

A leitura crítica dos jogos digitais pelo referencial da Educomunicação: uma contribuição teórica para a literacia midiática¹

Henrique Alberto MENDES²

Carolina Anet CAMINHA³

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

No cenário atual, marcado pela crescente influência das tecnologias digitais na vida cotidiana, os jogos digitais têm se estabelecido como uma forma de entretenimento e interação amplamente difundida. Ademais, também são cada vez mais compreendidos como artefatos sociotécnicos que produzem e reproduzem a cultura contemporânea. Nesse viés, o presente trabalho desenvolve uma abordagem inserida em um momento anterior ao da utilização dos jogos como ferramentas pedagógicas ou colaborativas, o da necessária leitura crítica e reflexiva ao se ter contato com aquilo que a indústria dos jogos disponibiliza para ser usado na relação cotidiana com os produtos midiáticos de mercado. É nesse sentido que a proposta deste artigo se fundamenta: utilizar o referencial teórico da Educomunicação, especialmente aquele relacionado com a área da leitura crítica das mídias, como uma lente analítica para a compreensão e a análise dos jogos digitais, visando contribuir com um debate que, aliado às práticas tanto educacionais quanto de literacia midiática, tem como horizonte a formação de indivíduos mais críticos e participativos na sociedade contemporânea a partir de um uso reflexivo dos produtos ofertados pelo sistema de mídias e pela indústria cultural em sua configuração atual.

Palavras-chave: Jogos digitais. Leitura crítica dos meios de comunicação. Literacia midiática. Educomunicação.

Introdução

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Comunicação e Educação do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Mestre em Estudos da Mídia (PPgEm/UFRN). Doutorando em Ciências da Comunicação (PPGCOM/ECA/USP) com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Licenciado em Letras, atuou como professor titular do ensino básico na rede estadual de educação de São Paulo entre 2013 e 2017. Email: henriquemendes@usp.br.

³ Produtora de Conteúdo de Games, Colunista e Narradora de torneios de e-sports. Mestranda em Ciência da Comunicação na Universidade de São Paulo. Possui graduação em Administração pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (2016) e pós-graduação em Produção Audiovisual pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (2018).

Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Cinema e Redes Sociais. E-mail: anetcaminha@gmail.com.

Com a ascensão de jogos online no século XXI, juntamente com o crescimento da cultura de redes sociais e o acesso à internet, criou-se, em paralelo, toda uma cultura de comunidades online. McLuhan (1974, p. 4) descreveu os meios de comunicação como extensões do homem, onde tecnologias se tornariam parte do corpo e a internet como meio de produção e circulação das próprias expressões sociais.

Nesse contexto, é importante ressaltar que o jovem brasileiro é um dos mais conectados do mundo, tendo o celular como seu principal dispositivo (Passareli, 2020, p. 6). Também neste cenário, os jogos digitais têm se estabelecido como uma forma de entretenimento e interação amplamente difundida. Ademais, também são cada vez mais compreendidos como artefatos sociotécnicos que produzem e reproduzem a cultura e a comunicabilidade contemporânea.

Jogos com acessos a chats como *League of Legends*, *Call of Duty* ou *Ragnarok* normalmente limitam sua comunicação apenas para o momento da partida para uma comunicação rápida durante o jogo. No cenário apresentado, para a criação de espaços de troca e interação, outros ambientes contribuem para a construção das comunidades online, tais como fóruns online em sites como *Reddit*, canais dentro do *Discord* e até mesmo canais dentro da *Twitch*, maior plataforma de live streaming do mundo. Tais interações em tempo real, especialmente de canais de transmissão ao vivo, funcionam como um “terceiro espaço”, onde os chats online formam comunidades baseados em suas experiências com o conteúdo que está sendo consumido e na troca com outros *viewers*, visto que os participantes costumam permanecer e criar laços em canais onde se sentem importantes e notados (Hilvert-Bruce, 2018, p 59).

De um ponto de vista antropológico, se antes uma comunidade era construída com base em uma proximidade geográfica, laços familiares ou religiosos, hoje, com a migração dessas comunidades para a internet, indivíduos se organizam por interesses e valores em comum, sem a necessidade de uma proximidade física (Dimantas et al., 2007, p. 41).

Além do assunto que os une, cada comunidade tem seu conjunto de regras e hábitos próprios, assim como rotina e figuras de autoridade conhecidos como moderadores. Desses, é esperado um comportamento exemplar e agilidade para remover conteúdos inapropriados para manter a funcionalidade daquela comunidade.

Ao observar a cultura de participação, é importante ressaltar que os usuários costumam ter um senso de altruísmo e otimismo dentro de suas comunidades, ainda que possam não apresentar o mesmo engajamento em sua vida offline (Massanari, 2015 p. 31-32). Apesar de existirem em um espaço virtual, é importante ressaltar que tais experiências sociais estão ligadas

à vida cotidiana dos envolvidos, visto que essas pessoas vivenciam uma rotina conectada considerando todos os aparelhos presentes no dia a dia delas (Paz, 2015 p. 30).

Ainda sobre a cultura de participação dessas comunidades, foi observado ainda que alguns indivíduos podem participar dessas comunidades como forma de compensar a falta de entrosamento com uma comunidade em sua vida offline. Enquanto comunidades online podem ser associadas com um impacto positivo para participantes, em especial àqueles que apresentam menos apoio externo de familiares ou comunidade local, também se faz importante apontar que são exatamente esses indivíduos que passam mais tempo online, como forma de compensação pela falta de interação social em seus cotidianos (Miller, 2011 apud Hilvert-Bruce, 2018).

Contudo, quando estudamos o cenário de comunidades online relacionadas a games, faz-se necessário um recorte de gênero e raça. Em pesquisa realizada em 2021, 80% dos usuários da plataforma *Twitch* se declararam como sendo do sexo masculino⁴. Tal dado parece seguir exatamente a tendência do mercado de games, visto que a cultura de vídeo games é constantemente questionada pela exclusão de grupos que não se enquadram no estereótipo “gamer” de homem cis, branco, hétero e jovem, tornando os ambientes online e offline de games mais suscetíveis à hostilidade, assédio e apagamento para mulheres, pessoas não brancas e membros da comunidade LGBTQIA+ (Skardzius, 2020).

Para lidar com as consequências negativas de ocupar esses espaços pouco convidativos, membros desses grupos podem se utilizar de uma série de estratégias, tais como utilizar nomes de usuários neutros para camuflar sua identidade, evitar jogos e interações com desconhecidos ou adotar uma postura mais reativa aos ataques.

No cenário atual, marcado pela crescente influência das tecnologias digitais na vida cotidiana, os jogos digitais têm se estabelecido como uma forma de entretenimento e interação amplamente difundida. Ademais, também são cada vez mais compreendidos como artefatos sociotécnicos que produzem e reproduzem a cultura contemporânea. Nesse viés, o presente trabalho desenvolve uma abordagem inserida em um momento anterior ao da utilização dos jogos como ferramentas pedagógicas ou colaborativas, o da necessária leitura crítica e reflexiva ao se ter contato com aquilo que a indústria dos jogos disponibiliza para ser usado na relação cotidiana com os produtos midiáticos de mercado.

1 Jogos digitais, Comunicação e Educação

⁴ Fonte: <https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/planejamento-estrategico/39679/por-que-o-twitch-vem-sendo-umas-das-plataformas-com-maior-ascensao-no-brasil.html>.

Conforme asseveram Paiva e Gabbay (2010, p. 78) a leitura crítica da comunicação “trata-se do intervalo entre o instante do reconhecimento de que existe uma produção midiática apartada do real histórico e o momento de produção de novas formas comunicacionais”. É nesse sentido que a proposta deste artigo se fundamenta: mobilizar referencial teórico da Educomunicação, especialmente aquele relacionado com a área da leitura crítica das mídias, como uma lente analítica para a compreensão e a análise dos jogos digitais, visando contribuir com um debate que, aliado à práxis que se dão na interface Educação/ Comunicação, tem como horizonte a formação de indivíduos mais críticos e participativos na sociedade contemporânea a partir de um uso reflexivo dos produtos ofertados pelo sistema de mídias e pela indústria cultural em sua configuração atual.

A reflexão proposta assenta-se no fato de que a propulsão dos games enquanto novas mídias (Cardoso, 2007), fenômeno sociocultural e campo híbrido (Santaella 2013; 2014) artefatos sociotécnicos (Fragoso; Amaro, 2018) ou processos comunicacionais (Galdino; Silva; Zanotti, 2021) tem mobilizado discussões em diferentes campos do conhecimento, nas quais os jogos são enfocados, conforme Fragoso e Amaro (2018, p. 7), a partir da “expansão do número de pessoas que jogam, a diversificação de seu perfil e o papel da indústria dos jogos no cenário cultural, político e econômico”.

Acerca dos games enquanto mídia, Domingues (2018, p. 11) salienta que a onda de valorização dos jogos digitais originou dois fenômenos que passaram a chamar a atenção das pesquisas acadêmicas: “a consolidação de uma indústria de jogos voltados para outras finalidades mais ‘sérias’ que o entretenimento [...] e, em épocas um pouco mais recentes, o advento da gamificação”.

A expansão da gamificação acarreta, segundo Castro (2021, p. 175-184), na constituição da “transgamificação”, como resultado de “una expansión socio-política sin igual de los códigos y categorías de la cultura, comúnmente ligados al juego y al ocio”, fenômeno que, dentre outras características, cria condições para um “anonimato irresponsável”, o qual, a partir do conceito de “nickname”, torna-se ferramenta para que se realizem “burlas de toda índole (racista, xenófoba, etc.)”. De modo geral, na infraestrutura algorítmica da internet, Junqueira e Botelho-Francisco (2021, p. 63-64) identificam uma “dimensão interseccional das vulnerabilidades digitais” e o “estabelecimento das relações interseccionalmente superpostas entre as vulnerabilidades digitais e marcadores sociais da diferença”, como a raça e o gênero.

O artigo proposto baseia-se em tais perspectivas para conceber a análise dos games de uma perspectiva epistemológica e política de base crítica, de maneira a apontar elementos teóricos para os processos de literacia midiática que tem estes artefatos como foco.

A história da relação entre educação e comunicação ganhou “densidade própria” com a análise crítica dos meios de comunicação emergindo como uma preocupação central de teóricos e organismos internacionais (Soares, 1999). Desde o surgimento dos meios de comunicação de massa, como rádio, cinema e televisão, percebeu-se a necessidade de compreender o impacto das mensagens transmitidas por esses meios na sociedade e na formação dos indivíduos.

Teóricos como Theodor Adorno e Max Horkheimer enfatizaram o efeito das mensagens dos meios de comunicação na conformidade ideológica e na manipulação da opinião pública. Delimitando o que se estabeleceu como a Teoria Crítica (Paiva; Gabbay, 2010), argumentaram que a indústria midiática tinha o poder de influenciar valores, opiniões e comportamentos, moldando a percepção e o pensamento das pessoas, sendo que, como discute Soares (1999, p. 21) os desdobramentos da crítica frankfurtiana “fizeram parte da manifestação crítica de desconfiança em relação ao sistema de meios de comunicação”.

Conforme Soares (1999, p. 21), em pesquisa desenvolvida na década de 1990 com ativistas, pesquisadores e profissionais que atuavam no campo da relação entre educação e comunicação na América Latina, o foco da preocupação, sobretudo de educadores, centrou-se na “suspeita de violenta manipulação e dominação das consciências e das vontades, que passariam a ser ‘administradas’ pelos centros de decisão econômica e política que detinham em suas mãos os poderosos veículos de comunicação”.

A análise crítica dos meios de comunicação como tema emergente no debate sobre a relação entre educação e comunicação foi, neste sentido, constitutiva do campo da Educomunicação, pois, como assevera Soares (1999, p. 28) “A Media Education é, sem dúvida, a mais antiga das áreas que aproximam a Comunicação da Educação”.

Ainda conforme Soares (1999, p. 22), no contexto ibero-americano a contribuição do teórico Jesus Martín-Barbero com a teoria das mediações, trouxe uma melhor compreensão dos processos de recepção e promoveu uma importante mudança na abordagem pedagógica da educação para os meios, sendo que, ao invés de os esforços se concentrarem nos efeitos negativos dos meios de comunicação sobre as crianças e os jovens, o sistema educacional passa a tentar compreender o sistema de mídia e funcionar como um mediador crítico de suas mensagens, além de construir ecossistemas comunicativos a partir da realidade mediática que passou a conformar as sociedades modernas capitalistas.

Tal mudança caracteriza a Educomunicação como campo de mediações, conforme explicitado por Soares (2000). Assim, entende-se que a Educomunicação, enquanto campo de estudo e prática, conforme descrito por Soares (1999) busca integrar os processos educativos e comunicativos, promovendo a construção de conhecimentos de forma colaborativa, participativa e crítica.

Espera-se que este artigo contribua para qualificar teoricamente o debate sobre a utilização dos jogos digitais no contexto educacional, estimulando a leitura crítica dessas mídias nestes e nos demais contextos em que seu uso se dá, de modo a contribuir com os esforços em formar cidadãos críticos, atuantes e conscientes no mundo contemporâneo, em direção à promoção das diferentes literacias e *transliteracias* exigidas para uma ambiência proficiente na “terceira onda informacional” (Passarelli; Gomes, 2020).

Incluem-se os games neste contexto a fim de contribuir com o debate teórico que verifica-se existir no que se refere aos estudos dos jogos, um campo emergente sobretudo nos estudos de Comunicação.

Além disso, acreditamos que esta reflexão contribui para o “desenvolvimento de práticas de ‘literacia midiática’, mediante exercícios que facilitem o entendimento e a análise do comportamento operacional dos meios de comunicação, bem como orientem o convívio com as mensagens midiáticas e seu uso no cotidiano da vida em sociedade”, como uma das aspirações do campo, conforme descrito pela Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação (ABPEducom)⁵.

Assume-se a posição de que a configuração econômica que suscitou os esforços contra os discursos culturais homogeneizantes e a concentração de propriedade da indústria midiática global permanecem latentes na atualidade e também se aplicam ao caso da indústria dos games, ora enfocada. Segundo pesquisa sobre a indústria de jogos realizada pela empresa de consultoria Newzoo⁶ em 2021, a receita do segmento dos games passou dos 175 bilhões de dólares e superou as arrecadações do cinema, TV e música somadas., sendo que a concentração de receita entre as maiores companhias que comercializam o produto se dá entre a chinesa Tencent, a japonesa Sony e as norte-americanas Apple, Microsoft e Google figurando respectivamente nas cinco primeiras posições na estimativa da consultoria.

Drager (2022, p. 31) critica que o “oligopólio do videogame enquanto indústria cultural implica na aceitação de um conteúdo produzido em centros que se baseiam em suas próprias

⁵ Disponível em: <https://abpeducom.org.br/educum/conceito/>.

⁶ A pesquisa *Newzoo Global Games Market Report 2021* está disponível em: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2021-free-version>.

culturas, e quando exploram diferentes lugares o fazem conforme sua visão”. Em relação ao montante faturado pela indústria do videogame em 2021, em relação às plataformas, a renda de jogos mobile lidera com 57%, sendo que a produção de jogos para smartphones faturou cerca de 90 bilhões de dólares em 2021, quase metade do total do setor.

Acerca da composição de funcionários nesta indústria, pesquisa feita pela empresa Statista⁷ em 2021 aponta que 75% das pessoas que trabalham na área de jogos são brancas, 9% latinas, e apenas 4% negras. Além disso, mulheres somam apenas 30% de participação, enquanto homens representam 61% da indústria. Sobre este cenário, Drager (2022, p. 38) também avalia que a “baixa representatividade de grupos marginalizados interfere muito na criação de jogos estereotipados alinhados com a produção de conhecimento e cultura eurocêntrica que excluem outras manifestações”.

Elege-se o olhar educacional porque a concepção de literacia que ele enseja, enfatiza a importância da participação ativa e autônoma dos indivíduos na cultura midiática, o que confere às reflexões empreendidas a partir deste campo um potencial de contribuir para a transformação social e promoção da cidadania, a qual a Educomunicação também visa a promover e fomentar (Paiva; Gabbay, 2010; Gottlieb, 2010; Soares, 2019). De toda forma, o exercício da crítica deve ser permanentemente reatualizado no campo da Comunicação, da Educação e nas múltiplas interfaces entre esses dois territórios do saber e do fazer.

Adiante, procura-se estabelecer uma delimitação da leitura crítica da mídia como uma importante área de intervenção da Educomunicação, bem como de sua própria constituição enquanto campo paradigmático da interface entre Comunicação e Educação, procurando-se estabelecer um ponto de contato entre a leitura crítica dos meios de comunicação e a literacia midiática. Argumenta-se, de forma conclusiva, que ambos os domínios de teoria e prática podem ser aplicados na formação para uma recepção crítica dos conteúdos midiáticos pelos jogos digitais e para um uso cidadão dos diversos canais de comunicação que se desenvolvem a partir dos games.

Da leitura crítica da mídia à literacia midiática nos contextos hiperconectados

A relação entre educação e comunicação remonta a várias décadas, com a análise crítica dos meios de comunicação emergindo como uma preocupação central de teóricos e organismos

⁷ A pesquisa *Distribution of game developers worldwide from 2014 to 2021* está disponível em: <https://www.statista.com/statistics/453634/game-developer-gender-distribution-worldwide/>.

internacionais desde pelo menos os anos 1970 (Soares, 1984; 1988; 1999; Paiva; Gabbay, 2010; Gotlieb, 2010).

Desde o surgimento dos meios de comunicação de massa, como a imprensa, o rádio, cinema e televisão, percebeu-se a necessidade de compreender o impacto das mensagens transmitidas por esses meios na sociedade e na formação dos indivíduos, o que ensejou a proposição de programas educativos para uma leitura crítica dos meios de comunicação nos diversos suportes, como a publicidade e o jornalismo (Soares, 1984; 1988) e a televisão (Van Tilburg, 1989).

Essas preocupações também foram compartilhadas por organismos internacionais, como a UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), que reconheceu a importância da comunicação e da mídia na educação e na formação dos indivíduos, especialmente em um mundo cada vez mais globalizado, no qual emergia a necessidade de democratizar o acesso aos meios de comunicação e promover a *alfabetização midiática* (Soares, 1999).

Adicionalmente, se tornou evidente a alta concentração da indústria midiática, em contexto no qual um pequeno número de empresas detém um poder significativo sobre a produção e a disseminação de conteúdo. Mesmo que sob um inicial julgamento excessivamente moralista dos conteúdos midiáticos, permaneceu fundamental nos projetos de leitura crítica da comunicação a concepção de que a concentração da propriedade dos meios levaria a uma padronização das mensagens, à perpetuação de estereótipos e à limitação da diversidade de vozes e perspectivas na mídia. Neste sentido, teóricos e ativistas têm continuamente apontado para a importância de uma análise crítica da concentração da indústria midiática e para a necessidade de promover a pluralidade e a diversidade de conteúdos e vozes na comunicação.

Ao realizar a reconstituição histórica dos movimentos que se detiveram sobre a leitura crítica dos meios de comunicação, Gotlieb (2010, p. 101) menciona o projeto Leitura Crítica da Comunicação da União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC), que se iniciou em São Paulo em 1979 com cursos constituídos por “palestras sobre ‘ideologia’, ‘indústria cultural’, ‘manipulação dos MCS’ (Meios de Comunicação Sociais), ‘fluxo noticioso entre Norte e Sul, através das agências noticiosas’” e, sendo voltados para “um público que exigia informações especializadas para posterior reprodução junto a seus alunos ou liderados”, o que evidencia o direcionamento destas atividades aos movimentos populares e aos grupos de comunidades, que reconheciam a necessidade de uma comunicação comunitária, libertadora e participativa.

Conforme apontado, a análise crítica dos meios de comunicação como tema emergente no debate sobre a relação entre educação e comunicação faz parte dos esforços iniciais em áreas nomeadas como pedagogia para mídia, educação para os meios ou, internacionalmente, Media Education que, a despeito das diferentes taxonomias, têm em comum o fato de que aproximam a Comunicação da Educação. Assim, conclui Gotlieb (2010, p. 107) que a Educomunicação nasce “como decorrência natural de todo o movimento de leitura crítica dos meios de comunicação”. Para a autora,

A educomunicação trata de prever formação teórica e prática para que as novas gerações tenham condições não apenas de ler criticamente o mundo dos meios de comunicação, mas também de promover suas próprias formas de expressão, a partir da tradição latino-americana, construindo espaços de cidadania pelo uso democrático e participativo dos recursos da comunicação e da informação (Gotlieb, 2010, p. 107).

A Educomunicação, entendida como uma abordagem que visa promover a comunicação e a expressão nas práticas educativas, tem sido uma das primeiras áreas a reconhecer a importância da leitura crítica da mídia. Nesse contexto, a Educomunicação enfatiza o desenvolvimento de habilidades que permitem aos indivíduos não apenas receberem passivamente informações, mas analisarem as mensagens midiáticas sob uma perspectiva crítica e emancipatória que abra espaço para a criação de formas independentes de comunicação, tributária de autores como Paulo Freire e Jesus Martín-Barbero como representantes de uma tradição latino-americana que contribui para a compreensão do potencial educativo dos meios de comunicação.

A partir deste princípio, a Educomunicação busca integrar os processos educativos e comunicativos, promovendo a formação de indivíduos críticos, participativos e capazes de decodificar as mensagens midiáticas de forma consciente.

No cenário contemporâneo, marcado pela proliferação constante de informações por meio de diversos canais de comunicação, a capacidade de compreender, interpretar e analisar criticamente as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação tornou-se uma habilidade tão ou mais essencial do que no período de implementação de projetos de educação midiática que deram origem ao campo da Educomunicação.

Com a crescente digitalização e a interconexão global, a leitura crítica da mídia também passou a fazer parte do escopo de atuação da área denominada como literacia midiática, cujo tratamento conceitual parece sugerir que as habilidades de interpretação e análise não se aplicam apenas aos meios tradicionais, mas também abrangem as plataformas digitais, redes sociais e formas emergentes de comunicação mediada por tecnologia, tema de interesse para

autores que atuam na exploração da relação entre mídia, educação e artefatos sociotécnicos, como Buckingham (2003) e Jenkins (2009b).

A transição da leitura crítica da mídia como uma área de intervenção da Educomunicação para a concepção inglesa⁸ de literacia midiática busca refletir a evolução das demandas educacionais e sociais diante de ambientes hiperconectados.

Conforme Versuti e Salhani (2020, p. 31),

O conceito compreende diferentes níveis de complexidade: seu nível mais básico consiste na habilidade de acessar, usar e compreender as mídias; sucede esse nível a habilidade de analisar e avaliar a informação dos meios de comunicação; e, como último nível, temos a capacidade de tomada de decisão eficiente por meio das oportunidades oferecidas pelas tecnologias da comunicação, ou seja, produzir conteúdo criativamente e comunicar usando as mídias em favor da cidadania.

. A literacia midiática nos contextos hiperconectados não se restringe apenas à habilidade de decifrar mensagens, mas abrange a compreensão das dinâmicas da mídia, da construção da identidade digital e da participação cidadã online, conforme apontado por autores como Henry Jenkins (2009a) e Sonia Livingstone (2004), que têm explorado essas mudanças e desafios com repercussões na sociedade na cultura. A era hiperconectada exige um enfoque mais amplo e dinâmico dos sistemas educacionais na capacitação para o uso desses meios, já que agora os indivíduos não apenas consomem conteúdo midiático, mas também contribuem como produtores ativos e distribuidores de informações.

Assim, a trajetória da leitura crítica da mídia como fundamento principal da *educação para a comunicação*⁹ no âmbito da Educomunicação para a literacia midiática nos contextos hiperconectados reflete a necessidade de adaptar a educação às transformações tecnológicas e comunicacionais. A literacia midiática não apenas capacita os indivíduos a compreenderem as mensagens midiáticas, os prepara para navegar de maneira consciente e crítica em um ambiente mediado por tecnologia, onde as informações são abundantes e as influências são complexas.

Percebe-se que, em muitos aspectos, a ideia de literacia midiática é complementar à concepção de educação para a comunicação preconizada pela Educomunicação, principalmente

⁸ Conforme Versuti e Salhani (2020, p. 32-33) o termo literacia midiática – ou *media literacy* – “começou a ser utilizado nas pesquisas acadêmicas na Inglaterra, por volta da década de 1960 e, desde esse período, passou a ser desenvolvido por várias instituições e pesquisadores. A partir de 2004, utiliza-se amplamente a definição dada pelo órgão regulatório de mídia do Reino Unido OFCOM (2004, p.2), que conceitualiza *media literacy* como a habilidade de acessar, compreender e criar comunicação nos mais variados contextos”.

⁹ Conforme Gotlieb (2010, p. 111), “a área da educação para a comunicação tem como objeto a compreensão do fenômeno da comunicação, tanto no nível interpessoal e grupal quanto no nível organizacional e massivo. Volta-se, em consequência, para o estudo do lugar dos meios de comunicação na sociedade e seu impacto. Faz-se presente, entre outros modos, pela implementação de programas de recepção crítica e ativa, fundamentados na contribuição das ciências humanas”.

ao buscar um enfoque com outras disciplinas e domínios do conhecimento em seus processos educativos.

Conforme conceitua Siqueira (2006, p. 1048 apud Versuti; Salhani, 2020, p. 33):

Media literacy, portanto, se refere a um conjunto de habilidades específicas que envolvem questões de natureza técnica e informacional, e que são socialmente constituídas. Por extensão, o termo vem sendo usado para se referir à ação pedagógica necessária para promover tais habilidades. Nesse sentido, *media literacy*, algumas vezes, toma o lugar do termo *media education*. Longe de entrarem em disputa, esses dois termos tendem a se agregar, para constituir um campo interdisciplinar e expandido do conhecimento, que reúne contribuições de diversas ciências, tais como a psicologia, a sociologia, a lingüística e a semiótica.

No entanto, conforme proposto na presente reflexão, defende-se a ideia de que o referencial teórico da tradição latino-americana da Educomunicação pode enriquecer a literacia midiática ao proporcionar uma base sólida para a compreensão crítica da mídia em contextos hiperconectados. Ao incorporar os princípios da Educomunicação, a literacia midiática se torna não apenas uma habilidade individual, mas também uma ferramenta para o empoderamento cidadão, a transformação social e o engajamento construtivo com a cultura midiática contemporânea, além da criação de ecossistemas comunicativos livres e adaptados às realidades comunitárias.

A seguir, nas considerações finais, procura-se apontar possíveis contribuições que o referencial educamunicativo ligado à leitura crítica dos meios de comunicação pode oferecer a processos de literacia midiática que tenham os jogos digitais como objeto.

Considerações Finais

A tradição latino-americana da Educomunicação enfatiza o desenvolvimento de uma consciência crítica em relação à mídia e à sociedade. Essa abordagem considera a comunicação não apenas como um meio de transmitir informações, mas também como uma ferramenta para a participação ativa e a transformação social. Ao incorporar esses princípios à literacia midiática, confluem-se duas áreas de atuação que visam a capacitar os sujeitos a não apenas consumirem conteúdo, mas também a analisar, questionar e influenciar a produção midiática.

A postura ético-política, teórica, metodológica e epistemológica da Educomunicação reconhece a importância das culturas locais e das vozes marginalizadas na comunicação. Essa ênfase na diversidade cultural pode ser integrada à literacia midiática de modo a contextualizar seus processos e práticas a realidades locais, aportando aos contextos educativos ensinar a

interpretar as mensagens midiáticas em seu contexto cultural, a reconhecer a representação cultural na mídia e a identificar estereótipos e preconceitos. Ademais, a Educomunicação frequentemente explora o potencial criativo e expressivo das tecnologias de comunicação e valoriza a comunicação como um processo de diálogo e interação.

Assim, é possível apontar considerações no sentido de que ao aplicar o referencial teórico da leitura crítica da comunicação conforme a Educomunicação em processos de literacia midiática com jogos digitais, estamos capacitando os jogadores a se tornarem consumidores mais conscientes e críticos desse meio. Isso não apenas enriquece sua experiência de jogo, mas também os ajuda a compreender e avaliar as mensagens que os jogos comunicam. Através desse enfoque, os jogos digitais podem se tornar não apenas formas de entretenimento, mas também oportunidades de aprendizado e reflexão sobre a mídia e a sociedade em geral.

A leitura crítica da comunicação enquanto uma metodologia de base epistemológica emancipadora visa analisar as mensagens midiáticas de forma profunda e reflexiva, considerando aspectos como intenções do autor, construção de significados e representações simbólicas. Ao aplicar esse referencial em processos de literacia midiática voltados para jogos digitais, os jogadores são capacitados a identificar mensagens que podem não ser imediatamente aparentes, o que é particularmente importante em jogos, produtos midiáticos nos quais as narrativas complexas e simbolismo podem conter mensagens ideológicas, valores culturais ou críticas sociais.

Além disso, jogos digitais frequentemente apresentam personagens e enredos que espelham a sociedade e suas dinâmicas. Através da leitura crítica, os jogadores podem analisar como essas representações são construídas, questionando estereótipos e explorando a diversidade de perspectivas. O design de jogos envolve escolhas que afetam a experiência do jogador. Ao aplicar a leitura crítica, os jogadores podem compreender como elementos de gameplay, como recompensas e punições, moldam a experiência e podem transmitir valores específicos. Muitos jogos digitais retratam relações de poder, competição e hierarquias. Através da leitura crítica, os jogadores podem explorar como essas dinâmicas influenciam a experiência e podem refletir dinâmicas sociais mais amplas.

REFERÊNCIAS

- BUCKINGHAM, David. **Media Education: Literacy, Learning, and Contemporary Culture**. Cambridge, Polity: 2003.
- CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- CASTRO, Guillermo Sepulveda. Transgamificación y cultura: del videojuego como producto cultural al videojuego como totalidad cultural. **Cuad. Cent. Estud. Diseñ. Comun.** Buenos Aires, n. 98, p. 154-166, 2021.
- DIMANTAS, Hernani; FREIRE, Claudia; ROSSO, Claudio; REIS, Cristiane; PEREZ, Daniela; XAVIER, Giselda; PASSOS, Jeane; REIS, Patricia; MADEIRA, Wilma. **Cibercultur@, Comunidades e Relações de Poder: Uma Produção Colaborativa**. São Paulo, 2007
- DOMINGUES, Delmar. O sentido da gamificação. In: SANTAELLA, Lucia; NESTERIUK, Sérgio; FAVA, Fabricio (orgs.). **Gamificação em Debate**. São Paulo : Blucher, 2018.
- DRAGER, Christian Reinicke. **A colonialidade na indústria do videogame** : uma análise sobre as representações, narrativas e valores hegemônicos nos jogos digitais / Christian Reinicke Drager ;Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio Econômico, Trabalho de Conclusão de Curso Graduação em Relações Internacionais, 108 p., Florianópolis, 2022.
- GOTTLIEB, Liana. Da leitura crítica dos meios de comunicação à Educomunicação. In: **Revista Trama Interdisciplinar**: revista do PPG Interdisciplinar em Educação, Arte e História da Cultura do Instituto Presbiteriano Mackenzie. São Paulo, vol 1, n. 2, p. 97-113, 2010.
- HILVERT-BRUNE, Zorah; NEILL, James; SJOBLUM, Max; HAMARI, Juho. **Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch**. Camberra, Australia: 2018.
- JENKINS, Henry **Cultura da convergência : a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. São Paulo: Aleph, 2009a.
- JENKINS, Henry. **Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century**. MIT Press, 2009b.
- JUNQUEIRA, Antonio Hélio; BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo. Raça: dimensão interseccional das vulnerabilidades digitais. **Contemporanea - comunicação e cultura**, v.19. n.3, p. 63-78, 2021.
- LIVINGSTONE, Sonia. Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies, **The Communication Review**, 7:1, 3-14, 2004.
- MASSANARI, Adrienne L. **Participatory Culture, Community and Play**. Nova Iorque, Estados Unidos: 2015.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 4o ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

PAIVA, Raquel & GABBAY, Marcello (2010). “Comunicação, crítica e cidadania: releituras teóricas e perspectivas práticas”. *REVISTA DEBATES*, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 78-98, jan.-jun. 2010.

PASSARELLI, B.; GOMES, A. C. F. Transliteracias: A Terceira Onda Informacional nas Humanidades Digitais. *Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação*, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 253–275, 2020. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/29527>. Acesso em: 15 jul. 2023.

PASSARELLI, Brasilina. Jovens brasileiros em conectividade contínua: estudos e tendências. *Revista Juventude e Políticas Públicas*, Brasília, v. 1, Edição Especial, p. 1-16, fev. 2020

PAZ, Mônica. A divisão digital de gênero no movimento software livre do Brasil. Universidade Federal da Bahia. Salvador, Bahia: 2015.

SAKARDZIUS, Karen. **I stream, You Stream, We all Stream: Gender, Labour and the Politics of Online Streaming**. Toronto, Canada, 2020.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação ubíqua**: Repercussões na cultura e na educação. 1a Edição ed. São Paulo: Editora Paulus, 2013.

SOARES, I. O. "Educomunicación universal: Derechos y deberes ante las pantallas" in AGUADED, Ignacio (org). *Competencia mediática y digital: Del acceso al empoderamiento – Comunicar – AlfaMED*, Huelva, 2019.

SOARES, Ismar de Oliveira. (Org.). **Para uma leitura crítica da publicidade**. São Paulo: Paulinas, 1988.

SOARES, Ismar de Oliveira. “Comunicação/Educação: a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais”. *Revista Contato*, Brasília, ano 1, Número 1, jan./março 1999, p. 19 a 74.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Para uma leitura crítica dos jornais**. São Paulo: Paulinas, 1984.

SOARES, Ismar. “Educomunicação, um campo de mediações”. **Comunicação & Educação**, São Paulo, ano VII, n.19, set./dez. p. 12-24, 2000.

VAN TILBURG, J. L. **Para uma leitura crítica da televisão**. 4. ed. São Paulo: Sepac-EP, Paulinas, 1989.

VERSUTI, C. D.; SALHANI, J. Literacia midiática e discurso de ódio: uma atividade para pensar a mídia e as estruturas de violência. **Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília**, v. 13, n. 1, p. 31 - 48, 11 out. 2020.