



<https://doi.org/10.47456/simbitica.v12i2.47218>

Game Jams como produção político-cultural: a GameJamPlus sob ótica do marco legal dos jogos brasileiro

*Game Jams as political-cultural production: the
GameJamPlus from the perspective of the
Brazilian legal landmark for games*

*Game Jams como Producción Cultural y Política:
GameJamPlus desde la perspectiva del
marco legal brasileño de los juegos*

Caio Túlio Olímpio Pereira da Costa

Universidade do Estado da Bahia

Thays Pantuza

Coletivo Interdisciplinar de Pesquisa em Games

Resumo Este artigo explora o impacto das Game Jams, com foco específico na GameJamPlus como uma plataforma de produção cultural, desenvolvimento de comunidades de prática e fomento à indústria de jogos no Brasil. A partir de dados quantitativos-qualitativos, analisa-se o papel das Game Jams na capacitação e profissionalização de empresas do setor, bem como sua influência na formulação de políticas públicas e editais de fomento para a cultura nacional. O estudo inclui entrevistas com Márcio Filho, influente na criação do Marco Legal dos Jogos no Brasil e Juliana Brito, CEO da GameJamPlus, para fornecer uma visão aprofundada das dinâmicas da indústria e da colaboração no desenvolvimento de jogos. A discussão é fundamentada em teorias de Game Studies relacionadas aos afetos, engajamento, imersão e cognição, alinhando perspectivas multidisciplinares das Ciências Humanas e das Ciências Sociais Aplicadas substancializadas como Educação e Comunicação.

Palavras-chave: Game Jams; Game Studies; Políticas Públicas; Multidisciplinaridade.



Abstract This article explores the impact of Game Jams, with a specific focus on GameJamPlus as a platform for cultural production, community of practice development, and fostering the gaming industry in Brazil. Using quantitative and qualitative data, the study analyzes the role of Game Jams in the training and professionalization of companies in the sector, as well as their influence on the formulation of public policies and funding calls for national culture. The study includes interviews with Márcio Filho, influential in the creation of the Legal Framework for Games in Brazil, and Juliana Brito, CEO of GameJamPlus, to provide an in-depth view of industry dynamics and collaboration in game development. The discussion is grounded in Game Studies theories related to affects, engagement, immersion, and cognition, aligning multidisciplinary perspectives from the Humanities and Applied Social Sciences, particularly Education and Communication.

Keywords: Game Jams; Game Studies; Public Policies; Multidisciplinary.

Resumen Este artículo examina el impacto de las Game Jams, con énfasis en GameJamPlus como plataforma de producción cultural, construcción de comunidades de práctica y fomento de la industria de juegos en Brasil. A partir de datos cuantitativos y cualitativos, se analiza su papel en la capacitación y profesionalización de empresas del sector, así como su influencia en políticas públicas y convocatorias culturales. Incluye entrevistas con Márcio Filho, articulador del Marco Legal de los Juegos en Brasil, y Juliana Brito, CEO de GameJamPlus, para profundizar en dinámicas de la industria y procesos colaborativos. La discusión se fundamenta en teorías de Game Studies sobre afectos, compromiso, inmersión y cognición, articulando perspectivas multidisciplinares de las Ciencias Humanas y Sociales Aplicadas, en especial Educación y Comunicación.

Palabras-clave: Game Jams; Game Studies; Políticas Públicas; Multidisciplinarietà.

Recebido em 23-12-2024

Modificado em 24-04-2025

Aceito para publicação em 27-05-2025

Introdução

O conceito de Game Jam, evento no qual desenvolvedores de jogos se reúnem para criar um jogo, analógico ou digital, em um curto período de tempo, tem raízes em uma cultura de inovação e colaboração que emergiu na indústria de jogos no início dos anos 2000. O termo em inglês “Jam” evoca o sentido de improvisação e criatividade espontânea, similar às “jams” musicais, pelas quais os músicos colaboram em tempo real para criar algo novo. Essa ideia foi transposta para o campo dos jogos digitais, por exemplo, gerando um espaço experimental de tempo geralmente limitado (24 a 72 horas) onde desenvolvedores podem explorar novas ideias, técnicas e ferramentas em uma cultura da colaboração e da participação, simulando as perspectivas da indústria em menor escala na criação de um jogo a partir de um tema específico pelo evento, convenção ou estrutura organizadora (Lai *et al.*, 2021).

A primeira Game Jam, apesar de diversas iniciativas de eventos da indústria de jogos e tentativas desse exercício pela competição, teve reconhecimento internacional como a “0th Indie Game Jam”, realizada em março de 2002 em Oakland, Califórnia, organizada por Chris Hecker, Sean Barrett, Doug Church e Jonathan Blow (Lai *et al.*, 2021). Esse episódio foi pioneiro ao reunir desenvolvedores independentes com o objetivo de criar jogos experimentais usando motores gráficos. A proposta central era fomentar a inovação, desafiando os participantes a pensar além dos limites convencionais dos jogos. A partir deste caso, a prática de realizar Game Jams se popularizou globalmente, dando origem a uma série de organizações anuais como a Global Game Jam, que contou com sua primeira edição em 2009 e rapidamente se tornou o maior contexto de criação de jogos simultânea no mundo, com a criação de games ocorrendo em diferentes localidades físicas, com distintas equipes e competidores, mas sob uma mesma temática e em um mesmo período de tempo (Alencar; Gama, 2018). Em sua primeira edição, por exemplo, a temática foi “Enquanto tivermos um ao outro, nunca deixaremos de ter problemas”, que trouxe uma média de 1.600 participantes contabilizados de 23 países distintos. “No total, foram produzidos 307 jogos [...]. A GGJ continuou a crescer anualmente. Em 2023, registraram-se 40.000 participantes, de 800 locais, 108 países, e 7.637 jogos produzidos.” (INOVAGames UFJF, 2024, *online*).

No cenário internacional, as Game Jams têm desempenhado um papel crucial no desenvolvimento da indústria de jogos, especialmente para os desenvolvedores independentes. Esses dados atestam a relevância da dimensão global desses encontros, promovendo a diversidade cultural e a inclusão ao incentivar a participação de pessoas de diferentes origens, gêneros e áreas de atuação. Além de estimular a criatividade sob pressão, assim como o trabalho em equipe, as Game Jams e sua popularização têm contribuído para a formação de comunidades colaborativas e o fortalecimento de ecossistemas locais, assim como e internacionais, de desenvolvimento de jogos digitais.

Nesse sentido, esses eventos configuram-se como ambientes privilegiados para a experimentação de novas ideias, a prototipagem rápida e o debate sobre práticas e tendências da indústria, impactando tanto a cena independente quanto o mercado tradicional de jogos eletrônicos (Vermonde, Mittelbach & Paula, 2015).

A introdução do conceito de Game Jam no Brasil, portanto, seguiu uma trajetória alinhada à popularização global, mas com características próprias que refletem o contexto sociocultural do país. A primeira Game Jam conhecida no Brasil, mesmo realizada de forma amadora, foi a GameJam BR, em 2005, sendo “o primeiro encontro brasileiro no qual desenvolvedores ficaram imersos no desenvolvimento e discussão de jogos” (Vermonde, Mittelbach & Paula, 2015:2). Após esse contexto, iniciou-se o processo de difusão nacional desse formato, tendo a organização por meio de desenvolvedores locais e apoiada por universidades e instituições culturais. Iniciativas inspiradas em eventos internacionais, contudo, foram adaptadas e redesenhadas para incluir uma maior ênfase na cultura local e na produção independente, destacando o potencial dos jogos como uma forma de expressão cultural (Lai *et al.*, 2021; Batista *et al.*, 2018).

A Global Game Jam também tem tido um impacto significativo no Brasil, com o país se tornando um dos líderes em número de participantes e sedes em edições recentes. Esses eventos têm ajudado a consolidar uma comunidade de desenvolvedores e jogadores no Brasil, conectando profissionais de diversas áreas e promovendo a cultura de inovação e colaboração.

Portanto, os objetivos das Game Jams no Brasil, assim como no cenário internacional, incluem a promoção da experimentação e a democratização do desenvolvimento de jogos. Esses eventos permitem que desenvolvedores novatos adquiram experiência prática e construam um portfólio, enquanto veteranos podem testar novas ideias e colaborar com talentos emergentes, por exemplo.

Com a crescente importância das Game Jams no cenário nacional, emerge a necessidade de investigar como esses eventos contribuem para a produção cultural e o desenvolvimento da indústria de jogos no Brasil efetivamente. A relação entre Game Jams e a produção cultural se estabelece na medida em que o referido contexto não apenas facilita a criação de novos jogos, promovendo também a convergência de diferentes formas de expressão artística e técnica, refletindo e amplificando as diversidades culturais brasileiras. As Game Jams do Brasil, ao integrar aspectos locais com as tendências globais, têm se tornado espaços de resistência e inovação cultural, onde a criação de jogos vai além do entretenimento, funcionando como um meio de comunicação, expressão e transformação social (Shin *et al.*, 2012). Desse contexto, faz-se a necessidade de pontuar, também, que avanços no campo de políticas públicas como o Marco Legal dos Jogos, de 2022, que é melhor desenvolvido e abordado ao longo das seções posteriores da presente produção, abre espaço para a discussão de práticas, assim como iniciativas que movimentam o ecossistema de jogos (desenvolvimento,

comercialização e consumo). Portanto, nessa conjuntura, situamos as Game Jams não apenas como palcos e ambientes estratégicos para a experimentação e formação de novos talentos, ressaltando sua relevância não apenas como eventos culturais, porém, como potenciais articuladores de políticas e ações previstas a partir e por novos marcos regulatórios.

Dessa forma, o problema de pesquisa deste estudo se centra em como as Game Jams, especificamente no contexto brasileiro, contribuem para a produção cultural e o desenvolvimento da indústria de jogos ao mesmo tempo que reverberam em uma conjuntura de novas concepções e experimentações de mundo como processos formativos. A hipótese principal é que esses eventos desempenham um papel fundamental na construção de comunidades de prática, onde desenvolvedores, artistas, músicos, roteiristas e outros profissionais do campo criativo colaboram intensamente, resultando em um impacto duradouro na indústria de jogos e na cultura digital brasileira. Além disso, argumenta-se que as Game Jams podem influenciar diretamente a formulação de políticas públicas voltadas para o setor de tecnologia e cultura, ao evidenciar a importância desses eventos na formação de talentos e na inovação dentro da indústria de jogos.

Para atingir os intentos deste artigo, aplica-se uma metodologia exploratória, descritiva e de natureza qualitativa que explora o papel das Game Jams na formação de comunidades de prática e na promoção da cultura de colaboração e inovação (Trauth; O'Connor, 1991). Este estudo adota, portanto, a GameJamPlus como estudo de caso, um evento que se destaca no cenário brasileiro por sua abrangência e por ter um foco particular em promover a sustentabilidade dos projetos criados durante a Jam, transformando protótipos em produtos viáveis para o mercado (Yin, 2014). A GameJamPlus não apenas incentiva a criação de jogos, mas também se compromete com o desenvolvimento contínuo desses projetos, estabelecendo uma ponte entre o mundo acadêmico, a indústria e o governo.

Ao longo do artigo, será discutido como a GameJamPlus contribui para a formulação de políticas públicas e é influenciada por estas proposições, ao demonstrar o potencial econômico e cultural do setor de jogos no Brasil. Através de análises de dados e entrevistas com profissionais do cenário, pretende-se refletir sobre o impacto dessas Jams na carreira dos desenvolvedores, na formação de novas empresas e na inserção dos jogos brasileiros no mercado global. Além disso, será abordada a maneira como a GameJamPlus, enquanto objeto do estudo de caso, pode servir de modelo para outras iniciativas culturais e tecnológicas, contribuindo para o fortalecimento de um ecossistema de inovação e empreendedorismo no Brasil.

Portanto, este artigo pretende não apenas descrever o fenômeno das Game Jams, além disso, busca oferecer uma análise crítica sobre seu papel no desenvolvimento econômico-cultural do Brasil. Ao investigar as dinâmicas internas dessas comunidades de prática e seu impacto na formulação de políticas públicas, espera-se contribuir para

uma compreensão mais ampla da interseção entre cultura, tecnologia e economia no contexto das indústrias criativas. Com isso, reforça-se a importância de reconhecer e apoiar eventos como a GameJamPlus, que não apenas celebram a criatividade, mas também têm o potencial de moldar o futuro da indústria de jogos e da cultura digital no Brasil.

Revisão da literatura: Game Studies e Produção Cultural

A análise e percepção dos jogos como formas de produção cultural se apoia em teorias que reconhecem essas interfaces comunicacionais e tecnologias da imagem e do imaginário não apenas como entretenimento, mas como artefatos culturais que refletem e influenciam valores, normas e práticas sociais. Conforme Huizinga (2014), resgatando as clássicas contribuições sobre o campo do Game Studies pela teoria do *Homo ludens*, os jogos são atividades culturais essenciais, permitindo a expressão de identidades e a construção de significados sociais. Sicart (2014) complementa essa visão ao argumentar que os jogos são espaços de criatividade e experimentação, nos quais os jogadores interagem com narrativas e sistemas complexos, contribuindo para a produção e disseminação de cultura. Essa perspectiva é fundamental para entender como os jogos têm se tornado uma parte significativa da economia criativa, impactando outras formas de arte e comunicação.

A relação entre jogos e cultura também é destacada por Frasca (2003), que propõe a ideia de que os jogos são representações dinâmicas da realidade, permitindo aos jogadores explorar diferentes cenários culturais e sociais. Dessa forma, os títulos não apenas podem refletir a cultura, mas também contribuem para sua produção e evolução, tornando-se uma ferramenta potente para a expressão cultural. Estudos nesse mesmo caminho, como o de Bogost (2007), reforçam essa visão ao tratar dos jogos sob a alcunha de persuasivos, que podem moldar opiniões e comportamentos, influenciando diretamente a cultura e a sociedade. Ao mesmo tempo que são produtos dessa cultura e repercutem em novos processos culturais experimentados cotidianamente.

Comunidades de Prática e colaboração

As Game Jams, eventos em que desenvolvedores se reúnem para criar jogos em um curto período de tempo, são exemplos de comunidades de prática, conforme descrito por Wenger (1998). Essas comunidades se formam em torno de interesses comuns e promovem o aprendizado coletivo através da colaboração e troca de conhecimentos. Uma conceituação que está fortemente potencializada pela Cultura da Participação/Colaboração de Clay Shirky (2011) que nos cerca e culmina em mais possibilidades na Cultura da Convergência (Jenkins, 2009).

Em definição técnica, nesse sentido, tem-se as Comunidades de Prática como o resultado da união de pessoas que:

Se envolvem em um processo de aprendizado coletivo em um domínio compartilhado do esforço humano. Comunidades de prática são grupos de pessoas que compartilham uma preocupação ou uma paixão por algo que elas fazem, e aprendem como fazê-lo melhor interagindo regularmente (Wenger & Wenger-Trayner, 2015:01).

Nas Game Jams, os participantes não apenas compartilham habilidades técnicas, mas também constroem uma cultura de colaboração que transcende as fronteiras das suas áreas de especialização, permitindo a inovação e a criação conjunta de novos conhecimentos. Uma experimentação prática das multidisciplinaridades, em que é possível perceber emergentes Zonas de Desenvolvimento Proximas como já pontuava Vygotsky (2019), ou até mesmo os esforços criativos e de inovação de trocar o C pelo V como Seymour Papert (1980) fez nas contribuições do protagonismo e autonomia dos indivíduos que partem do construcionismo para o construtivismo e seus mundos possíveis representados pelos jogos.

Além disso, as Game Jams promovem um ambiente onde a colaboração é essencial para o sucesso. Como apontado por Taylor (2012), esses eventos incentivam a experimentação e a criatividade, ao mesmo tempo que criam laços sociais entre os participantes, fortalecendo as comunidades de prática existentes e formando novas. Esse processo de construção coletiva de conhecimento e habilidade é fundamental para o desenvolvimento da indústria de jogos, assim como forma de manutenção cultural, especialmente no contexto de desenvolvimento independente, onde os recursos são limitados, mas a criatividade e a colaboração podem ser abundantes enquanto vetores contrários (Reis & Zille, 2020).

Políticas Públicas e Indústria de Jogos

Nessa produção, toma-se a conceituação de políticas públicas em uma perspectiva holística, o que consequentemente convida diversas áreas, frentes teóricas e modelos de gestão para a contribuição de um conceito, comportando vários olhares sobre o que os governos traduzem de “seus propósitos em programas e ações, que produzirão resultados ou as mudanças desejadas no mundo real” (Souza, 2002:05).

Nesse sentido, as políticas públicas voltadas para a indústria de jogos no Brasil têm desempenhado um papel crucial no desenvolvimento desse setor e sua relevância. Entretanto, como atesta Uchôa (2023:14), esse campo, além de ser uma interseção entre tecnologias emergentes e economia criativa, é baseado na “duplicidade de enquadramento jurídico em uma compreensão que hora é utilizada para incluir e hora é utilizada para excluir o setor de determinados pleitos”. Tanto pela Lei Federal 9.609,

a chamada Lei do Software, que por muito tempo ancorou os jogos, mas também pela Lei Federal 12.485, a Lei da TV Paga, que posiciona os jogos digitais no audiovisual. Contudo, enquanto a primeira traz perspectiva da tecnologia, a segunda alberga a dimensão cultural (Brasil, 1998; Brasil, 2011).

Inclusive, também para Uchôa (2023), quando o Ministério da Cultura incluiu os jogos digitais como “parte do Audiovisual para fins de presença na Comissão Nacional de Incentivo à Cultura” (Brasil, 2021), por meio da Portaria nº 116 de 29 de novembro de 2011, pavimentou-se um caminho expressivo para instruções normativas que:

Culminaram na publicação dos editais da linha Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (PRODAV)-14 pela Agência Nacional de Cinema (ANCINE) nos anos de 2016 e 2017, que realizaram fomento direto à Indústria de Jogos Eletrônicos, e no Decreto nº 11.525 de 11 de Maio de 2023, que operacionaliza a Lei Complementar nº 195 de 08 de Julho de 2022, a Lei Paulo Gustavo (LPG), inserindo Produção de Games como objeto financiável através do Inciso I, de uso exclusivo do Audiovisual (BRASIL, 2022) (Uchôa, 2023:15).

Nessa conjuntura, com a indústria de jogos digitais no Brasil sendo vista como um produto tanto cultural quanto tecnológico, pertencendo e atuando em ambas as áreas através de políticas, iniciativas e mecanismos específicos (Uchôa, 2023), Zambon e Pessotto (2019) aprofundam essa questão ao discutir o estado regulatório do setor, mostrando que, para os mecanismos de fomento direto, a indústria se beneficia de sua classificação como audiovisual. Já como atividade produtiva e econômica, o setor se alinha com a perspectiva de ser considerado como software. Essa dualidade impacta a percepção sobre o setor, que passa a ser visto com uma natureza mais econômica do que é comum na dimensão cultural e mais simbólica do que o habitual na compreensão da tecnologia (Uchôa, 2023).

Nesse cenário político de fomento, todavia, há um outro contexto que precisa ser elucidado quando se fala de jogos e políticas públicas. Em 2018, o II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais foi lançado como uma iniciativa do Ministério da Cultura, através da Secretaria de Economia Criativa, com o objetivo de atualizar os dados estatísticos do setor de jogos digitais no Brasil, além de facilitar o desenvolvimento de políticas públicas para o setor (Sakuda & Fortim, 2018). O censo, por sua vez, foi retirado do site oficial do Ministério da Cultura no início do governo do ex-presidente Jair Bolsonaro em 2019, em uma tentativa de suprimir a cultura e seus desdobramentos (Jonas, 2023). Apesar disso, a comunidade de desenvolvedores e acadêmicos (e por quê não de prática?!) conseguiu preservar e socializar os dados de forma descentralizada, mantendo viva a identidade do Brasil nos jogos digitais por meio da colaboração e compartilhamento. O censo específico reuniu 695 resultados de desenvolvedores, organizações de apoio, serviços em games e profissionais autônomos em todo o Brasil (Sakuda & Fortim, 2018; Costa, 2024).

Com o regresso do Ministério da Cultura no governo Lula em 2023 e com o apoio do Ministério da Economia e outras instâncias, embora fomentado pela Secretaria Especial para Assuntos Jurídicos da Casa Civil, outras iniciativas voltadas para a indústria/setor cultural audiovisual puderam contemplar os jogos de forma mais expressiva, mesmo que não diretamente os mencionasse nesse processo. Isso trouxe um cenário em que diante de diversos Editais de chamamento e de fomento considerados bem-sucedidos na indústria cultural brasileira, os jogos digitais ainda não se encontravam “contemplados em políticas públicas e outras ações concretas além do fomento direto, carecendo de proposições estruturantes que impactem o setor de forma estável à médio e longo prazo” (Uchôa, 2023:74-75).

É quando entra em cena um marco das políticas públicas para os jogos digitais. Este foi alcançado através do Marco Legal dos Jogos, instituído pela Lei 14.852 em 2024 (Brasil, 2024). Esta é uma iniciativa que visa regulamentar e incentivar a produção de jogos no país. Segundo a legislação, o Marco Legal estabelece diretrizes para a produção, distribuição e comercialização de jogos, com o objetivo de fomentar o crescimento da indústria nacional e proteger os direitos dos desenvolvedores. Inclusive, garante o direito dos jogos digitais serem albergados pela Lei Rouanet (Lei 8.313, de 1991), no intento de estimular a produção e formar profissionais do setor (Brasil, 1991; Brasil, 2024).

O Marco Legal dos Jogos, portanto, não é apenas uma ferramenta de regulação, mas também um incentivo à inovação e à competitividade. Além de destacar as legitimidades dos jogos enquanto interfaces tecnológico-cultural, busca criar um ambiente favorável para o desenvolvimento dessa indústria, tanto no mercado interno quanto no internacional, ao promover a inclusão de diferentes vozes e perspectivas na criação de conteúdos culturais. Em seu Art. 6º, inclusive, traz como princípios e diretrizes:

I – reconhecimento do empreendedorismo inovador em jogos eletrônicos como vetor de desenvolvimento econômico, social, ambiental e cultural; II – fomento ao empreendedorismo inovador como meio de promoção da produtividade e da competitividade da economia brasileira e de geração de postos de trabalho qualificados; III – promoção da diversidade cultural e das fontes de informação, produção e programação; IV – respeito aos direitos fundamentais e aos valores democráticos; V – defesa do consumidor e educação e informação de fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e deveres; VI – proteção integral da criança e do adolescente, nos termos do art. 5º da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente); VII – preservação da privacidade, proteção de dados pessoais e autodeterminação informativa, nos termos da Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais) (Brasil, 2024, *online*).

Como discutido por Uchôa (2023), essas políticas públicas são essenciais para garantir que a indústria de jogos no Brasil se torne sustentável e competitiva, contribuindo para a economia criativa e a produção cultural do país.

Metodologia

Conforme descrito anteriormente, essa pesquisa traz em seu percurso metodológico exploratório, qualitativo e descritivo a estratégia de pesquisa científica Estudo de Caso como um mergulho em fenômenos reais e suas variáveis. Trata-se, nessa conjuntura, como “uma investigação intensiva e sistemática de uma instituição, comunidade ou indivíduo, permitindo uma análise profunda de fenômenos complexos” (Lunetta & Guerra, 2023:156).

Nesse contexto, justifica-se que a metodologia do Estudo de Caso é adequada para investigar eventos culturais enquanto objeto de pesquisa devido à sua capacidade de aprofundar a análise em contextos específicos e multifacetados. Ao utilizar essa abordagem, é possível capturar uma ramificação da complexidade e das nuances do evento, proporcionando uma compreensão de como as Game Jams, por exemplo, contribuem para a produção cultural e o desenvolvimento da indústria de jogos digitais no Brasil. Essa metodologia permite explorar os processos formativos emergentes, as novas concepções de mundo e as experimentações que surgem durante esses eventos, destacando a interação entre cultura, tecnologia e educação.

No percurso metodológico, alguns elementos-chave podem ser considerados. Primeiro, o percurso inclui uma contextualização histórica da GameJamPlus, o elemento específico do Estudo de Caso nessa produção, situando-a no cenário das Game Jams internacionais e destacando suas especificidades no Brasil. Isso envolve a identificação das motivações e objetivos dos organizadores, a estrutura e dinâmica do evento, bem como os perfis dos participantes. Em seguida, examina-se os processos de criação e desenvolvimento de jogos durante a GameJamPlus, observando como as equipes colaboram, experimentam novas ideias e aplicam tecnologias emergentes a partir de um resultado de jogo digital desenvolvido no contexto dessa comunidade de prática. Esse processo é conduzido por meio de entrevistas com profissionais do setor, permitindo identificar nuances de práticas e conhecimentos que são mobilizados e adquiridos ao longo e pelo evento. Toma-se entrevista, na presente pesquisa, como um reforço às análises qualitativas do Estudo de Caso, o que para Severino (2016:133) se configura como apreensão sobre “o que os sujeitos pensam, sabem, representam, fazem e argumentam”. Uma interface comunicacional que age como técnica de coleta de informações.

O estudo, conseqüentemente, considera os impactos da GameJamPlus na indústria de jogos e na cultura brasileira. Isso inclui a avaliação das redes de contatos

e oportunidades profissionais que o evento proporciona, bem como o papel das Game Jams na promoção da inovação e na difusão de novas concepções culturais. Dessa forma, o Estudo de Caso permite não apenas uma compreensão detalhada da GameJamPlus em si, mas uma reflexão mais ampla sobre seu papel no ecossistema cultural e econômico dos jogos no Brasil, alinhando-se ao objetivo geral de explorar como esses eventos contribuem para processos formativos e novas experimentações de mundo.

GameJamPlus

A GameJamPlus¹ é uma maratona de desenvolvimento de jogos que tem duração de 48 horas de produção, oferecendo mentorias e suporte em tempo real para todas as equipes inscritas, contemplando não apenas a comunicação em português, mas também em inglês e espanhol. A jam tem tido um protagonismo significativo no país e, atualmente, integra mais de setenta locais espalhados em mais de quarenta países².

A partir desse cenário-base, podemos pensar como a jam tem um papel relevante para o fortalecimento da indústria de jogos no mundo e, especialmente, no Brasil - país onde tudo começou. Para exemplificar melhor, podemos descrever um pouco mais sobre o modelo de execução do projeto, que, em sua totalidade, tem a duração de aproximadamente um ano para cada edição.

Através das redes sociais da GameJamPlus, são divulgadas as datas de inscrição e todas as informações relativas ao processo de desenvolvimento das equipes, dos jogos, das atividades e eventos oferecidos pelo projeto. A proposta da jam, consequentemente, é dividida em três etapas principais: Configuração, Produção e Resultados.

Para a etapa inicial, Configuração, é feito o processo de inscrição, momento em que os participantes têm a opção de se inscrever com uma equipe já formada ou apenas inserir o seu nome para encontrar uma equipe no início da jam. Ainda no formulário, os desenvolvedores precisam mencionar as funções nas quais tem aptidão, experiência e/ou desejo de executar, além de definir a qual a sede (ambiente cadastrado por organizadores voluntários) irá se vincular.

Após a inscrição, os participantes são direcionados para o servidor oficial da GameJamPlus na plataforma *Discord*³, podendo também ser inseridos em servidores específicos de cada sede⁴. Por exemplo: em todo o estado do Rio de Janeiro existem várias sedes locais que, juntas, promovem a jam através do servidor da ACJOGOS-RJ

¹ Site oficial: <https://gamejamplus.com/>. Acesso em: 20 dez. 2024.

² Atualmente, no primeiro semestre de 2025, o projeto atua nas seguintes regiões, divididas em Brasil, Latam, Europa e América do Norte, África, Ásia e Oceania.

³ Servidor oficial da GameJamPlus no Discord. <https://discord.gg/yCNAKmJxcT>. Acesso em: 07 out. 2024.

⁴ Sedes: As sedes podem representar uma cidade (Rio de Janeiro, Petrópolis, Belo Horizonte), podem ser vinculadas a instituições e universidades (IFRJ – Engenheiro Paylo de Frontin, IGDA Fortaleza), ou ainda iniciativas independentes (Manaus Diversa).

(Associação de Criadores de Jogos do Rio de Janeiro)⁵. Do mesmo modo, em Minas Gerais, embora haja várias sedes, há o esforço de concentrar a produção dentro do servidor da Gaming (Associação Mineira de Jogos Digitais)⁶. Com esta iniciativa, os participantes têm contato com desenvolvedores, mentores, profissionais, empresas, associações e entusiastas de todo o mundo no servidor unificado da GameJamPlus, além de terem a oportunidade de conhecer seus pares locais, potencializando não apenas o aperfeiçoamento técnico, mas alimentando uma ampla rede de contatos entre todas as instâncias da indústria de jogos.

Para dar início aos trabalhos da maratona de desenvolvimento de jogos, a jam faz sua abertura no início da noite de uma sexta-feira, promovendo o encontro dos participantes e das equipes, a fim de organizar os times e estruturar o evento de modo que todos encontrem um grupo para desenvolver seu jogo. Existe também a possibilidade de desenvolver um jogo sozinho e, embora seja desafiador, a jam é um espaço seguro para todo e qualquer tipo de experimentação. Nesta primeira etapa, os participantes inclusive escolhem suas categorias, que são desafios propostos pela própria organização da jam e/ou por patrocinadores e parceiros, gerando a possibilidade de premiação ou, ainda, oportunidade de negócios.

Após a definição de equipes, os organizadores liberam o(s) tema(s) daquele ano. Para esta segunda etapa, Produção, os *jammers*⁷ iniciam o desenvolvimento do seu jogo. Este processo tem a duração de quarenta e oito horas consecutivas, finalizando o prazo de entrega no final do domingo, quando o jogo é enviado para análise na plataforma Itch.io.

Durante esse tempo de produção, os times recebem mentorias em tempo real na plataforma *Discord*, por meio do servidor da GameJamPlus e também do servidor de cada sede, caso haja. Os mentores são profissionais voluntários que ficam disponíveis em turnos durante o desenvolvimento. Em alguns momentos, os mentores pedem permissão para entrar no canal de conversa de cada time para acompanhar o processo criativo e contribuir com feedbacks, mas os próprios times e *jammers*, individualmente, também podem entrar em contato e solicitar ajuda ou feedback sobre sua área especificamente. Como exemplo de mentores, é interessante mencionar que as edições da jam contam com profissionais de empresas como Double Dash (Irmão do Jorel e o Jogo mais importante da Galáxia), Trialforge (Deathbound), Rebuliço (NaÁra - Contos de Resistência), Sahara Penguins (Curiolab), Zumbido (Clóvis - Memórias de um Carnaval), além de instituições como International Game Developers Association (IGDA), Indie Hero, Sebrae, Universidade Federal Fluminense (UFF), Instituto Federal do Rio de Janeiro (IFRJ) entre outras.

⁵ Servidor oficial da ACJOGOS – RJ no Discord. <https://discord.gg/ring-711242992152739861>. Acesso em: 19 dez. 2024.

⁶ Servidor oficial da Gaming (MG) no Discord. <https://discord.gg/wUAF2ySTmc>. Acesso em: 19 dez. 2024.

⁷ Nome dado aos participantes de Game Jams.

Após o envio do jogo no final da segunda etapa, todos os participantes que enviaram um jogo e que estiverem interessados estarão automaticamente aprovados para um período de incubação oferecido pela GameJamPlus. Durante alguns meses, são liberados vídeos de palestras, workshops, oficinas entre outros, com temas variados, atualizados e disponibilizados nas plataformas do evento, incluindo servidores do *Discord* e redes sociais, como *YouTube*. Durante a incubação, as equipes têm a chance de aprimorar seus jogos e fortalecer sua rede de contatos, aumentando as possibilidades de negociação com investidores. É um período para melhorar o jogo tecnicamente, mas para conhecer mais sobre o mercado de trabalho, sobre como publicar os jogos e dicas gerais sobre diferentes profissões na indústria.

Para a terceira etapa, Resultados, existe uma sequência definida para avaliação dos projetos submetidos pela página da GameJamPlus na plataforma Itch.io. Cada jogo enviado deve ser julgado por, pelo menos, três jurados diferentes — que não podem ter relação direta com a sede e/ou com aquele jogo. Na última edição havia cerca de 40 jurados avaliando os projetos. Em um formulário desenvolvido especificamente para a comissão julgadora, são explicitados critérios para avaliar os projetos — tanto para definir as premiações, como para desenvolver feedbacks a todos, no intuito de direcionar as equipes para um caminho que os ajude a transformar o projeto em produto.

O esquema de voto se estabelece da seguinte maneira: 1) Avaliação de *pitch*: os jurados avaliam a dinâmica de apresentação do jogo, buscando entender como o projeto poderia se inserir no mercado, se foi feita uma pesquisa inicial sobre projetos semelhantes, marketing e potencial de continuidade e escalabilidade do jogo; 2) Avaliação Técnica: a) análise sobre o game design (*hook*, *core* e *balance*), observando se é inovador, original e divertido; se tem uma boa proposta de gameplay, *game loop* e *flow*, adequando-se às especificidades e níveis de dificuldade do público-alvo entre outros; b) arte e visuais: avaliação da coerência e qualidade das imagens, no sentido de perceber se comunica a história que se quer contar e se amplia a experiência do jogador; c) *sound design*: avaliar o quanto potencializa a experiência e imersão, complementando a história; d) *build*: análise do material enviado, se existem muitos *bugs*, falhas e/ou se o executável do jogo está funcionando bem; e) UI/UX: avaliação de como está a experiência do usuário em termos de interface, navegação nas telas do jogo, se os menus, itens e elementos estão intuitivos e de fácil assimilação, se foram trabalhados elementos de acessibilidade, se os controles e comandos estão claros e se a interação está responsiva; f) narrativa e construção de mundo do jogo: neste item são observadas a coerência da história, o nível de engajamento dos personagens, se o conflito e os objetivos estão claros, se a mecânica dialoga com a narrativa, ampliando a experiência do jogador.

Ainda nesta etapa, após todo o processo de votação, classificação e feedbacks, os *jammers* participam de eventos de premiação, vagas para as próximas etapas e até outros tipos de prêmios e reconhecimentos, de acordo com categorias específicas que possam ter se inscrito. Ao chegar nas Finais Continentais, os times têm a chance de ir para o processo de Aceleração, tendo acesso a mais palestras, dicas para desenvolver um *pitch* (apresentação) do jogo, com direito a feedbacks dos avaliadores da edição. Nesta etapa, a GameJamPlus promove encontros presenciais entre a comunidade — desde desenvolvedores, patrocinadores, investidores, influencers, empresas, instituições, associações e demais entusiastas, até figuras públicas e outras autoridades do setor.

Durante o evento, todos os times participantes podem se encontrar e exibir seus jogos em uma mostra promovida com o intuito de compartilhar o trabalho e a evolução realizada até então. Por meio de patrocinadores, a GameJamPlus faz o esforço de disponibilizar passagem e hospedagem para competidores de diferentes lugares do Brasil e do mundo, justamente para proporcionar uma conexão interdisciplinar, diversa e inclusiva, além de ampliar a comunidade de desenvolvedores em âmbito global.

Em seguida, acontece a Grande Final, reunindo os melhores times selecionados e apoiados durante toda edição. O evento presencial conta com diversos profissionais de todos os setores da indústria, além de, claro, premiar as equipes — tanto por meio dos patrocinadores e investidores, como por meio de troféus confeccionados pela GameJamPlus para reconhecer a habilidade dos diversos profissionais envolvidos no desenvolvimento do jogo (títulos como melhor game design, melhor arte, melhor som etc.).

A partir de toda esta contextualização, podemos retomar o debate sobre como estas propostas de game jams colaboram para o surgimento de novos desenvolvedores, novos projetos e produtos culturais — não apenas no intuito mercadológico, mas na agência dos participantes ao trabalharem temas diversos, potencializando a inclusão, a representatividade, a regionalidade e a pluralidade de ideias.

Neste contexto, é notável a relevância da promoção de jams para fomentar o desenvolvimento de novos jogos, possibilitando o acesso de uma ampla parcela da população nacional (e porque não internacional?) a ferramentas de criação de projetos repletos de identidade, inovação e originalidade.

Emprego de entrevistas

Para potencializar o debate proposto no artigo, foram realizadas entrevistas com alguns agentes do setor de jogos digitais no país. A fim de proporcionar mais rigor em relação ao contexto do cenário atual de produção de jogos no Brasil, foram convidados Márcio Filho, atual presidente da ACJOGOS-RJ e fundador da GF Corp, a CEO da

GameJamPlus, Juliana Brito, e Raquel Gomes, gestora de projetos de cultura e games vigente no Sebrae Rio.

Márcio Filho representa o esforço de promover um encontro do setor de jogos com setores como educação, negócios, jornalismo, marketing e desenvolvimento humano, além de ser ponte entre mercado e agentes do setor público. O presidente da ACJOGOS-RJ tem papel significativo nos debates acerca da regulamentação e formalização do mercado de produção de jogos no Brasil, atuando de forma direta na discussão, elaboração, desenvolvimento e defesa do texto hoje disposto no Marco Legal dos Jogos Eletrônicos (Lei nº 14.852/24).

Em contrapartida, Juliana Brito é uma empreendedora consolidada no mercado de jogos, não só no contexto nacional, mas também internacional. A atual CEO da GameJamPlus e *Indie Hero*, iniciativas parceiras, tem se dedicado a criar oportunidades inclusivas para entusiastas do setor de desenvolvimento de jogos, além de democratizar o acesso ao mercado de produção da área. Desde a gestão de Brito, a GameJamPlus tem se destacado exponencialmente, recebendo hoje o título de maior maratona competitiva de desenvolvimento de jogos no mundo. E, por outro lado, Raquel Gomes, traz visão pertinente sobre a importância de promover oficinas de empreendedorismo, capacitação e entendimento de negócios para os desenvolvedores e criadores de jogos. Explica, inclusive, que um grande objetivo do Sebrae no setor de jogos eletrônicos hoje é fazer com que o “desenvolvedor de jogo digital se veja como empreendedor. E mais do que tudo, entenda que o seu jogo é, sim, um negócio” (Gomes, 2024, *online*).

Discussão e resultados

Após alguns anos da iniciativa, hoje a GameJamPlus se consolida como referência em promoção de maratonas e eventos de desenvolvimento de jogos. O que começou com uma jam, hoje se amplia no mercado ocupando espaços significativos para solidificar a produção brasileira no mundo.

Nessa mesma conjuntura, diversos jogos foram produzidos, desenvolvidos e pensados em meio a uma articulação do próprio ecossistema. Dentre os diversos vencedores da edição 2023/2024, inclusive, faz-se interessante mencionar títulos como *Meowster Chef*, de Funchal, Portugal, que ganhou o título de Melhor Jogo da Europa; *TOM8-O*, de Lima, Peru, que conquistou o Melhor Jogo da América Latina no mesmo evento; E, por fim, *Nyan-Ja*, da Cat Dojo Studio, cujo esforços resultaram no Melhor Jogo do Brasil (Este, inclusive, anunciado por Márcio Filho no palco da edição), trazendo perspectivas e oportunidades para a comunidade.

Atualmente, a GameJamPlus soma quase 25 mil seguidores em suas redes, sendo 3.458 no *LinkedIn*, mais de 13,8 mil no Instagram, cerca de 5,9 mil no *YouTube* e cerca de 1.516 no *TikTok*. Isto, ainda sem considerar plataformas como o *Twitch*, X (Twitter),

Facebook e a comunidade presente no *Discord*. A empresa contém dados que comprovam o alcance a mais de 10 mil desenvolvedores em cerca de 42 países do mundo. Estes números são expressivos para o cenário brasileiro.

Paralelamente à consolidação da GameJamPlus no setor, é parceira da *Indie Hero*, um hub de facilitação e promoção de oportunidades no setor de jogos eletrônicos. A proposta é fazer a conexão entre estúdios, produtores e desenvolvedores com investidores, publicadoras e grandes empresas. Em seu site, os dados mostram que a iniciativa tem, hoje, mais 12 eventos realizados, mais de 250 estúdios cadastrados e mais de 100 mil pessoas impactadas com as atividades realizadas.

Para além, as empresas estreitaram laços com instituições diversas que potencializam a participação da jam enquanto fazedora de cultura e articuladora internacional, como profissionais e iniciativas de mercado que promovem consultoria e assessoria de viabilidade. Já foram realizados treinamentos, oficinas e capacitação continuada por meio de parceria com o Sebrae Nacional, além dos Sebrae Rio, Ceará, Amazonas, São Paulo e Espírito Santo. Promovem ainda a Game Jam Fortnite, são curadores da Área Indie na Brasília Game Festival e são protagonistas na produção da Arena Gamer dentro do Innova Summit, o maior evento gratuito de inovação, empreendedorismo e tecnologia da América Latina.

O grupo, além das ações descritas acima, também desenvolve projetos paralelos em segmentos correlatos ao fomento de produção de jogos. A partir da demanda dos eventos e atividades propostas, a GameJamPlus e seus parceiros oferecem diversos cursos *on-line* para game designers, programadores, artistas, músicos e outras áreas que atuam no desenvolvimento de jogos, além de um curso de inglês focados para *game devs*, no intuito de proporcionar a inserção no mercado internacional. Por último, a empresa, juntamente com a *Indie Hero*, lançou a *Hero Box*, uma espécie de “caixa misteriosa” ou “caixa surpresa”. O projeto é um clube de assinatura mensal para gamers e geeks, em que o membro receberá em casa produtos temáticos do universo nerd.

Durante entrevista, Juliana Brito (2024) explica que a GameJamPlus é um ambiente que fomenta o ecossistema de desenvolvimento de jogos no Brasil. Para ela, a relevância do evento está justamente “no apoio à inovação local e ao empreendedorismo, ajudando a transformar ideias em negócios sustentáveis”. Brito (2024) afirma que seu propósito e intenção na gestão da empresa é fazer com que os desenvolvedores possam “pagar seus boletos” com jogos. A CEO diz que esse movimento “fortalece o setor de games no país e melhora a visibilidade internacional dos desenvolvedores brasileiros”.

Durante a experiência na jam, os participantes podem fazer colaborações imediatas, mas também podem ter projetos que resultam “em parcerias de longo prazo, como a cofundação de estúdios de jogos ou o desenvolvimento de projetos conjuntos”, comenta Brito (2024).

Nesse sentido, podemos perceber como a promoção desses eventos fortalece o setor tendo em vista o número de participantes, o alcance em quase todo o território nacional — grandes metrópoles e cidades de médio e pequeno porte, sendo possível reconhecer a pluralidade alcançada. Isto, não só nos temas sugeridos pela própria organização e patrocinadores, mas, principalmente, pela possibilidade de incluir visões de mundo diversas através de cada participante que entra em contato com o projeto. Desse modo, auxilia e viabiliza a propagação de novos recortes narrativos, discursos de inclusão, representatividade, reconhecimento de identidades múltiplas e plurais, além de fortalecer o senso de pertencimento dos participantes — individual e coletivamente.

Uma ação de suma importância é o incentivo da GameJamPlus para que haja voluntários que organizem variadas sedes durante a jam. Com esta iniciativa, há um alcance significativo e absolutamente simbólico em relação a ocupação de populações usualmente marginalizadas e/ou não contempladas em projetos culturais, geralmente desenvolvidos nas metrópoles e capitais. Este movimento reforça o propósito de se trabalhar de forma colaborativa, entendendo que é necessário construir pontes, mas, principalmente, deixar que cada região tenha seu protagonismo na gestão e organização de uma jam com estrutura e diálogo regional, em primeiro lugar. Com equipes distribuídas de norte a sul do país, além do impacto internacional, a jam proporciona o encontro de culturas, perspectivas e visões de mundo. Assim, as temáticas regionais são cada vez mais frequentes e impactantes.

Como resultado das ações da GameJamPlus e sua parceria com grandes instituições e agentes da cultura, é possível visualizar a força que o setor vem ganhando cada vez mais. Junto ao Sebrae, tanto em âmbito nacional quanto estadual, estão sendo feitas atividades de capacitação na área de jogos em todo o país. Nesse contexto, Raquel Gomes (2024, *on-line*), atual gestora de projetos de cultura e games no Sebrae Rio, comenta:

A gente tenta, como Sebrae, mostrar a importância para essa pessoa que está começando no setor, a importância dela se formalizar, porque ela precisa entender que o jogo dela é um negócio. Ela precisa entender que gera renda. Ela precisa entender que ela pode sustentar a família dela com esse jogo que ela está desenvolvendo. (Gomes, 2024, *on-line*).

Alinhados às iniciativas do Sebrae, Gomes (2024) reconhece o papel das associações regionais e o protagonismo que desempenham. Segundo a profissional, o setor se mostra potente justamente por ser tão unido. Para ela, o Sebrae usa como base os dados e informações gerados pelas movimentações regionais, por meio das associações. A gestora afirma que, por não haver ainda uma formalização do setor em termos de classificação de agentes econômicos, existe uma grande dificuldade em mapear os agentes da área e “mensurar a quantidade de desenvolvedores digitais que existem hoje”. Por este motivo, são usadas como base “as pesquisas que são divulgadas

pelas instituições ou associações do setor”, pois não há possibilidade de “puxar um relatório da Receita Federal, por exemplo”, porque as empresas estão classificadas em CNAEs diversos ou não estão formalizadas, ou seja, perdem “todos os benefícios de se ter um pequeno negócio aberto para trabalhar nesse setorial”.

Agentes como Márcio Filho e as diversas associações espalhadas em todo o território nacional protagonizam o movimento significativo que vai em direção às demandas de regulamentação e formalização da profissão. Márcio Filho explica que, parte da dificuldade para a regulamentação e execução de políticas públicas, era o conflito para a definição sobre o que é o jogo, não havendo um consenso sobre ser cultura ou tecnologia e inovação. Apesar disto, segundo Márcio Filho (2024, *on-line*), “as políticas públicas atuais estão envolvendo a transversalidade, a multidisciplinaridade. [...] Nesse sentido, estão melhorando”.

No atual contexto, há a percepção de que é fundamental ocupar os espaços do setor público, tanto na produção, como nas discussões que são feitas de modo a promover incentivo às produções culturais no país. Esta articulação tem se mostrado de suma importância, impactando diretamente na elaboração e confecção de políticas públicas de fomento, como editais, além de dialogar com os setores que organizam as linhas de distribuição orçamentária e trabalham questões tributárias. Em depoimento, Márcio Filho (2024, *on-line*) afirma:

A gente precisa de políticas públicas que envolvam linhas de crédito com maior grau de carência e menor custo em juros. A gente precisa de políticas de compras públicas que estejam voltadas ao setor de jogos eletrônicos, dentro da saúde, dentro da educação, dentro da segurança pública, do turismo. Soluções de políticas públicas envolvem também a compra de produtos e serviços do setor de jogos eletrônicos e não somente os editais.

De forma assertiva, Márcio evidencia a falta de um instrumento “para que a gente pudesse ter segurança jurídica para fazer o país crescer”. Portanto, todo o esforço no debate político na construção do texto e da defesa do Marco Legal de Jogos Eletrônicos no Brasil, se mostra como um grande passo para o setor produtivo.

Segundo Márcio Filho (2024, *on-line*), o Marco Legal é “o esqueleto da lei que vai perdurar no Brasil durante os próximos trinta anos, provavelmente”. A lei possibilita o entendimento de que os jogos são “obra audiovisual com suporte tecnológico”. Há, então, a percepção de que “essa ferramenta pode ser utilizada na comunicação, no treinamento profissional, na educação, na saúde, no meio ambiente”. Ainda sobre o Marco Legal, Márcio Filho disserta sobre como já existe um impacto a nível mundial:

Por exemplo, todo esse capítulo que fala sobre o reconhecimento do jogo como idade de proteger crianças e adolescentes, ele é uma inovação global. [...] Quando a gente responsabiliza os fornecedores de jogos eletrônicos pelo conteúdo dos seus fóruns e dos próprios jogos, é uma inovação global. [...] A gente já foi visitado pelo Canadá, pela França, para poder vir produzir estudos sobre o nosso Legal

Framework, sobre o nosso Marco Legal dos Jogos. [...] Vão poder entender como é que a gente fez, como que a gente produziu. E tem muito de fato de articulação política, de desenho institucional, de entendimento das dinâmicas da política. Então, o que eu acho aqui, ousadamente, é o mundo que está vindo perceber como é que a gente conseguiu avançar, coletar, consolidar o que já existe ao redor do globo (Márcio Filho, 2024, *on-line*).

De modo complementar, Juliana Brito (2024, *on-line*) também afirma que o Marco Legal dos Jogos Eletrônicos é um “avanço importante, pois reconhece a indústria de games como parte da economia criativa”. Brito ainda reitera que é extremamente necessário pensar sobre as questões tributárias, visto que as cobranças excessivas dificultam e limitam os estúdios brasileiros a competirem com o mercado internacional. Segundo Juliana, é preciso “promover incentivos que estimulem o desenvolvimento de jogos no Brasil para exportação”.

Considerações finais

Como conclusão desse estudo de caso sobre game jams, especificamente a GameJamPlus, e o impacto do Marco Legal dos Jogos Eletrônicos no Brasil, podemos demonstrar a existência de um movimento de grande relevância para o cenário de desenvolvimento de jogos no país e, talvez, no mundo.

Notamos que as game jams têm papel significativo na capacitação e formação de novos profissionais para o setor, tanto na formação de novos estúdios como na produção de projetos plurais. As jams acrescentam, ainda, uma camada de acolhimento às diversidades por meio do alcance global e do incentivo a elaboração de projetos que tenham em mente aspectos relativos à acessibilidade, inclusão, representatividade e pertencimento. Portanto, enfatizam a importância do entendimento do jogo como uma ferramenta potente na produção cultural do país. Não obstante, estes eventos proporcionam também uma ponte fundamental que conecta estúdios e pequenos empreendedores às empresas investidoras, publicadoras e demais instituições e agências entusiastas do setor.

Por conseguinte, torna-se imprescindível considerar as políticas públicas como instrumento de segurança jurídica para a regulamentação do mercado de jogos no Brasil. Não apenas, a compreensão de que fazer jogos é também um negócio e deve ser reconhecido como tal, sendo classificado de maneira transversal, é absolutamente pertinente e necessária.

O conjunto das ações de política pública, em paralelo aos agenciamentos promovidos pelas associações e instituições com objetivo de fomentar a produção, capacitação, formalização e estruturação dos estúdios, é o que traz consistência na atuação do setor.

A realidade de quem almeja se inserir no mercado de jogos é um tanto quanto complicada, visto a necessidade de ocupar espaços tradicionais no mercado de trabalho, especialmente pela falta de regulamentação — agora em desenvolvimento, após a aprovação do Marco Legal de Jogos Eletrônicos.

Para propostas futuras, é possível trazer à luz outros modelos de game jams e/ou perspectivas de participantes ainda em processo de formação a fim de entender suas necessidades, dificuldades e obstáculos - tanto no sentido técnico, quanto na inserção no mercado e formalização de um CNPJ.

Algo interessante a ser considerado é a organização de jams alternativas e com temas/recortes exclusivos, como a Women Game Jam, We Game Jam, Jam das Minas entre outras. Estes projetos têm feito um esforço de trabalhar diversidade e inclusão de forma ainda mais direta, divulgando a oportunidade como um ambiente seguro para mulheres, pessoas trans, pretas, indígenas, não-binárias e minorias, de forma geral.

Enfim, fica a reflexão de que, embora ainda haja um longo caminho a ser percorrido, o setor tem se mostrado unido e interessado na regulamentação e consolidação da produção de jogos no Brasil. Desta forma, fica evidente o quanto é potente e significativa a implementação do Marco Legal, assim como a participação engajada de toda a comunidade interessada, fomentando uma prática comum, enaltecendo um mercado e mobilizações afetivas que reverberam em aprendizados.

Referências

- ALENCAR, Breno; GAMA, Kiev. (2018). “Global Gov jam: motivational aspects of participants” *Anais da ACM International Conference of Game Jams*, pp. 1-8. [Consult. 09-08-2025]. Disponível em <https://www.scopus.com/pages/publications/85047519188?inward=>
- BOGOST, Ian. (2007). *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge, MA, MIT Press.
- BRASIL. (1991). *Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991*. Brasília, DF, Casa Civil.
- BRASIL. (1998). *Lei Federal nº 9.609*. [S. l.]. Diário Oficial da União.
- BRASIL. (2011). *Lei Federal nº 12.485*. [S. l.]. Diário Oficial da União.
- BRASIL. (2023). *Lei nº 14.853, de 03 de maio de 2024*. Cria o marco legal para a indústria de jogos eletrônicos; e altera as Leis nºs 8.813, de 23 de dezembro de 1991, 8.685, de 20 de julho de 1993, e 9.279, de 14 de maio de 1996. Brasília, DF, Casa Civil.
- BURGUN, Keith. (2013). *Game Design Theory: A new philosophy for understanding games*. CRC Press. London, Taylor & Francis Group, LLC.
- COSTA, Caio T. O. P. (2024). *Press Start: imersão, vivência e experiência em games em contextos de aprendizagem*. 279 f. Tese (Doutorado em Educação Tecnológica) – PPGEdumatec, CE-UFPE, Recife.
- FRASCA, Gonzalo. (2003). “Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology”, in M. J. P. Wolf and B. Parron (orgs.). *The Video Game Theory Reader*. New York, Routledge, p. 221-235.
- HUIZINGA, Johan. (2014). *Homo ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva.

- INOVAGAMES UFJF. (2024). *Histórico da Global Game Jam*. [Consult. 20-12-2024]. Disponível em <https://www2.ufff.br/inovagames/2024/01/05/historico-da-global-game-jam-conheca-as-raizes-da-maior-game-jam-internacional/>
- JENKINS, Henry. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo, Aleph.
- JONAS, Henrique. (2023). *A volta da esperança com o Ministério da Cultura*. [Consult. 15-12-2024]. Disponível em <https://www.brasildefatomg.com.br/2023/01/23/artigo-a-volta-da-esperanca-com-o-ministerio-da-cultura>
- LAI, Gorm; KULTIMA, Annakaisa; KHOSMOOD, Foaad; PIRKER, Johanna; FOWLER, Allan; VECCHI, Ilaria; LATHAM, William; LEYMARIA, Frederic. (2021). “Two Decades of Game Jams” *Anais do 6th Annual International Conference on Game Jams, Hackathons, and Game Creation Events*, pp. 1-11. [Consult. 09-08-2025]. Disponível em <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3472688.3472689>
- LUNETTA, Avaetê; GUERRA, Rodrigues. (2023). Metodologia da Pesquisa Científica e Acadêmica. *Revista Owl*, v. 1, n. 2, pp. 149-159. [Consult. 09-08-2025]. Disponível em <https://revistaowl.com.br/index.php/owl/article/view/48/53>
- MELO, Leandro de Almeida; LEITE, Tiago; FREIRE, Fábio; PERIN, Marcelo; FIGUEIRA FILHO, Fernando; SOUZA, Cleidson; BATISTA, Any Carolyn. (2019). “What motivates different people to participate in Game Jams?” *Anais do XV Simpósio Brasileiro de Sistemas Colaborativos*.
- PAPERT, Seymour. (1980). *Mindstorms: children, computers and powerful ideas*. New York, Basic Books.
- REIS, Janaína M.; ZILLE, Luciano P. (2020). “Empreendedorismo cultural e economia criativa: a companhia de teatro ‘Grupo Galpão’”. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 9, n. 2, pp. 97-122. [Consult. 09-08-2025]. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/340073520_Empreendedorismo_Cultural_e_Economia_Criativa_A_Companhia_de_Teatro_Gruppo_Galpao
- SAKUDA, Luiz O.; FORTIM, Ivelise (Orgs.). (2018). *II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais*. Ministério da Cultura, Secretaria da Economia Criativa. Brasília, DF.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. (2016). *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo. Cortez.
- SHIN, Kiyoshi; KANEKO, Kosuke; MATSUI, Yu; MIKAMI, Koji; NAGAKU, Nasaru; NAKABAYASHI, Toshifumi; ONO, Kenji; YAMANE, Shinji. (2012). “Localizing Global Game Jam: Designing Game Development for Collaborative Learning in the Social Context”, in Anton Nijholt, Teresa Romão e Dennis Reidsma. (orgs.). *Advances in Computer Entertainment*. Berlin, ACE.
- SHIRKY, Clay. (2011). *A cultura da participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar.
- SICART, Miguel. (2014). *Play Matters*. Cambridge, MA: MIT Press.
- SOUZA, Celina. (2002). *Políticas públicas: conceitos, tipologias e sub-áreas*. [Consult. 21-12-2024]. Disponível em <http://biblioteca.unisced.edu.mz/handle/123456789/3145>
- Taylor, T. L. (2012). *Raising the Stakes: E-sports and the Professionalization of Computer Gaming*. Cambridge, MA, MIT Press.
- Trauth, Eileen.; O’CONNOR, Barbara. (1991). *A Study of the interaction between information technology and society*. Amsterdam, North-Holland.
- UCHÔA, Arison H. R. (2023). *A indústria de jogos eletrônicos e as iniciativas de inovação e economia criativa no Ceará*. 2023. 80 f. Monografia (Graduação em Sistemas e Mídias Digitais) - UFC, Fortaleza.
- VERMONDE, Anderson; MITTELBAACH, Artur; PAULA, Bruno C. (2015). *Game Jams: Organização e Sobrevivência*. [Consult. 20-12-2024]. Disponível em <https://www.sbgames.org/sbgames2015/anaispdf/tutoriais/147629.pdf>
- VYGOTSKY, Lev. S. (2019). *A formação social da mente*. São Paulo: Martins Fontes.

- WENGER, Etienne. (1998). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge, Cambridge University Press.
- WENGER, Etienne.; WENGER-TRAYNER, Beverly. (2015). *Comunidades de prática: a apresentação-introdução*. [Consult. 19-12-2024]. Disponível em <http://wengertrayner.com/wp-content/uploads/2015/04/07-Brief-introduction-to-comunidades-deprática.pdf>
- YIN, Robert K. (2014). *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. Rio de Janeiro, Bookman.
- ZAMBON, Pedro S.; PESSOTTO, Ana Heloiza V. (2019). “Estado atual da regulação da Indústria Brasileira de Jogos Digitais: Entre Audiovisual e Software”. *Anais do XVIII SBGames*. [Consult. 09-08-2025]. Disponível em <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/IndustriaFull/201466.pdf>

Caio Túlio Olímpio Pereira da Costa



<https://orcid.org/0000-0002-7201-7157>



<http://lattes.cnpq.br/5202311461970353>

Professor do Curso Superior Tecnológico em Jogos Digitais da Universidade do Estado da Bahia; integrante do Coletivo Interdisciplinar de Pesquisa em Games. Doutor em Educação Matemática e Tecnológica pela Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: caiotuliocosta3@gmail.com

Thays Pantuza



<https://orcid.org/0000-0001-8001-2383>



<http://lattes.cnpq.br/1797387882828899>

Diretora Criativa na Zumbido Produções; Mestre em Tecnologias de Comunicação e Cultura pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Integrante do Coletivo Interdisciplinar de Pesquisa em Games e Embaixadora Women in Games. E-mail: pantuza.thays@gmail.com