

Análise de representação midiática de diversidade em campanhas do Valorant¹

Luize Zillig Cândido da Silva²

Flaviano Silva Quaresma³

Universidade Católica de Petrópolis - UCP

Resumo

Este estudo tem por finalidade analisar a representação midiática de grupos sociais em campanhas do jogo Valorant veiculadas através do Instagram, refletindo sobre a presença e uso de estereótipos para representar a diversidade sexual, de gênero e de raça. Aplicando a metodologia de análise de conteúdo, de acordo com as perspectivas de Sampaio e Lycarião (2021), e o embasamento dos autores selecionados, o estudo busca compreender as formas de inclusão adotadas nas campanhas e sua coesão com a narrativa proposta pelo jogo.

Palavra-chave: Representação midiática; campanhas; publicidade; jogos; estereótipo.

Introdução

Ao consumir conteúdos e produtos midiáticos, o público se depara, muitas vezes inconscientemente, com estereótipos, estes sendo representações midiáticas do imaginário coletivo e social (HALL, 2006). Em um contexto histórico em que autores defendem como período pós-moderno (HALL, 1992. BAUMAN, 1998. FOUCAULT, 1975), as mídias buscam representar identidades através de personagens e narrativas.

O mercado de jogos eletrônicos nasceu na década de 70, impulsionado pelos progressos de interação entre o ser humano e a máquina. De acordo com o relatório da PwC 2022-2026⁴, no ano de 2021, o Brasil deteve o posto de maior mercado de videogames da América Latina. O jogo Valorant foi lançado em 2 de junho de 2020. Trata-se de um jogo FPS 5x5⁵, em que é possível jogar sem pagar. O marketing do jogo é muito trabalhado em cima da diversidade de personagens presentes no jogo,

¹ Trabalho apresentado na IJ02 – Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 7º Semestre, do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Petrópolis – UCP, e-mail: luize.12213224@ucp.br.

³ Orientador do trabalho e professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Petrópolis – UCP, e-mail: flaviano.quaresma@ucp.br.

⁴ MERCADO DE GAMES: TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES. Sebrae, 2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-de-games-tendencias-e-oportunidades,767cf253be2a6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>> Acesso em 05 de mar. de 2024.

⁵ No mundo dos games FPS é a sigla para *First Person Shooter*; que seria atirador em primeira pessoa, FPS 5X5 se refere ao formato do jogo, onde equipes de 5 jogadores cada, se enfrentam. GOGONI, Ronaldo. O que são jogos FPS? Tecnoblog, 2023. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/responde/o-que-sao-jogos-fps/>>. Acesso em: 9 de mar. de 2024.

utilizando isso como meio de engajamento e chamariz para o público.

Em vista disso, o presente artigo apresenta os resultados de uma pesquisa que teve como objetivo principal analisar a representação de grupos minoritários nas campanhas publicitárias do jogo Valorant veiculadas no Instagram pela Riot Games, no Brasil, entre fevereiro e março de 2024 e sua relação com a narrativa do jogo. Acerca dos procedimentos técnicos, neste estudo se adota o método de Análise de Conteúdo (SAMPAIO e LYCARIÃO, 2021), levantamento de dados secundários e pesquisa bibliográfica, com os objetivos de analisar um conjunto específico de peças de campanha e buscar diretamente informações.

Representações e Estereótipos de Grupos Sociais nas Mídias

A principal consequência da representação de grupos sociais na mídia, através de padrões de fácil reconhecimento, é a criação ou perpetuação de estereótipos. De acordo com Moscovici (2007), as representações possuem duas funções, a de “convencionalizar” pessoas, objetos e situações, de forma a interpretar e fazer associações, categorizando as informações; a segunda está ligada à psicanálise:

[...] representações são prescritivas, isto é, elas se impõem sobre nós com uma força irresistível. Essa força é uma combinação de uma estrutura que está presente antes mesmo que nós comecemos a pensar e de uma tradição que decreta o que deve ser pensado. (MOSCOVICI, 2007, p. 36)

Lippmann (2010) desenvolve a teoria de que os estereótipos são criados a partir de experiências vividas, gerando conexões entre similaridades presentes em eventos diversos, em sua concepção, a mídia utiliza deste meio para gerar rápida assimilação de conteúdo. McLuhan (2012) se conecta com essa teoria, ao dizer que a mídia é um meio de influência de pensamento e ação social, a forma como um grupo é representado na mídia afeta diretamente a forma como ele é percebido pela sociedade.

Representação e Identificação na Era Pós-Moderna

Hall (2006) explica como pode-se compreender a identidade individual e cultural, personagens midiáticos não podem compreender totalmente a representação de um indivíduo, mas se relaciona com fragmentos de características que constituem a identidade do público. A identidade plenamente unificada é uma fantasia. À medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos

confrontados por uma multiplicidade de identidades possíveis, com as quais poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente (HALL, 2006, p. 13).

Games e Mídia

Através de narrativas, elementos visuais ou até mesmo produtos, os *games* têm o poder de interferir na opinião e até no consumo das massas, Bogost (2007) defende isso através de seu conceito de “retórica processual”, no qual todos os elementos do jogo tem o objetivo de influenciar o jogador. Wolf (2001) argumenta sobre os jogos já serem uma mídia consolidada e que por vezes podem ser estudados através de teorias sobre TV e cinema, por possuir elementos similares, mas seu diferencial são os elementos de interatividade que não estão presentes em outras mídias, o que os torna muito complexos e singulares.

Estereótipos de Diversidade nos Jogos

Assim como outras mídias, os jogos desenvolvem suas narrativas através de representações. Para Shaw (2014, p. 6), “de muitas maneiras, os jogos digitais parecem ser a forma menos progressiva de representação da mídia, apesar de serem uma das mais novas formas mediadas.” (tradução nossa)⁶.

De acordo com pesquisas no contexto dos jogos digitais no Brasil, no ano de 2024, foi possível identificar que as mulheres representam mais de 50% do número total de jogadores brasileiros.⁷ Bourdieu (2012), aborda a masculinidade como algo estabelecido como neutro, como o normal, dessa forma o sexo feminino acaba sendo determinado, representado e reduzido a objetos fetichizados. De acordo com Shaw (2014), os jogos são uma das mídias que mais sexualiza as mulheres.

No ano de 2024, a PGB identificou que cerca de 52% dos jogadores brasileiros se autodeclararam pretos ou pardos. As escassas representações feitas, de pessoas negras principalmente, recorrem a estereótipos racistas, homens negros geralmente são representados como brutos, escandalosos e sem etiqueta, mulheres negras por sua vez sofrem ainda mais com a sexualização.

Existe uma conexão direta e persistente entre a manutenção do patriarcado

⁶ No texto original: “*In many ways, digital games seem to be the least progressive form of media representation, despite being one of the newest mediated forms.*” (SHAW, 2014, p. 6)

⁷ PAINEL gratuito PGB 2024. Pesquisa Game Brasil, 2024. Disponível em: <<https://materiais.pesquisagamebrasil.com.br/2024-painel-gratuito-pgb24>>. Acesso em: 29 de out. de 2024.

supremacista branco nessa sociedade e a naturalização de imagens específicas na mídia de massa, representações de raça e negritude que apoiam e mantêm a opressão, a exploração e a dominação de todas as pessoas negras em diversos aspectos. (HOOKS, 2019, p. 29-30)

A comunidade LGBTQIA+, se vê em busca de representações que não sejam estereótipos negativos. Segundo Halberstam (2011), um grupo em específico que sofre constantemente com essas representações negativas, é a comunidade trans, sendo limitadas a um cenário de rejeição e sofrimento ou hiperssexualização. Nos jogos, poucos personagens são confirmados como transsexuais, mas dentro dessa pequena parcela há estereótipos escrachados.

Valorant: o *game*, a trajetória do produto, o público-alvo

Lançado em junho de 2020, Valorant é um jogo gratuito no qual dois grupos de 5 pessoas se enfrentam em uma partida com 13 turnos. A Riot, empresa desenvolvedora do jogo, buscava criar algo diferenciado dentro do gênero, que contasse com atualizações e uma narrativa coesa e bem definida. Além da narrativa ficcional que compõe a estrutura do jogo, há também uma narrativa simbólica de inclusão e diversidade, com personagens de nacionalidades diversas, além de introduzir personagens LGBTQIA+, propondo uma narrativa multicultural e inclusiva, reforçando o posicionamento da Riot⁸.

A maior parte dos jogadores tem entre 18 e 24 anos, representando cerca de 45% dos usuários do *game*⁹. O jogo investe no público feminino e LGBTQIA+ através da representatividade, inclusão de mais personagens femininas, personagens com sexualidade e gêneros diversos, participações em eventos envolvendo essas comunidades¹⁰ e por meio de parcerias com criadoras de conteúdo gamer¹¹.

⁸ Diversidade e inclusão. Riot Games. Disponível

em: <https://www.riotgames.com/pt-br/diversity-and-inclusion?utm_source=com>. Acesso em: 04 de mai. de 2025.

⁹ DO, Zonia Mosciski. How Many People Play Valorant: Latest Statistics and Figures (2025). Flybynightgraphics, 2025. Disponível em:

<https://flybynightgraphics.com/article/how-many-people-play-valorant-latest-statistics-and-figures/5756?utm_source=com#toc-0>. Acesso em: 01 de mai. de 2025.

¹⁰ CHAVES, Samuel. Riot Games explora diversidade cultural dos Agentes de VALORANT no AFROPUNK Bahia 2023. Cebola Verde, 2023. Disponível em:

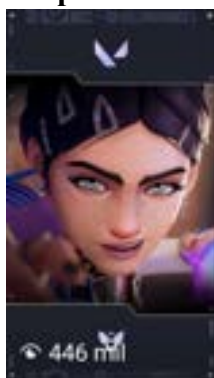
<https://cebolaverde.com.br/eventos/riot-games-explora-diversidade-cultural-dos-agentes-de-valorant-no-afropunk-bahia-2023/?utm_source=com>. Acesso em: 04 de mai. de 2025.

¹¹ RAPHAEL, Pablo. Valorant abraça diversidade da comunidade, apontam jogadoras. Terra, 2023. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/gameon/vida-gamer/valorant-abraca-diversidade-da-comunidade-apontam-jogadoras,2c17aea31ef5a7feb21ae4ca3f522a3bd02dtveo.html>>. Acesso em: 01 de mai. de 2025.

Análise de conteúdo

Para a realização da análise, foram selecionadas três peças, duas compunham a campanha de lançamento de Clove e uma da campanha de divulgação do “Dia do Duo”. As peças foram escolhidas levando em consideração a presença de elementos e personagens que compunham os grupos sociais descritos previamente. A obra de CAÊ (2022) serviu de base para o tratamento correto de Clove.

Imagem 11 – Capa do *reels* de lançamento de Clove



Fonte: Instagram @valorantbrasil¹²

Tabela 1 – Análise do vídeo do lançamento de Clove

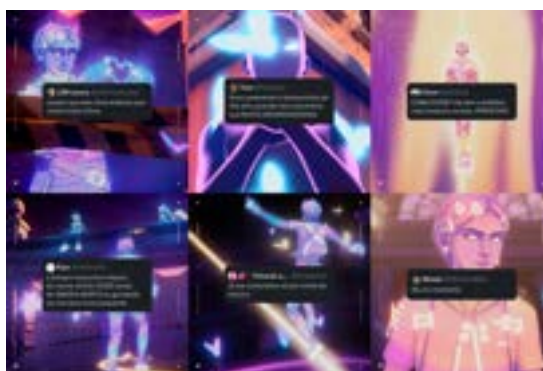
CATEGORIA	ESTEREÓTIPO	MÍDIA	SENTIDO ATRIBUÍDO
Representação LGBTQIA+	Associação da não-binariedade a símbolos de transformação e metamorfose	Vídeo e trilha	A presença de borboletas durante diversas partes do vídeo, a referência delas na música e utilização das mesmas no <i>design</i> da pessoa personagem reforçam a ideia de transformação metafórica sobre o gênero de Clove.
	Representação da não-binariedade através de símbolos de misticidade e espiritualidade	Vídeo 00:52 - 00:55 trilha	Durante o vídeo é possível traçar uma jornada para Clove, que caminha pelo que aparenta ser um plano astral e que no fim do vídeo ressurge como se tivesse ressuscitado, o que é uma de suas <i>skills</i> no jogo, a música também possui trechos com elementos como “dois mundos”, isso retoma a ideia de que não são “pessoas reais”.
	Limitação da não-binariedade à algo exclusivo para jovens, adolescentes e associação à imagens infantilizadas	Vídeo 00:19 - 00:25 00:31 - 00:35	O comportamento de Clove demonstra sempre um ar brincalhão, junto com elementos e comportamentos modernos, que reforçam a ideia de que pessoas não-binárias são imaturas, invisibilizando as narrativas de pessoas mais velhas e que fogem desse padrão, além de reduzir a construção da pessoa personagem, que nessa visão não poderia ser emocionalmente densa, séria ou demonstrar uma postura de firmeza.
	Androginia e neutralidade obrigatória	Vídeo	Apesar da pessoa personagem performar feminilidade através de suas roupas, estilo e elementos de design, quando é feita uma análise do corpo do personagem em si é perceptível a falta de características físicas de um gênero ou mais, a magreza, o cabelo curto, traços finos, a falta de curvas, esses fatores reforçam a neutralidade do corpo delu, estabelecendo o padrão de que pessoas não-binárias não podem possuir corpos diversos, com seios, ombros largos, quadris

¹² VALORANT // BRASIL. “Elu tem todo o tempo do mundo”. 24 de mar. de 2024. Instagram: @valorantbrasil. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C45scVurtfc/?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw>. Acesso em: 07 de mai. de 2025.

			avantajados e etc.
Representação de raça e cor	Representação limitada de pessoas não-binárias como jovens, brancas e magras	Vídeo	O design da pessoa personagem contribui para a ideia “europeizada”, estabelecendo um padrão do que é aceito como uma imagem de não-binariedade, oferecendo ao público uma imagem que é agradável aos cismosmativos.

Ao analisar o vídeo, o fato de Clove ser não-binária só fica evidente por meio da legenda do *post*, que diz “Elu tem todo o tempo do mundo[...]”, de certa forma é positivo que não limitem Clove a somente sua identidade de gênero, também conectado ao fato de que elu performa feminilidade¹³, desafiando o padrão de androginia. Por outro lado, a peça da campanha perpetua estereótipos, se limitando a algo que agrada o público heteronormativo e cismosmativo.

Imagem 12 – Colagem carrossel de comentários sobre Clove



Fonte: Instagram @valorantbrasil

Tabela 2 – Análise do carrossel de comentários sobre Clove

CATEGORIA	ESTEREÓTIPO	MÍDIA	SENTIDO ATRIBUÍDO
Representação LGBTQIA+	Representação da não-binariedade através de símbolos de misticidade e espiritualidade	Carrossel Slide 2	O comentário selecionado comparando Clove com o design dos fantasmas do jogo The Sims juntamente com a imagem selecionada para o fundo do post, traz à tona o fato da misticidade que envolve a narrativa da pessoa personagem.
	Misgendering ¹⁴	Carrossel Slide 3	O comentário selecionado não respeita os pronomes de Clove, sendo utilizado ela/dela, a imagem selecionada no fundo também traduz uma performance de feminilidade, reforçando que “tudo bem tratar Clove no feminino”, quando na verdade esta não é sua identidade de gênero.
	Representação da não-binariedade através de símbolos de misticidade	Carrossel Slide 4	O fato da pessoa personagem ter o poder de ressuscitar e utilizar seus poderes estando morte impressiona os jogadores e evoca novamente esse ar místico e

¹³ BUTLER, 2018

¹⁴ “Misgendering (ou, em português, “equivocar-se de gênero”) ocorre quando alguém, intencionalmente ou não, se refere a uma pessoa trans ou fala com ela usando uma linguagem e pronomes de gênero em desacordo com o gênero com o qual ela se identifica. Por exemplo, referir-se a uma mulher como “ele” ou chamá-la de “cara” é um equívoco de gênero.”. BBB Linn: O que é Misgendering ou gênero equivocar - e por que é importante você saber disso! VAM Magazine, 2022. Disponível em:

<<https://www.vammagazine.com.br/post/bbb22-linn-da-quebrada-misgendering-ou-genero-equivocar-e-por-que-%C3%A9-importante-voc%C3%AA-saber-disso>>. Acesso em: 28 de abr. de 2025.

	e espiritualidade		espiritualizado que ronda Clove.
	Misgendering	Carrossel Slide 4	O comentário selecionado não respeita os pronomes de Clove, se referindo a ela com ele/dele, utilizando as expressões “o boneco” e “SMOKA MORTO”.

O foco da segunda peça analisada era mostrar comentários dos usuários sobre o lançamento de Clove. A maior parte tinha um tom positivo, mas o grande problema é que, entre os comentários escolhidos, dois deles não respeitam os pronomes da pessoa personagem, reforçando uma forma de preconceito e replicando um estereótipo.

Imagem 13 – Colagem carrossel de Dia do Duo



Fonte: Instagram @valorantbrasil

Tabela 3 – Análise do carrossel de Dia do Duo

CATEGORIA	ESTEREÓTIPO	MÍDIA	SENTIDO ATRIBUÍDO
Representação LGBTQIA+	Reforço de padrões de gênero	Carrossel Slides 2 e 3	São utilizados elementos que remetem ao universo binário masculino e feminino. O panda laranja que é o da “esquerda” com a cor verde e expressão raivosa, que demonstra uma personalidade mais “durona, simbolizando o masculino, enquanto a panda rosa que é a “direita” conta com significantes opostos, com a cor rosa, a expressão com corações nos olhos e a pose que mostra uma personalidade mais fofa, se voltando para o universo feminino.
	Ideia estética de complementação ou polaridade heteronormativa	Carrossel Slides 2 e 3 Slides 4 e 5	A utilização de elementos simbólicos, cores e expressões nas imagens reforçam a ideia de “sexos opostos”, onde o esquerdo se volta para o universo masculino e o direito para o feminino utilizando paralelos como verde vs. rosa, raiva vs. paixão e etc., a todo momento é demonstrado como eles se “encaixam”, se “completando” quando juntos, formando um coração.
	Reforço de padrões de gênero	Carrossel Slides 4 e 5	As duas imagens utilizam de símbolos, cores e elementos para associar aos universos feminino e masculino, reforçando uma norma de comportamento. O panda da esquerda possui a mesma expressão de raiva, com um fundo em cores que geralmente são associadas ao universo masculino, um tênis nessa mesma palheta e uma única flor ao fundo, enquanto ao lado esquerdo, que remete ao padrão feminino, possui os mesmos elementos mas em tons de rosa e lilás, mostrando delicadeza e uma expressão apaixonada no rosto do panda, isso junto ao fato de que este card possui cerca de 4 flores no fundo.
	Representação controlada ou limitada para se tornar “aceitável”	Carrossel Slide 6	Além do casal estar inserido em uma cena doméstica, ou controlada, é possível notar que elas não se tocam ou até mesmo se olham, ou trocam qualquer afeto de forma mais aparente, o que não rompe com as normas do que é “socialmente aceito” para um casal homoafetivo.

	Inserir casais homoafetivos em um modelo heteronormativo de polaridade	Carrossel Slide 6	O <i>card</i> apresenta o casal em uma visível polaridade heteronormativa, onde Raze aparece com uma roupa que remete muito ao masculino, com uma bermuda de combate, e expressando mais “atitude”, remetendo a uma “energia masculina”, já Killjoy usa um macacão fofo com orelhas, um cordão delicado e com uma pose que transmite certa delicadeza e fofura, remetendo a uma “energia feminina”. Isso reduz experiências LGBTQIA+ a performances normativas e de reafirmação de padrões e papéis de gênero dentro de relacionamentos, o que não acontece, pois nesse caso são duas mulheres.
Representação feminina	Ideia da mulher doce e delicada	Carrossel Slide 3 Slide 5 Slide 6	O conceito de que as mulheres devem ser representadas de forma delicada, doce e fofa é reforçado através da forma com que as personagens agem e os símbolos e cenário que as cercam, a panda rosa mostra uma expressão apaixonada e posição corporal delicada em relação ao panda laranja, o cenário que compõe seu <i>card</i> também é rodeado de flores e elementos em roxo e rosa, já Killjoy aparece com uma roupa fofa, lilás, acessórios delicados e uma posição corporal com as pernas recuadas, o que remete ao universo feminino e contrapõe as características da representação de sua namorada.
	Foco sentimental	Carrossel Slide 3 Slide 5	As figuras do panda rosa, que são voltadas ao universo feminino, representam estritamente interações emocionais, no contexto do post, que seria para o Valentine’s Day, é esperado esse tipo de interação, mas analisado o panda laranja, ele mostra uma atitude enérgica e voltada para combate junto com uma expressão de raiva, então não faz sentido que a “mulher” esteja em um lugar de amar em um contexto de luta ou combate, ou até mesmo demonstrando outro tipo de emoção.
	A escolha da cor rosa	Carrossel Slide 3 Slide 5	Culturalmente o rosa é escolhido para representar mulheres e o universo feminino em geral, retomando a ideia da mulher doce, gentil e fofa, a decisão de utilizar esse cor para representar o “lado feminino” no post, reforça a ideia de papel de gênero e resgatam o conceito de que as mulheres devem performar esse tipo de feminilidade. Essa observação se acentua quando olhamos para o outro panda, que representa o “masculino”, ele é laranja, uma cor neutra, e o cenário que o cerca é representado pelo verde, uma cor não tão neutra quando se pensa em estereótipos de gênero, mas que contrapõe a cor do personagem, o que não acontece com a panda rosa, onde o fundo é em roxo e lilás, enfatizando muito mais a sentimentalidade e doçura de certa forma.
Representação de raça e cor	Personalidade expansiva, divertida e expressiva	Carrossel Slide 6	Reduzem a personalidade de mulheres racializadas a esse lugar de ser aberta, divertida e alegre, que é demonstrado através da postura corporal de Raze, que parece estar falando enquanto sorri e gesticula apontando para frente. Obviamente personagens negros podem ter uma personalidade divertida de forma positiva, mas no contexto inserido é observável que Killjoy, sua namorada, que é alemã, é representada de forma mais “contida”.
	Masculinização da mulher negra	Carrossel Slide 6	Raze é mostrada utilizando roupas informais mas que traduzem uma “energia masculina”, como o boné virado para trás, contrapondo o visual de sua companheira, o que reforça os estereótipos da mulher negra associados à força física, raiva e não tradicionalmente performando a feminilidade doce e delicada.
	Exotificação	Carrossel Slide 6	Por ser baiana, Raze é representada também dentro desse estereótipo de divertida, animada e etc., mas além disso ela é representada com uma atitude mais “descolada”, sendo ligada ao estilo de vida mais festivo e a dança, por exemplo, limitando a representação do povo da Bahia a um estereótipo turístico.
	Racionalidade alemã	Carrossel Slide 6	Mesmo estando sorrindo na arte, Killjoy é representada de forma muito mais recatada e contida do que sua namorada, sendo colocada em um local simbólico de racionalidade, poder intelectual e introspecção construído de forma a invisibilizar e desacreditar pessoas racializadas em contextos de intelecto.
	Associação da branquitude à pureza e inocência	Carrossel Slide 6	Killjoy é representada usando um macacão com orelhinhas e na cor lilás, essa imagem reforça simbolicamente a ideia de que o branco é doce, gentil, meigo e padrão estético agradável e receptivo, enquanto pessoas negras são mostradas como o oposto, sendo passado o significado de que não são compatíveis com tais sensações.

O *post* de divulgação do pacote temático de *Valentine’s Day* trouxe a proposta de

“Dia do Duo”, uma atitude positiva pois traz a palavra “duo”¹⁵, acolhendo relacionamentos diversos. Mas é possível observar o forte reforço de estereótipos de gênero, até mesmo através do *card* de Raze e Killjoy, que são um casal homoafetivo, outra observação é que elas estão em uma situação neutra, não demonstrando ser um casal. Raze, apesar de ser uma personagem muito querida pelo público, replica muitos estereótipos racistas e associados à exotificação.

Considerações finais

De acordo com a pesquisa realizada, é possível reconhecer a forma com que as campanhas selecionadas representam a diversidade racial, sexual e de gênero. Valorant se propôs a representar estes grupos, porém seguiu uma linha de visão heteronormativa, cisnormativa e racista. Essas tentativas têm seus pontos positivos, como revelado na análise de conteúdo, principalmente em sua narrativa, porém essas qualidades são escassas em comparação com os erros cometidos nessas concepções.

Hall (2006) afirma que a identidade unificada é uma fantasia, pois a identidade não se limita a apenas uma face. Lippmann (2010) também diz que o estereótipo pode ser visto como uma caricatura, que em contato com a realidade se rompe, pois é “rasa”. Dessa forma, quando o jogo apresenta esses personagens e desenvolve uma narrativa nessas campanhas, essas concepções de identidade, portanto supérfluas, vieram à tona no momento em que alcançaram a realidade.

Embora a presente pesquisa tenha contribuído para a compreensão do tema proposto, reconheço que a mesma possui um escopo restrito, contando com campanhas veiculadas apenas em uma plataforma e dentro de um recorte de tempo limitado, seria fundamental ampliar essa amostra de análise em futuras pesquisas.

É importante que representações de diversidade sejam feitas de forma a abraçar identidades múltiplas, não perpetuando estereótipos segregadores, levando em consideração o fato de que essas comunidades têm menos representação nesse mercado. Ainda que este estudo não tenha dado conta de todas as nuances da temática trabalhada, acredito que é uma contribuição, especialmente porque está inserido no campo da Comunicação, em especial a Publicidade e Propaganda.

¹⁵ O termo “duo” se refere à uma dupla, ter um jogador confiável e com conexão fazendo dupla com você nos jogos, dessa forma pode se referir a ele da seguinte forma, por exemplo, “Você é meu duo”. FOLTER, Rodrigo. O que significa duo no Free Fire?. Canaltech, 2022. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/jogos-mobile/o-que-significa-duo-no-free-fire/>>. Acesso em: 17 de abr. de 2025.

Referências

ALVES, Lynn; HETKOWSKI, Tânia Maria. **GAMERS BRASILEIROS: QUEM SÃO E COMO JOGAM?** In: Desenvolvimento sustentável e tecnologias da informação e comunicação. Salvador: EDUFBA, 2007. v. 1p. 295.

BOGOST, Ian. **Persuasive games: the expressive power of videogames.**Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina.** 11 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.** Trad: Renato Aguiar. 1. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CAÊ, Gioni. **Manual de linguagem neutra em língua portuguesa.** Frente Trans Unileira, 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HALBERSTAM, Judith. **The queer art of failure.** Durham, Duke University Press, 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOOKS, Bell. **Olhares negros: raça e representação.** São Paulo, Editora Elefante, 2019.

KILOMBA, Grada. **Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano.** Trad: Jess Oliveira. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Cobogó, 2020.

LIPPMAN, Walter. **Opinião pública.** 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

MCLUHAN, Marshal. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Editora Cultrix, 2012.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social.** 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

SAMPAIO, Rafael Cardoso, LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação.** 155 p. : il. -- (Coleção Metodologias de Pesquisa). Brasília: Enap, 2021.

SHAW, Adrienne. **Gaming at the edge: sexuality and gender at the margins of gamer culture.** Minneapolis; London: University of Minnesota Press, 2014.

WOLF, Mark. **The medium of the video game.** 1st ed. University of Texas Press, 2001.