

REPRESENTATIVIDADE E PROTAGONISMO DE GRUPOS MENOS VISIBILIZADOS NA PRODUÇÃO DE JOGOS ELETRÔNICOS ¹

REPRESENTATIVENESS AND PROTAGONISM OF UNDERREPRESENTED GROUPS IN ELETRONIC GAMES PRODUCTION

Priscila Seixas da Costa²

Resumo: Neste artigo, investigamos sobre a capacidade que os jogos eletrônicos têm para comunicar sobre grupos minorizados. Tensionamos o lugar assumido pelos jogos eletrônicos, compreendendo seu papel social, para além do entretenimento. Partimos da ideia de mediação cultural para compreender que o desenvolvimento de jogos pode inspirar um processo de emancipação de indivíduos minorizados por controlarem narrativas midiáticas. Assim, o principal propósito deste trabalho é discutir sobre como jogos eletrônicos podem criar espaços de comunicação a partir da experiência da Game Jam do Criar Jogos (Edição 2023-2024). A partir deste estudo de caso gostaríamos de ampliar a percepção dos jogos eletrônicos através de seu lugar social e um lugar para a emancipação de grupos subalternizados.

Palavras-Chave: Representatividade. Protagonismo. Grupos Menos Vizibilizados. Jogos Eletrônicos.

Abstract: In this article, we investigate the capacity of electronic games to communicate about marginalized groups. We stress the position assumed by electronic games, understanding their social role beyond entertainment. We start from the idea of cultural mediation to understand that game development can inspire a process of emancipation for marginalized individuals by controlling media narratives. Thus, the main purpose of this work is to discuss how electronic games can create communication spaces based on the experience of the Game Jam from Criar Jogos (2023-2024 Edition). From this case study, we would like to broaden the perception of electronic games through their social role and as a place for the emancipation of marginalized groups.

Keywords: Representativeness. Protagonism. Underrepresented Groups. Electronic Games.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cidadania. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2024.

² Pesquisadora do grupo Perspectivas Filosóficas em Informação (Perfil-i) do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense, priscila@burburinhocultural.com.br.

1. Introdução

Em junho de 2024 foi realizada a *Game Jam* do projeto Criar Jogos (Edição 2023-2024) na Fábrica de Cultura Vila Nova Cachoeirinha, em São Paulo (SP). Uma *Game Jam* é um evento que reúne desenvolvedores de jogos eletrônicos e outros profissionais deste setor com o objetivo de criar um jogo. Geralmente divididos em grupos, os participantes colaboram para fabricar esse jogo dentro do prazo estabelecido. No caso da *Game Jam* do Criar Jogos de 2024 foram 72 horas de criação e outras atividades, como palestras que contavam com alunos do projeto Criar Jogos. O Criar Jogos é um curso gratuito de desenvolvimento de jogos para jovens entre 12 e 29 anos, oferecido, principalmente, para alunos da rede pública de ensino, geralmente de regiões periféricas. O tema dessa *Game Jam* foi “Representatividade: o protagonismo de grupos e pessoas que têm menos visibilidade”, inspirado a partir da relação da necessidade de novas narrativas de grupos minorizados no contexto contemporâneo da luta pela diversidade.

Este trabalho tem como tema principal a capacidade que os jogos eletrônicos têm para comunicarem sobre grupos minorizados. Em geral, quando falamos em *games* — e, neste estudo, consideraremos *games* como sinônimo de jogos eletrônicos —, existe uma visão que restringe jogos ao âmbito do consumo, do prazer, do vício e do entretenimento. Nosso problema de pesquisa reside no lugar dos jogos eletrônicos e seu papel social, para além do entretenimento, uma vez que as narrativas presentes podem ser alinhar a movimentos de emancipação de grupos minorizados, assim como ocorreu com a *Game Jam* do Criar Jogos (Edição 2023-2024). Partimos da hipótese que através do recorte da mediação cultural, o desenvolvimento de jogos pode inspirar um processo de emancipação de indivíduos subalternizados, geralmente a partir de experiências que conseguem proporcionar essa possibilidade, uma vez que estabelece uma relação reflexiva e que instiga o pensamento crítico.

Nosso objetivo geral é discutir sobre como os jogos eletrônicos podem criar espaços comunicacionais sobre grupos subalternizados a partir da experiência da *Game Jam* da edição 2023-2024 do Criar Jogos. Nesse sentido, articulamos três propósitos específicos: 1) explorar a capacidade social dos jogos eletrônicos, principalmente no seu lugar das narrativas; 2) discutir sobre como a mediação cultural pode ser uma ferramenta para construir uma perspectiva crítica no processo pedagógico da comunicação; 3) realizar um estudo de caso sobre a *Game Jam* da edição 2023-2024 do Criar Jogos.

Para tanto, realizamos uma revisão de literatura sobre o lugar social dos jogos eletrônicos de maneira interdisciplinar; sobre conceitos como lugar de fala, empoderamento e representatividade de grupos minorizados, destacando a posição de protagonismo; e a relação entre mediação cultural e a educação crítica. Metodologicamente, a pesquisa possui uma abordagem qualitativa, de natureza básica e é explicativa, sendo um estudo de caso sobre os jogos que ganharam a *Game Jam* do Criar Jogos, através de uma análise dos jogos, refletindo a partir da revisão bibliográfica sobre o tema.

Dessa forma, este estudo busca ampliar e tensionar a percepção dos estudos sobre o lugar social e comunicacional dos jogos eletrônicos, geralmente considerados como forma de entretenimento dentro do escopo da indústria cultural, sendo duramente criticados quando relacionados ao vício e a uma visão atrelado ao consumo, ao prazer e ao divertimento. Ainda, procura oferecer uma outra perspectiva possível para a emancipação de grupos sociais subalternizados através da tecnologia.

2. O lugar social dos jogos eletrônicos

O Criar Jogos é um curso voltado para o público jovem, entre 12 e 29 anos de idade. Ele é organizado através de uma plataforma virtual³ e é oferecido tanto presencialmente, através de laboratórios que são organizados em instituições de ensino — geralmente, escolas públicas municipais e estaduais de regiões periféricas de cidades que recebem o projeto, mediante a escolha dos patrocinadores da ação cultural — em turmas de horários matutinos e vespertinos, em que um instrutor orienta sobre as questões atreladas ao percurso de ensino. O curso pode ser acessado por qualquer pessoa à distância, uma vez acompanha videoaulas. O percurso formativo reúne oito módulos — Alfabetização Digital; Cultura de Jogos; Roteiro e Narrativa; Programação; Edição de Som; Game Design; Arte e Interface; e Protótipos — e é totalmente gamificado.

A gamificação tem sido utilizada como uma ferramenta lúdica que aproxima estudantes do conteúdo que é ensinado. Kapp (2012) foi um dos pesquisadores precursores dos estudos sobre gamificação, definindo o termo como o conjunto de elementos dentro de um jogo que podem motivar certas formas de agir, engajando os indivíduos para solucionar problemas. Seu clássico trabalho buscou discutir sobre maneiras inventivas através da gamificação para estimular alunos no processo de ensino, demonstrando o impacto dessa estratégia na

³ Disponível em: <https://criarjogos.mentorano.com/signin>. Acesso em: 24 fev. 2024.

aprendizagem. Como exemplo deste impacto, Oliveira, Correia e Farbiarz (2024) realizaram um estudo sobre o potencial da gamificação como instrumento para a educação crítica para as mídias no setor Comunicação e Informação da Educação Superior no Brasil. Entre os seus principais achados, perceberam que a gamificação tem sido utilizada como uma ferramenta para uma alfabetização crítica da mídia e que algumas das práticas de gamificação dentro do ensino do setor de Comunicação e Informação aumentam o engajamento dos alunos em disciplinas.

O lugar da gamificação no ensino é um tema que coloca os jogos, em sua acepção generalizada, em um lugar social que complexifica uma visão de senso comum o qual jogos ocupam um espaço de entretenimento. Cabral (1997) explorou a visão dicotômica assumida pelos jogos eletrônicos: de um lado, eles são necessários para a inserção de crianças e adolescentes em uma vida cada vez mais tecnológica, porém, como observado e questionado pela autora, os *games* poderiam servir como uma forma de condicionamento à lógica capitalista. No entanto, podemos observar inúmeros valores importantes nos jogos eletrônicos, como um espaço de socialização, ainda que não de maneira semelhantes aos jogos tradicionais — como amarelinha, pique-esconde e outros —, e uma fonte de informação e comunicação.

Aranha (2004) observou o processo de consolidação dos jogos eletrônicos como instrumento de comunicação e de construção de conhecimento através de um mapeamento histórico. Seu texto traz uma contribuição que nos interessa que é o aspecto comunicacional dos jogos eletrônicos. Gostaríamos de destacar duas características que estão intrinsicamente ligadas ao escopo de nosso trabalho: o da interatividade e da construção de sentido.

Como já destacamos anteriormente, os jogos eletrônicos podem oferecer uma experiência que exige o engajamento daqueles que estão participando e, dessa maneira, promover a colaboração e a construção em conjunto que já é estabelecida desde a relação entre produtor e consumidor. Este ponto será explorado com mais profundidade em outro momento. Além disso, os *games*, através de suas narrativas, complexificam as possibilidades de narrativas presentes na ordem comunicativa. Assim como outros meios de comunicação, os jogos eletrônicos podem contribuir na construção de imaginários e de ressignificação da realidade, mesmo que se trate de jogos ficcionais. Ao resgatar aspectos históricos, geográficos, artísticos e biológicos, esse produto midiático-cultural ocupa um lugar social crucial no estabelecimento da produção de sentidos na contemporaneidade.

Como qualquer outro meio de comunicação, os *games* estão dentro da dinâmica da indústria cultural. Ainda, isso não significa que eles não possam criar diálogos com grupos minorizados e que estão fora do escopo de controle que é exercido por poucos, porém grandes, conglomerados que conformam os sentidos através de suas linhas editoriais. O processo de produção massificado está nas mãos desses grupos, mas isso não significa que não existam outras maneiras de apropriação dessa tecnologia.

Se em outros momentos os jogos eletrônicos não poderiam ser vistos como uma forma de emancipação — uma vez que estão, supostamente, reforçando valores hegemônicos, narrativas de grupos já estabelecidos e pontos de vista de dominação —, tal perspectiva pode estar se alterando ao considerarmos o acesso de grupos minorizados ao processo produtivo de jogos eletrônicos. Dessa forma, acreditamos que a relação de um produto cultural-midiático, através de sua ludicidade, com a produção de sentido, por meio de sua narrativa, gera um tipo de mediação importante para o lugar não só do ensino, mas de aprendizagem sobre a vida social.

3. Mediação cultural e perspectiva crítica

Quando utilizamos o conceito de mediação no contexto comunicacional, acionamos Martín-Barbero (1997) como uma referência obrigatória. O teórico radicado na Colômbia, porém de origem espanhola, percebeu que o processo comunicativo, antes visto como algo linear em que a comunicação era estabelecida entre um emissor e outro receptor através de mensagens transmitidas por um meio, era muito mais complexo. Sua contribuição reside na compreensão de fatores — como a cultura, a ritualidade, entre outros — que possuem a capacidade de mediar as interpretações das mensagens recebidas. Assim, Martín-Barbero indica a importância do contexto histórico-social-cultural dos indivíduos quanto ao processo de de/codificação das mensagens. Assim, causa uma ruptura com o paradigma que colocara consumidores (“receptores”) em posição passiva nas relações com os meios de comunicação.

Tal colocação observa a cultura como um dos mediadores nesse processo de construção de sentidos. A cultura ocupa lugar central nas relações sociais, assim como afirma Yúdice (2004), uma vez que está localizada nas entranhas das relações sociais e é catalisadora de inúmeros âmbitos como o social, político e econômico. No âmbito da comunicação, Hall (1997) nota a centralidade da cultura nas mediações com a mídia, principalmente na maneira como os fluxos econômicos, sociais e comunicacionais são atravessados pelo fator cultural.

Assim, estamos falando de um local privilegiado pois mobiliza subjetividades, modos de ser e estar e intersecciona o pensar e o agir.

O conceito de mediação cultural “aponta para um processo em que a relação entre os sujeitos e as manifestações culturais materiais e imateriais sejam significativas de maneira que facilite aos sujeitos a possibilidade de se tornarem protagonistas [...]” (Silva e Cavalcante, 2023, p. 246). O estudo realizado por Silva e Cavalcante (2023) discorre sobre a utilização da mediação cultural no âmbito da informação ao articular o conceito de mediação cultural e mediação da informação em busca da compreensão da produção de sentidos a partir da informação.

Gostaríamos de destacar a questão do protagonismo presente na mediação cultural, uma vez que essa posição é aquela ocupada por quem tem destaque. Leite (2019) apresenta a origem etimológica da palavra indicando que seria algo como “o primeiro a enunciar/argumentar”. Nos processos de produção de sentido, o discurso ocupa um lugar essencial no jogo das relações de poder. Ter a oportunidade de falar, ser o primeiro a discutir sobre algo e, principalmente, ser alguém que pode ser ouvido não é algo que todos os indivíduos podem usufruir. No processo comunicacional, a ideia de poder do emissor como o produtor da mensagem e o único capaz de construir sentidos também precisa ser complexificado, assim como fez Martín-Barbero (1997) e compreender que, dentro do contexto contemporâneo, o lugar de fala está sendo cada vez mais privilegiado como um espaço de disputa.

Por “lugar de fala”, podemos dizer que é a “localização social” (Ribeiro, 2019, p. 85) que cada pessoa possui dentro do corpo social. Nesse sentido, cada indivíduo parte de um determinado contexto social o qual estão inscritos discursos que se relacionam com sua realidade. Logo, a maneira como uma mesma mensagem é ouvida por uma pessoa pode diferir completamente diante de sua inscrição no mundo. Entretanto, ao emitir nossas falas, certas vozes são ouvidas e outras não. A seletividade ocorre, assim como reflete Ribeiro (2019), na medida em que grupos socialmente privilegiados conseguem compartilhar suas visões de maneira naturalizada, impactando o lugar de grupos subalternizados que insistem continuamente para causar rupturas e, dessa maneira, conseguir ter destaque. Assim, a noção de “lugar de fala” disputa os privilégios de quem sempre foi escutado, sendo protagonista das narrativas.

Esse conceito está alinhado ao conceito de “empoderamento”, termo popularizado pelas lutas sociais durante a década de 2010. Por “empoderamento” podemos compreender como o

processo de reconstrução das bases sociopolíticas fundamentais, assim como apontar Berth (2019) no contexto das dinâmicas raciais vividas por pessoas negras. De base freiriana, o conceito de empoderamento diz respeito ao processo pelo qual indivíduos subalternizados conseguem superar seu lugar enquanto oprimidos e conseguem acessar maneiras de proporcionar autonomia. Assim como Freire (2021) apontou em seu clássico trabalho *Pedagogia do Oprimido*, existe uma relação desigual entre os opressores e os oprimidos em que os opressores são colocados em uma posição de “ser mais”. A partir do processo de conscientização sobre a realidade, os oprimidos podem desenvolver ferramentas ao encarar o mundo de maneira crítica, ou seja, percebendo as contradições presentes nas desigualdades socialmente estabelecidas.

Ainda nesse sentido, os grupos sociais minorizados contemporâneos têm buscado ampliar sua representatividade, termo complexo que já foi estudado por Conceição dos Santos (2023) no contexto da representação de pessoas negras na publicidade brasileira. De acordo com o pesquisador, a representatividade é “o sentimento político-estético de se sentir representado” (Conceição dos Santos, 2023, p. 223). A representatividade é formada por uma dupla-relação: de um lado, estar presente; do outro, se sentir presente. A título de exemplo, podemos compreender que quando um grupo minorizado começa a fazer parte de diversos núcleos em telenovelas, sejam eles com alto ou baixo poder aquisitivo ou de decisão, de maneira naturalizada, aquele grupo pode experimentar a representatividade. Porém, se quem estiver atuando for alguém que não pertence ao grupo ou que não consegue estabelecer uma relação de igualdade como, por exemplo, quando se utiliza de estereótipos, o grupo pode não concordar com a representatividade.

A luta por reconhecimento de grupos minorizados perpassa inúmeras reflexões e a busca por ferramentas práticas exige negociações em relação ao que já está estabelecido. Assim, é possível pensar em possibilidades através brechas que aparecem e podem ser oportunidades para ampliar a área de atuação de suas lutas. Os jogos eletrônicos podem ser essa possibilidade no que diz respeito às mídias tecnológicas, que produzem sentidos diversos e contam histórias que possuem impacto na juventude contemporânea. Os *games* deixaram de ser apenas objeto de entretenimento e vêm ocupando o espaço do ensino, servindo como exemplo de assuntos diversos atrelados a conhecimentos históricos, biológicos, entre outros. Além disso, podem despertar reflexões importantes que estão presentes no debate da sociedade brasileira, ampliando os possíveis enquadramentos de sociedade possíveis.

4. Estudo de caso: Game Jam da edição 2023-2024 do Criar Jogos

O Criar Jogos é um curso gratuito oferecido de forma gratuita para jovens que estão em idade escolar até os que estão entrando no mercado de trabalho. Um de seus desdobramentos no ano de 2024 foi a *Game Jam* de sua edição 2023-2024, que contou com atividades na Fábrica de Cultura Vila Nova Cachoeirinha, em São Paulo (SP). Antes de adentrarmos na discussão sobre esta experiência, apresentaremos o quadro metodológico desta pesquisa.

A pesquisa possui uma abordagem qualitativa em que são analisados, de maneira interpretativa, os dados que serão apresentados, a partir do levantamento bibliográfico apresentado até aqui. Conforme aponta Gil (2008), trata-se de uma pesquisa que não tem uma fórmula definida, mas que depende da interpretação de quem pesquisa. Sua natureza é pura, também chamada de básica, uma vez que busca desenvolver reflexões teóricas (Gil, 2008, p. 26). Por fim, trata-se de uma pesquisa explicativa, pois estamos buscando compreender de maneira mais detida como os jogos eletrônicos podem ser uma ferramenta dentro da luta de grupos minorizados.

Escolhemos o estudo de caso como ferramenta metodológica porque gostaríamos de aprofundar o entendimento da produção de jogos eletrônicos como uma possibilidade de subversão daquilo que está estabelecido socialmente, apresentando outras formas de enxergar o mundo. Gil (2008) afirma que o estudo de caso pode compreender “um fenômeno atual dentro de seu contexto de realidade” (Gil, 2008, p. 58). Em nossa pesquisa, buscamos complexificar o entendimento de que *games* possuem, apenas, uma função de entretenimento e apresentaremos o caso da *Game Jam* realizada pelo projeto Criar Jogos em 2024. Para tanto, acessamos informações sobre os jogos, as apresentações sobre eles (*pitches*) e informações sobre a *Game Jam* documentados pela organização responsável.

O evento ocorreu entre os dias 06 e 08 de junho de 2024 e reuniu atividades para além do concurso que definiria os melhores jogos. É importante destacar as outras atividades por serem oferecidas para o público em geral que frequenta o espaço e turmas dos laboratórios presenciais projeto Criar Jogos, formadas por jovens em idade escolar, e possuírem um caráter formativo de complexificar a realidade de quem trabalha com jogos eletrônicos. A maior parte das palestrantes era formada por mulheres, um contraponto à realidade do mundo do desenvolvimento de jogos eletrônicos em que mulheres representam apenas 23% das pessoas

que atuam no setor⁴. Ainda, os temas dessas palestras se relacionavam tanto ao universo da produção e desenvolvimento de jogos quanto ao universo dos games, aproximando as discussões do público-alvo.

Toda *Game Jam* possui desenvolvedores que são divididos em grupos e eles devem criar um jogo a partir de um tema que é definido por quem organiza. No caso da *Game Jam* do Criar Jogos (Edição 2023-2024), o tema foi “Representatividade: o protagonismo de grupos e pessoas que têm menos visibilidade”, para tratar sobre grupos minorizados e subalternizados dentro da sociedade brasileira. A escolha sobre as narrativas, os personagens ou quais grupos seriam trabalhados eram dos participantes. Além disso, havia um júri que avaliou quais, entre os produtos, eram os melhores, sendo todas mulheres.

A ideia de poder criar seu próprio jogo coloca a pessoa em um lugar de produção de jogos, ou seja, ela pode desenvolver sua própria história, trazendo seu imaginário que é refletido de maneira a promover discursos que ainda não foram apresentados. Ao contrário da grande indústria de *games* que possui grandes investimentos, em que as grandes empresas buscam refletir seus pontos de vista — geralmente já hegemônicos —, a prática da *Game Jam* possibilita a expansão através de seus temas e, principalmente, oferece possibilidades criativas aos participantes, que necessitam se adequar ao tema. No caso de nossa pesquisa, ao retratar pessoas de grupos subalternizados, personagens da vida cotidiana que antes não apareceriam nas grandes mídias, ganham corpos e falas.

Após a competição, a equipe vencedora foi a *Fundo do Poço* com seu jogo *Redoma*. Trata-se de um jogo de estilo plataforma — na qual o jogador deve atravessar inúmeros obstáculos utilizando ações de correr, pular entre outras — com elementos de aventura e buscou trazer à tona as diferentes realidades de um personagem que sempre esteve alheio à sua cidade (São Paulo), buscando demonstrar a vida de pessoas que vivem em situação de rua. Ao longo do jogo, o jogador é exposto a diversos fatos noticiosos, como a Chacina da Candelária — crime violento contra jovens em situação de rua que foram assassinados no Rio de Janeiro (RJ) em 1993 —, e é convidado a refletir sobre quem são essas pessoas que são marginalizadas pela sociedade.

⁴ Informações obtidas a partir do Relatório GDC 2024. Disponível em: https://www.womeningames-org.translate.google/gdc-2024-report-more-of-the-same/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pt&_x_tr_hl=pt&_x_tr_pto=tc. Acesso em: 24 fev. 2025.

Em segundo lugar, a equipe *Updog Software* trouxe o jogo *Exílio de Si* que aborda a Síndrome de Borderline — que, entre diversas características, promove instabilidade emocional, como mudanças de humor repentinas. É um jogo de aventura — em que o jogador, através de seu personagem, explora o cenário do jogo e constrói sua própria narrativa, através de escolhas — em que o jogador é colocado em um mundo autoritário no qual seu personagem faz parte de uma cultura marginalizada. Assim, o jogo convida ao consumidor que viva uma narrativa de exclusão social, comum a diversos grupos minorizados, buscando sua sensibilização.

Por fim, o grupo terceiro colocado foi a equipe *Semibinários* que contou a história de um personagem não-binário — denominação utilizada pelos próprios desenvolvedores que entendem o impacto vocabular da não-binaridade — através do game *Nem isso, nem aquilo*. O protagonista vive uma aventura em que ele vai descobrindo as questões atreladas ao gênero no contexto do jogo. Quem joga deve coletar peças que são encontradas no escuro para concluir a narrativa do jogo. Os níveis foram construídos para sensibilizar quem joga sobre as dificuldades que envolvem a descoberta das questões de gênero por pessoas que não conseguem se encaixar no binarismo estabelecido por nossa sociedade. No processo de descoberta, aos poucos, o personagem vai conhecendo o acolhimento para que possa se tornar quem realmente é.

Os três jogos representam, cada um a sua maneira, formas de aproximação com a realidade que um jogo pode desenvolver entre aqueles que jogam. Reside uma questão fundamental: a escolha por tratar, ou não, sobre determinados temas está relacionada a linha editorial sustentada por quem produz. Desse modo, ao assumir o ponto da produção, pessoas que façam parte ou que se sintam sensibilizadas por grupos minoritários podem desenvolver jogos que buscam estimular a reflexão sobre quem são essas figuras socialmente subalternizadas.

Assim, jogos eletrônicos podem servir como um mediador cultural para que se desenvolvam um pensamento crítico que consiga propor, de maneira efetiva, uma pedagogia sobre grupos oprimidos, minorizados. Não se trata de um horizonte tão distante, ainda que seja. Existem inúmeras questões como o acesso à tecnologia, que continua sendo reservado a um grupo social ainda muito privilegiado, mesmo com projetos como o Criar Jogos. Quando pensamos além dos marcadores sociais, outras questões podem restringir ações mais concretas.

No entanto, apresentamos os resultados dessa *Game Jam* como uma possibilidade entre muitas que podem acontecer em um futuro não tão distante.

5. Considerações Finais

Este estudo buscou explorar o papel social e comunicacional dos jogos eletrônicos, destacando sua capacidade de promover a representatividade e o protagonismo de grupos menos visibilizados. A partir da Game Jam do Criar Jogos (Edição 2023-2024), observamos como eventos como esse podem se tornar espaços importantes para a criação de narrativas alternativas que desafiam o status quo e oferecem novas perspectivas sobre a inclusão e a diversidade. Ainda que se trate de um estudo de caso de uma situação em que os criadores de jogos tivessem que, necessariamente, desenvolver *games* sobre uma determinada temática, percebe-se a viabilidade criativa e, principalmente, a necessidade de trabalhar temas como esses para tornar o jogo eletrônico, enquanto mídia, uma outra possibilidade narrativa do mundo.

Através da análise dos jogos vencedores, compreendemos que os desenvolvedores — sujeitos dessa pesquisa — abordaram temas sensíveis e relevantes, como a vida de pessoas em situação de rua, a experiência de indivíduos com Síndrome de Borderline e a identidade de pessoas não-binárias. Esses jogos podem proporcionar aos jogadores uma oportunidade de vivenciar e refletir sobre realidades que muitas vezes são marginalizadas pela sociedade. Ainda que tais jogos não estejam disponíveis para o grande público até o momento da escrita desta publicação, saber da possibilidade deste tipo de criação abre perspectivas de mudanças efetivas na sociedade, para além dos escritos acadêmicos. Tais experiências contribuem para uma perspectiva prática da atuação de profissionais do setor, que devem buscar maneiras de se aproximar da realidade de diferentes populações.

Ao destacar a importância da mediação cultural e da perspectiva crítica no desenvolvimento de jogos eletrônicos, reforçamos a ideia de que esses produtos midiáticos podem ser ferramentas poderosas para a educação e a conscientização. A gamificação, ao ser utilizada de maneira intencional e crítica, pode contribuir para a formação de cidadãos mais engajados e empáticos. É importante deixar registrado que, antes de qualquer processo de alfabetização digital, problemas como o analfabetismo atingem boa parte do público que o projeto visa atingir. No entanto, reforçamos o papel necessário da promoção de eventos e ações que incentivem o pensamento transformador e emancipatório.

Portanto, concluímos que os jogos eletrônicos têm um potencial significativo para fomentar a representatividade e o protagonismo de grupos minorizados, visibilizando questões deixadas de lado e, através da utilização de um produto midiático-cultural, impulsionar o pensamento crítico. Eventos como a *Game Jam* do Criar Jogos (Edição 2023-2024) demonstram que, quando inseridos em contextos educativos e sociais adequados, os jogos podem ir além do entretenimento e se tornar instrumentos de transformação social.

Referências

- ARANHA, Gláucio. O processo de consolidação dos jogos eletrônicos como instrumento de comunicação e de construção de conhecimento. *Ciência & Cognição*, Rio de Janeiro, v. 3, p. 21-62, 2004. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-58212004000300005. Acesso em: 24 fev. 2025.
- BERTH, Joice. **Empoderamento**. São Paulo: Sueli Carneiro; Polén, 2019.
- CABRAL, Fátima. Jogos eletrônicos: técnica ilusionista ou emancipadora?. **Revista USP**, São Paulo, n. 35, p. 134-145, 1997.
- CONCEIÇÃO DOS SANTOS, Pedro Henrique. **O mito da publicidade antirracista ou sobre o capital de representatividade**: por outra ética publicitária. 2023. 354f. Tese (Doutorado em Mídia e Cotidiano) – Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2023. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/33333>. Acesso em: 24 fev. 2025.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 77. ed. Rio de Janeiro, RJ; São Paulo, SP: Paz e Terra, 2021a
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, 1997. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71361>. Acesso em: 24 fev. 2025.
- LEITE, Daniel Carmona. **Protagonismo e estratégias semióticas no discurso de jovens brasileiros**: liberdade, semiliberdade e juventude indígena. 2019. 322 f. Tese (Doutorado em Semiótica e Linguística Geral) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, Universidade de São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8139/tde-21022020-153434/en.php>. Acesso em: 124 fev. 2025.
- KAPP, Karl M. **The gamification of learning and instruction**: game-based methods and strategies for training and education. San Francisco: Pfeiffer, 2012.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- OLIVEIRA, João Victor dos Santos; CORREIA, Yuri Neri de Azeredo; FARBIARZ, Alexandre. O potencial da gamificação como instrumento para a Educação Crítica para as Mídias no Ensino Superior da área de Comunicação e Informação. **Iniciacom**, , v. 13, n. 3, p. 77-93, 2024. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/4799>. Acesso em: 24 fev. 2025.
- RIBEIRO, Djamil. **Lugar de fala**. São Paulo, SP: Sueli Carneiro: Pólen, 2019.
- SILVA, Carlos Robson Souza da; CAVALCANTE, Luciane de Fátima Beckman. Mediação cultural da informação: por uma relação entre informação, cultura e mediação na produção de sentidos e significados sobre



o real. **Informação em Pauta**, [S. l.], v. 8, n. esp, p. 237–251, 2023. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/89241>. Acesso em: 24 fev. 2025.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004