre seus ambientes se configuram romanticamente como divertidos e inclusivos e, como argumentação posterior, não podem ser confundidos com o imenso guarda-chuva homogeneizante sugerido pelo termo “cultura gamer”.

Roger Caillois (1990) defende a existência de duas forças que regem os jogos: o *ludus* e a *paidia*. Aquela seria uma tendência a buscar regras e estruturas com o objetivo de dificultar a consecução do objetivo do jogar, necessária para que o prazer da atividade se realize. Uma meta facilmente atingível não estimula por muito tempo. Já a *paidia* seria o contrário:

“Numa extremidade, reina, quase que absolutamente um princípio comum de diversão turbulência, improviso e despreocupada expansão, através do qual se manifesta uma certa fantasia contida que se pode designar por *paidia*. Na extremidade oposta, essa exuberância alegre e impensada é praticamente absorvida, ou pelo menos disciplinada, por uma tendência complementar, contrária nalguns pontos, ainda que não em todos, à sua natureza anárquica e caprichosa. (...) Designo por *ludus* esta segunda componente.” (CAILLOIS, 1990, ps. 32-33).

Em sua dinâmica, as duas forças “ilustram os valores morais e intelectuais de uma cultura, bem como contribuem para os determinar e desenvolver” (CAILLOIS, 1990, p.48), e, da mesma forma parecem impelir à socialização. O *ludus* por si só “parece-nos ficar incompleto, como uma espécie de último recurso para ludibriar o tédio”, e, assim, a *paidia* surge “na esperança de que apareçam parceiros que lhes permitam (...) partilhar, de um jogo disputado, desse prazer sem igual.” (CAILLOIS, 1990, p. 52). Como um capricho que submerge pelo simples objetivo de existir, a *paidia* pode encaminhar o encontro com o outro como um prazer em si mesmo, por meio do ambiente do jogo. Os games também carregam um potencial de convite, boa vizinhança, reconhecimento do

outro, sem motivos aparentes. Podem ser veículos de encontro, de prazer compartilhado, mesmo entre jogadores anônimos.

Por outro lado, mesmo Caillois admite que em determinado momento do processo de crescimento, a criança, figura metafórica que o autor escolhe para representar a *paidia*, é dirigida por um sentimento de perversão, ou de “um gosto de destruir e de partir” (CAILLOIS, 1990, p. 49). Os ambientes tóxicos de diversos games *multiplayer* muitas vezes revelam uma diversão performativa na crueldade e na exclusão. O mesmo princípio capaz de reunir pessoas ao redor de um console lançam-na umas contra as outras, em processos de autoafirmação que afetam o bem-estar social. O videogame surge, inclusive, como palco para uma disputa tóxica, envolvendo não só atitudes individuais online, mas uma reprodução sistemática de conteúdos opressivos:

“Games são uma força cultural significativa, como é evidente no tecido conectivo entre as pedagogias de violência do *gaming* e a eleição de 2016 [dos Estados Unidos]. Cultura do estupro, masculinidade tóxica e homofobia são ubíquas ao *gaming*, não apenas refletindo estas ideologias, mas também existindo como professores, pedagogias e plataformas para a disseminação de representações desumanizantes e ideologias de injustiça e violência”⁸ (GRAY; LEONARD et al., 2018, pp. 8-9, tradução minha).

À luz de Rancière (2009), o jogador de videogame pode considerar que partilha de uma sensibilidade com uma ampla gama de pessoas e com elas pode dividir essas sensações. Porém, romantizar, observar esse espaço comum como uma utopia dos jogos virtuais, é um perigo do ponto de vista político, a partir dos discursos extremistas e excludentes que sustenta por reprodução, e humano, por conta das pessoas que invisibiliza e exclui:

“Enquanto os videogames podem ser uma distração para algumas comunidades e uma fonte de poder e prazer para outras, eles podem algumas vezes também ser uma fonte de violência, opressão, sofrimento e trauma. Nossas identidades moldam essas relações complexas e bagunçadas com os games. (...) Nossos lugares sociais díspares e privilégios variados moldam nossa relação com o *gaming* e a relação do *gaming* conosco. (...) O mundo digital oferece espaços de ludicidade e liberdade em uma pós-terra prometida de igualdade e justiça, mas nossas experiências revelam as fissuras encontradas nesses espaços.”⁹ (GREY; LEONARD et al., 2018, p. 5, tradução minha).

⁸ No original: “Games are a significant cultural force, as is evident in the connective tissue between the gaming pedagogies of violence and the 2016 election. Rape culture, toxic masculinity, and homophobia are ubiquitous to gaming, not only reflecting these ideologies but also existing as teachers, pedagogies, and platforms for the dissemination of dehumanizing representations and ideologies of injustice and violence.” (GRAY; LEONARD et al., 2018, pp. 8-9).

⁹ No original: “While video games may be a distraction to some communities and a source of power and pleasure to others, they can at times also be a source of violence, oppression, pain, and trauma. Our identities shape these complex

“Uma partilha do sensível fixa, portanto, ao mesmo tempo, um comum partilhado e partes exclusivas.” (RANCIÈRE, 2009, p. 15), no caso, o universo dos videogames apresenta mais ou menos acesso de acordo com lugares de fala privilegiados e interseccionais. Como apresentado por Gray, Leonard et al. (2018), ser um jogador homem e heterossexual, por exemplo, concede vantagens inevitáveis por conta da cultura do estupro, da masculinidade tóxica e da homofobia presentes no ambiente social. No comum, encontra-se tanto a paixão pelos jogos e pelas experiências que permitem, como as estruturas que dividem os jogadores em comunidades mais ou menos vulneráveis.

A pesquisadora Dara Coema (2021) demonstrou em apresentação no DIGRA Brasil, por exemplo, como anônimos na internet poderiam atacar representantes de minorias a partir das chamadas “*hate raids*”, fenômeno em que usuários, com ou sem auxílio de *bots*, inundavam o painel da plataforma Twitch com mensagens de ódio, impossibilitando outras mensagens. Da mesma forma, ela apresentou a reivindicação de diversas dessas minorias por *tags*, palavras-chaves fixas da mesma plataforma que servem para indexação e facilitação de buscas de perfis, que as identificassem mais amplamente em termos de orientação sexual, nacionalidade, etnia etc. Sistemas como esse são necessidades atuais para grupos vulneráveis, que já pela ocupação da partilha comum de sensibilidade desafiam uma hegemonia identitária.

Dara Coema baseou sua pesquisa fortemente em Stephanie Orme (2021), que aponta como o núcleo identitário dos chamados “gamers” é uma construção de marketing realizada pela indústria dos games nos anos 2000, com assistência da excessivamente interdependente imprensa especializada. Em particular, esse modelo privilegia homens brancos, jovens, heterossexuais e cis, que jogam para superar desafios difíceis e se comportam como especialistas *cool*. Quando novas identidades passam a adentrar ou se revelar no meio dos videogames, portanto, sofrem represálias desse grupo restrito que se coloca como “gamer autêntico”:

“A “autenticidade” gamer é rotineiramente usada para desacreditar as experiências e opiniões de jogadores que não constituem as preferências e hábitos do núcleo demográfico do *gaming*. (...) Isso gera desprezo por jogadores menos habilidosos, especialmente no que

and messy relationships with games. (...) Our disparate social locations and varied privileges shape our relationship to gaming and gaming’s relationship to us. (...) The digital world offers spaces of play and freedom in a post-ism promised land of equality and justice, but our experiences reveal the fissures found within those spaces.” (GREY; LEONARD et al., 2018, p. 5)

consta esforços recentes para diversificar e fazer mais inclusivo muito da cultura *gaming*. Aqueles percebidos como forasteiros da cultura *gaming*, das quais frequentemente incluem mulheres, não-brancos, e jogadores queer, descobrem que suas identidades os fazem alvos de comportamento tóxico.”¹⁰ (ORME, 2021, p. 6, tradução minha)

“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.” (RANCIÈRE, 2018, p. 15). Assim, a identidade privilegiada do jogador é evidente em termos de gênero, raça, nacionalidade e identidade sexual, e a exposição de tempo, informação e fruição dos espaços virtuais do videogame são distintos. Formam-se *comunidades* e não uma *cultura gamer em bloco*, embora exista uma referência do videogame como fenômeno. As percepções, acessos, interesses, convenções desses grupos não são os mesmos e são marcados por uma desigualdade própria do sistema capitalista e colonial.

Não se trata de culpabilizar previamente o jogador, portanto, mas constatar o estado desse comum partilhado. Uma vez que o artigo presente defende as possibilidades de uma expressão subjetiva, por meio de uma experiência estética, aponta-se nas considerações finais a argumentação que busco desenvolver sobre como um agente consciente do ambiente com que interage pode contribuir para superar esses problemas.

Considerações Finais: A experiência estética do jogador-jornalista

Com a proposta do presente trabalho, surge a oportunidade de ressaltar o papel das experiências prévias para o conceito do filósofo John Dewey (2010). O repertório cultural de um indivíduo influencia na ocorrência da experiência estética, ou ainda é um dos elementos que interage no processo, podendo possibilitá-la ou intensificá-la:

“O outro fator necessário para que uma obra seja expressiva para aquele que percebe, são os significados e valores extraídos de experiências prévias, acumulados de tal modo que se fundam com as qualidades diretamente apresentadas pela obra de arte. (...) Quando o material aliado das experiências prévias não se mescla diretamente com as qualidades do poema ou do quadro, estas se mantêm como sugestões externas, e não como parte da expressividade do objeto em si.” (DEWEY, 2010, p. 204).

¹⁰“Gamer “authenticity” is routinely used to discredit the experiences and opinions of players who do not conform to the preferences and habits of gaming’s core demographic. (...) This breeds contempt for less adept players, especially regarding recent efforts to diversify and make more inclusive much of gaming culture. Those perceived as outsiders of core gaming culture, which often includes women, non-White, and queer players, often find their identities make them targets for toxic behavior.” (ORME, 2021, p. 6)

Assim sendo, a bagagem cultural do jogador-jornalista é no mínimo uma parte integrante do processo de percepção da experiência estética, o que reforça a exploração feita nos tópicos anteriores a respeito das mediações da qual essa figura participa. Do ponto de vista jornalístico, um apego à ideologia do espelho pode limitar ou mesmo impossibilitar que o profissional ensaie o estilo *New Games Journalism*. Entretanto, dada a discussão a respeito do paradigma construtivista, nota-se o poder informativo desse tipo de texto, que coloca em interação game e gamer, em um processo de mediação.

Descrever a experiência estética conforme a proposta do *New Games Journalism* de Gillen (2004) e os três eixos de Ferreira (2020) exige que o jogador-jornalista leve em consideração, ainda que de maneira inconsciente, o ambiente em que está inserido: as comunidades de jogadores que formam o comum partilhado e o repertório de referência cultural da tribo jornalística. Quanto maior essa consciência, maior a capacidade de transformação do texto.

Se essa identificação era vista como universal, a insistência em uma igualdade de tratamento inexistente reproduz um sistema de opressão. No contexto de ataques à democracia atual, é necessário que o profissional tenha consciência do ambiente em que realmente está inserido e as responsabilidades discursivas que ele exige assumir.

A partir de uma situação do jogador-jornalista como ator social, de acordo com seu duplo aspecto, o presente trabalho espera complementar a discussão a respeito de como a experiência estética e a proposta do *New Games Journalism*, sobretudo a de repousar o valor no jogador, se relacionam, contribuindo para o conhecimento de uma área pouco explorada. Da mesma forma, procura ensaiar no meio brasileiro algumas das problemáticas que a esfera democrática enfrenta hoje.

Referências bibliográficas

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: 19 de julho de 2022.

CAILLOIS, Roger. **Os Jogos e os Homens**: A Máscara e a Vertigem. Lisboa: Cotovia, 1990.

COEMA, Dara. Twitch Tags: performances do eu e identidades marginalizadas em espaços de streaming de games. In.: I ENCONTRO DIGRA BRASIL, 26 de novembro de 2021, Virtual.

Apresentação de trabalho: Full Papers- Jogos: Diversidade e Inclusão. Virtual. Site do evento: <https://www.even3.com.br/digrabrasil2021/>

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: 15 de novembro de 2021.

GILLEN, Kieron. 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: 19 de julho de 2022.

GREY, Kishonna L.; LEONARD, David J. et al. **Woke Gaming: Digital Challenges To Oppression And Social Injustice**. Washington: University of Washington Press, 2018. Edição do Kindle.

HALL, Stuart. et al. The Social Production of News. In.: **Policing The Crisis: Mugging, The State And Law And Order**. Londres: The Macmillan Press LTD, 1978.

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

MASETTO LIMA, Thiago; 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: 19 de julho de 2022.

MASETTO LIMA, Thiago. Jornalismo de games, ludicidade e experiência estética: Um diálogo para o jogador-jornalista (Side Quest). In.: 44º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 2021. **Anais**. São Paulo: Intercom, 2021. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/lista_area_DT5-G.htm Acesso em 19 de julho de 2021.

ORME, Stephanie. “Just watching”: A qualitative analysis of non-players’ motivations for video game spectatorship. **Journal New Media & Society**: online, fev. 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444821989350> Acesso em 19 de julho de 2022.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2018.

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

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

SILVA, Marconi Oliveira da. **Era tudo mentira: a verdade jornalística**. São Paulo: Intermeios, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística: Uma comunidade interpretativa transnacional**. Coleção Teorias do Jornalismo. Florianópolis: Insular, 2020. Edição do Kindle.

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