



O CASO ‘THE MCDONALD’S VIDEOGAME’: PANORAMAS DA EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PELA IMERSÃO E EXPERIÊNCIA EM GAMES

The case ‘The McDonald’s Videogame’: panoramas of technological education through immersion and experience in games

Caio Tulio Olimpio Pereira da Costa

Doutor em Educação Matemática e Tecnológica
Universidade Federal de Pernambuco – Recife - Brasil
caiotulicosta3@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7201-7157>

Patricia de Oliveira

Doutora em Educação Especial
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano - Campus Catu - Brasil.
patricia.deoliveira@ifbaiano.edu.br
<https://orcid.org/0000-0002-3183-9808>

Resumo

O presente artigo aborda a forma com que o The McDonald's Videogame, enquanto produto midiático, interface comunicacional e tecnologia da imagem e do imaginário, pode reverberar panoramas de educação tecnológica pela imersão e experiência considerando nuances de conscientização, criticidade e leituras de mundo. Emprega, portanto, como objetivo geral, a investigação desse título, cercada de objetivos específicos de descrever o artefato e evidenciar possibilidades de imersão e experiência pelo contato. O artigo parte da hipótese de que a interação com esse *game* pode gerar reflexões para a alterglobalização por uma natureza contra-hegemônica, que através de uma metodologia ensaística teórico-reflexiva das Narrativas de Si, em abordagem de natureza qualitativa, espera atestar que a imersão em *games* é capaz de formular juízos e considerações sobre realidades que não estão muito claras ou aparentes no cotidiano regular. Como resultados e considerações finais entende-se que The McDonald's Videogame é capaz, pelas Narrativas de Si empregadas nessa produção, de produzir inquietações a respeito de uma cadeia produtiva de fast-food, assim como suas influências diretas ao meio-ambiente e consequências. Uma possibilidade de tornar visível entrelinhas agressivas do nosso cotidiano a partir de reflexões oriundas de um *game*.

Palavras-Chave: The McDonald's Videogame; games; Educação Tecnológica; imersão.

Abstract

This article addresses how The McDonald's Videogame, as a media product, communicational interface, and technology of image and imagination, can reverberate panoramas of technological education through immersion and experience, considering nuances of awareness, criticality, and worldviews. Therefore, it employs, as its general objective, the investigation of this title, surrounded by specific objectives to describe the artifact and highlight possibilities of immersion and experience through contact. The article starts from the hypothesis that interaction with this game can generate reflections for counter-hegemonic alterglobalization, which, through a theoretical-reflexive essayistic methodology of Self-Narratives, in a qualitative approach, aims to demonstrate that immersion in games is capable of formulating judgments and considerations about realities that are not very clear or apparent in regular daily life. As results and final considerations, it is understood that The McDonald's Videogame is capable, through the Self-Narratives employed in this production, of producing concerns regarding a fast-food production chain, as well as its direct influences on the environment and consequences. It represents a possibility to make visible aggressive undercurrents of our daily lives through reflections stemming from a game.

Keywords: The McDonald's Videogame; games; Technological Education; immersion.

INTRODUÇÃO

Diante de uma cultura digital e conectivista que se vivencia expressivamente na contemporaneidade, há uma facilidade da convergência de cenários entre tecnologias, comunicação, cultura e educação. Esse entrelace se apresenta, muitas vezes, como terreno fértil para análises críticas e reflexões pertinentes à nossa sociedade, principalmente em questões de acesso, letramentos e críticas às possibilidades que o capital utiliza para abraçar essas nuances. Nesse contexto, os videogames podem deter um lugar privilegiado, como artefatos complexos que são justamente o reflexo dessa cultura digital que se desenvolve a cada dia, moldando, como caminhos midiáticos, interfaces comunicacionais e tecnologias da imagem e do imaginário, a inteligência e identidade coletiva (Lévy, 1999) nas dinâmicas sociais.

A Pesquisa Game Brasil 2024, organizada por instituições de ensino superior, marketing e pesquisa, por exemplo, perfila em censo demográfico pela amostragem de 13.360 pessoas no Brasil, que 73,9% costuma jogar videogame, um crescimento de 3,8 pontos percentuais em relação ao ano anterior (ESPM; SIOUX; BLEND, 2024). Ainda, desse quantitativo geral, a maioria de usuários fica com o público de mulheres, com 50,9%. O

que vai na direção oposta de máximas geracionais de que atestavam que videogame é “coisa de menino”.

Nessa instância, apesar de muitas vezes se associar o desenvolvimento do videogame a grandes empreendimentos financeiros de uma indústria cultural, Paolo Ruffino (2018) afirma que a partir de uma liberdade na cultura da colaboração e convergência que democratiza o conteúdo na forma de produção e consumo, muitos softwares estão à disposição de pessoas que queiram desenvolver, em qualquer esfera do processo de criação, elementos constituintes de um *game*. Narrativa, design, programação, trilha sonora etc.

Isso, conseqüentemente, se apoiando em uma cultura de compartilhamento e socialização intrínsecos ao digital, encontra nos meios formais de educação, como faculdades e cursos superiores ligados ao desenvolvimento de *games*, ou simplesmente por tutoriais produzidos em plataformas de vídeo como YouTube e retroalimentados pelos comentários dos usuários nos mesmos vídeos, dinâmicas e estruturas que garantem fagulhas para o processo criativo. Essas aprendizagens, formais e informais, estão em constante efervescência. Esse cenário, portanto, afeta profundamente os produtos gerados nessa prática, visto que há certa liberdade, apesar das limitações técnicas pela falta do investimento do capital, para novas formas de design, processos de controle de produção do começo ao fim, além de autonomia singular nas produções narrativas (Costa, 2020). Vem à tona, portanto, o cenário dos *games* independentes, os indies, como forma de garantir voz, representatividade e experiências singulares digitalizadas. Isso representa, também, uma independência não apenas para um paradigma tecnológico em constante mudança, mas também como uma auto expressão identitária que se reverbera pela ocupação desses espaços digitais que platformizam a vida e o entretenimento para além de grandes empresas (Ruffino, 2018).

Diante dessas circunstâncias, o presente artigo toma o videogame independente intitulado The McDonald's Videogame para abordar as formas que o artefato permite a reverberação de panoramas de educação tecnológica pela imersão e experiência considerando nuances de conscientização, criticidade e leituras de mundo por meio de suas aprendizagens ofertadas. Esse quadro leva ao objetivo geral de investigar esses

possíveis caminhos. Enquanto objetivos específicos, por outro lado, é intento descrever o artefato e evidenciar possibilidades de imersão e experiência pelo contato.

Para tal, emprega-se uma metodologia ensaística teórico-reflexiva das Narrativas de Si, como um braço da autoetnografia, em abordagem de natureza qualitativa, que espera atestar que a imersão em *games* é capaz de formular juízos e considerações sobre realidades que não estão muito claras ou aparentes no cotidiano regular. Como se alguns *games* pudessem trazer óticas distintas sobre o mundo em que vivemos. Como hipótese, também, parte-se do entendimento de que a interação com esse *game* pode gerar reflexões para a alterglobalização por uma natureza contra-hegemônica.

Como resultados e considerações finais, entende-se brevemente que The McDonald's Videogame é capaz, pelas Narrativas de Si empregadas nessa produção, de produzir inquietações a respeito de uma cadeia produtiva de fast-food, assim como suas influências diretas ao meio-ambiente e consequências. Uma possibilidade de tornar visível entrelinhas agressivas do nosso cotidiano a partir de reflexões oriundas de um *game*.

METODOLOGIA

Nessa produção, a metodologia de abordagem qualitativa Narrativas de Si é empregada como força-motriz do processo de pesquisa. Em alguns contextos também conhecida como autoetnografia (Santos, 2017) ou como processos de Autopoiesis (Maturana, Varela, 2001), essa perspectiva permite uma exploração de diversas interações com o conjunto de dados investigados.

Apoiada em uma visão ampla, essa técnica de análise busca oferecer maior coesão aos dados obtidos e auxilia no debate das potencialidades das experiências imersivas em jogos com maior expressividade. Com base nesse propósito, é viável investigar como as experiências em realidades primorosamente simuladas, na fusão entre o real e o virtual, impactam o próprio pesquisador-jogador e o *feedback* proporcionado pela interação entre o ambiente-organismo e o jogo-jogador (Dewey, 2010), permitindo diversas comparações entre a análise realizada, centradas na perspectiva em primeira pessoa.

Em uma breve e oportuna explicação, têm-se que:

A autoetnografia [Narrativas de Si] é um método que se sustenta e se equilibra em um “modelo triádico” (Chang, 2008) baseado em três orientações: a

primeira seria uma orientação metodológica – cuja base é etnográfica e analítica; a segunda, por uma orientação cultural – cuja base é a interpretação: a) dos fatores vividos (a partir da memória [e porque não subjetividades?!]), b) do aspecto relacional entre o pesquisador e os sujeitos (e objetos) da pesquisa e c) dos fenômenos sociais investigados; e por último, a orientação do conteúdo – cuja base é a autobiografia aliada a um caráter reflexivo (Santos, 2017, p. 218).

Esse contexto, portanto, ressalta que a reflexão é um passo intrínseco e inseparável da investigação através das Narrativas de Si, pois esse processo naturalmente cria uma constante aura de conscientização, avaliação e reavaliação realizadas pelas pessoas autoras a partir de suas próprias contribuições, influências e até mesmo estratégias de pesquisa, bem como os resultados gerados pelo método (Santos, 2017).

Nesse sentido, o percurso metodológico se divide em: Base teórica, que reflete sobre os fenômenos de imersão e experiência; The McDonald's Videogame, apresentando e descrevendo o objeto de estudo e identificando a teoria; Diálogos e conteúdos evocados; e considerações finais.

MERGULHOS TECNOLÓGICOS: ENTRE IMERSÃO E EXPERIÊNCIA

Nessa seção específica, é intento abordar, brevemente, os pilares teóricos estruturantes da pesquisa, representados pelas conceituações de imersão e experiência. A partir do entendimento desse bloco conceitual liberam-se caminhos de criticidade para que The McDonald's Videogame seja abordado qualitativamente pelas Narrativas de Si.

Lúcia Santaella (2004, n. p.), em suas reflexões sobre os *games* e a cultura digital, afirma que:

O *game* é um mundo possível porque, nele, jogador e jogo são inseparáveis, um exercendo o controle sobre o outro. Nele, o jogador aprende as regras implícitas do jogo na medida em que interage com ele, tomando como base um mapa mental da navegação que vai se formando a partir de predições baseadas na experiência em progresso do próprio jogo.

Logo, desse contato e interação, muitas vezes, é possível que emergja o fenômeno de imersão, que utilizando a metáfora de um mergulho, diz respeito, para Murray (2003, p. 111), sobre adentrar um mundo ficcional. Nesse movimento, por exemplo, tendemos a exercer uma faculdade criativa, “concentramos nossa atenção no mundo que nos envolve

e usamos nossa inteligência mais para reforçar do que para questionar a veracidade da experiência”.

Logo, considerando incontáveis gatilhos imersivos que podem ser representados por artes, narrativas, interações, memórias e subjetividades, a imersão se projeta como a possibilidade de se transportar para um lugar simulado, que traz uma ideia de prazer. Algo fomentado pela ludicidade. Um momento em que o sistema sensorial e a atenção estão alinhados e em sintonia com o que se vivencia nessa realidade digital. Essa experiência, por si só, traz potencialidades para aprendizagens e leituras de mundo, de forma que a pessoa jogadora está mediatizada pelo mundo (Freire, 2019).

Trazendo a discussão para o campo da experiência, John Dewey (2010), considerando a filosofia pragmática e educacional, contempla esse conceito como algo que vai além de uma série de eventos e situações isoladas, como na verdade um dinamismo entre ambiente e indivíduo (no caso do artigo, jogo-jogador). Esta, é ativa, criativa, envolvendo intrinsecamente ações, reflexões e aprendizados. Além disso, Dewey (2010) argumenta em seus propostos que a experiência é um processo de continuidade, no qual os indivíduos constroem conhecimentos, compreensões e leituras de mundo por meio de interações contínuas com o ambiente com o qual interagem, seja este digital ou real.

A experiência, portanto, é um ciclo de ação, reflexão e ajuste, no qual os indivíduos aprendem com suas experiências passadas para informar suas ações futuras. Algo que dialoga com processos formativos, saldo do vivido e até memória (Costa, 2020). Como Dewey (1959, p. 44) atesta, todos os indivíduos mantêm, em plena consciência, uma interação com os ambientes que compõem o espaço-tempo, o que os fazem se envolver em uma dicotomia de dar e receber, agir e verificar as consequências, conceber estímulos e impressões. “Esse processo de interação constitui a estrutura da experiência”.

Logo, concebendo uma interação potente com os videogames para fins de que se desdobrem e reverberem como possibilidades de aprendizagens, a imersão e a experiência são pilares estruturantes dessa relação. A seguir, portanto, apresenta-se o The McDonald’s Videogame, alinhando as possibilidades imersivas a partir das Narrativas de Si, identificando essa base teórica, à medida que se traz os holofotes para possíveis aprendizagens.

THE MCDONALD'S VIDEOGAME

O grupo desenvolvedor italiano Molleindustria, se apropriando dos meios de produção e criando, na cultura da convergência, participação e colaboração, *games* independentes, é responsável por trazer caráter explicitamente político para seus títulos. Um deles é The McDonald's Videogame, de 2006, em que a pessoa jogadora, em sua interação com o jogo, precisa assumir o cargo de administração de recursos que permitem com que a cadeia de *fast-food* McDonald's funcione de forma sistematizada e integrada, ou seja, cuidando desde o cultivo de soja expressivo, passando pela criação de gado para abate, consequentemente organizando as funções de matadouros, as próprias lanchonetes, setores e departamentos financeiros, para então estruturar as ações de comunicação representadas pelo marketing e também por relações públicas.

Nessa instância, por meio do *game* e uma expressiva e aparente sátira, concebe-se as práticas de negócios aos moldes de uma grande empresa, abordando diversas práticas do capitalismo. Inclusive, no próprio endereço online da desenvolvedora Molleindustria, The McDonald's Videogame é anunciado como um “anti-advergame”, ou seja, um anti-jogo publicitário. Sua descrição, portanto, traz que fazer dinheiro em uma corporação como McDonald's não é fácil. É dito que por trás de cada hambúrguer há um processo complexo que você precisa dominar: dos pastos aos matadouros, dos restaurantes para a marca. “Você vai descobrir todos os segredos sujos que fizeram de nós uma das maiores empresas do mundo” (Molleindustria, 2006, n. p.).

Há, constantemente, um caráter simbólico e satírico que insiste em afirmar como o McDonald's seria uma franquia "de políticas corruptas e inescrupulosas ou de que subornar autoridades pode repercutir em favor de uma empresa - se não descoberto, claro" (Wenzel; Lorena Filho, 2006, p. 4). Por diversas vezes, na narrativa de comandar a empresa, a pessoa jogadora se vê obrigada a destruir florestas e também reservas indígenas para dar lugar e vasão à monocultura do cultivo de soja e criação de gado para abate. Mas ao mesmo tempo, em outra fase da cadeia de produção, se assume a experiência da responsabilidade, enquanto mecânica de jogo, de demitir ou repreender funcionários que quando insatisfeitos com as condições insalubres de trabalho ou com os salários irrisórios acabam cuspiendo nos lanches produzidos.

Figura 1 – The McDonald's Videogame (tela inicial)



Fonte: Molleindustria (2006) [Print das pessoas autoras].

Essas perspectivas, inteiramente, são apresentadas em um visual colorido e agradável, normalizando essas práticas que se tornam incontornáveis para o sucesso da empresa. Durante o processo de jogar para a presente pesquisa, um fato (mais) curioso chama a atenção: Em alguns momentos, é possível se deparar ao longo do *game* com ativistas ambientalistas que iniciam protestos furiosos, ou mesmo pessoas obesas que vão até o público para reclamar dos altos índices calóricos.

Na administração de recursos, portanto, é preciso dispor de capital financeiro para comprar essas pessoas, ou criar campanhas de marketing agressivas como “McDonald's on the Third World”, que em livre tradução do inglês seria “McDonald's no terceiro mundo”, com o personagem-mascote palhaço inspirado em Ronald McDonald, presenteando uma criança africana com um hambúrguer. Estereótipos são amplamente utilizados e empregados pela equipe criativa da Molleindustria para retratar o cenário não tão aparente da “realidade” da empresa.

Figura 2 – The McDonald's Videogame (interface de jogo)



Fonte: Molleindustria (2006) [Print das pessoas autoras].

Com o passar do tempo, o *game* dá a entender, pelas Narrativas de Si, que todos os absurdos e condições precárias e ardilosas do capital são mascaradas pelo lucro e normalizadas para que se mantenha o status quo. Sendo a única saída da pessoa jogadora, caso queria prosseguir e terminar o game, ser conivente com a situação, é preciso experimentar e imergir em uma alteração do “Amo muito tudo isso” para “Jogo muito tudo isso”.

EXPERIÊNCIA E IMERSÃO EM THE MCDONALD'S VIDEOGAME

O contato e interação com o *game* proporcionou uma série de vivências específicas durante o processo de interação pensado na presente pesquisa. Gatilhos imersivos emergiram desse contato, ora representados pela arte e identidade visual, convidativa, ao mesmo tempo que a trilha sonora, design e narrativa aparentam ser cativantes mesmo diante das controvérsias. Algo que potencializa esse convite para habitar a realidade simulada é a curiosidade em saber os processos internos e suas possibilidades de justificativa de relevância e sucesso da empresa.

Nesse sentido, a experiência, por sua vez, foi palco de uma estruturação e reformulação de alguns juízos, a ponto de em certo momento, ao adentrar em uma filial da franquia

McDonald's na vida real, ter sido possível perceber um atravessamento pelo que foi vivenciado no *game* mesmo quando a pessoa jogadora está longe do aparato tecnológico. Afinal, um artefato da imagem e do imaginário é mais do que um conjunto de hardware, sendo os processos de mediatização mais potentes no que está presente no indivíduo do que o que necessariamente está em uma tela, fomentando uma alquimia midiática de percepções. Dessa experiência, foi possível questionar, mesmo que brevemente e internamente, o que se passa atrás do balcão ou o que um aparentemente simples hambúrguer traz de reverberação prévia. Também, entram em questão as relações de trabalho, autonomia e a cadeia de produção e seus agentes como um todo. Sentimentos, perspectivas e leituras de mundo podem atravessar as pessoas jogadoras, com o digital pautando o real e vice-versa.

Sob um processo de letramento midiático, em busca breve e simples sobre McDonald's e escândalos online, por meio de indexadores de assuntos e algoritmos da também grande empresa Google, encontro situações de discriminação racial¹; assédio sexual²; abuso infantil³; e escândalos envolvendo os produtos⁴. Uma dualidade de reforço em que o *game* pode potencializar a percepção dessas notícias, ou a percepção dessas notícias pode potencializar a experiência e imersão com o *game*.

A conscientização e percepção da realidade, em uma integração que se formula entre a linha tênue entre real e digital, exemplifica a experiência tal qual retratada por Dewey (2010). Há uma retroalimentação entre jogo-jogador, ambiente-organismo. Os conhecimentos prévios da pessoa jogadora acabam se entrelaçando com a narrativa do *game*, alterando as percepções, entendimentos e contato com a narrativa. Ao mesmo tempo, como um vetor contrário, o *game* intensifica as percepções pessoais, retroalimenta as condições de trabalho, mediatiza o saldo do vivido, amplifica memórias, promove atravessamentos e aprendizagens para uma consciência do real e seus efeitos. Pavimenta-

¹ Disponível em: <https://neofeed.com.br/negocios/no-combo-de-polemicas-do-mcdonalds-o-novo-ingrediente-e-a-discriminacao-racial/>. Acesso em: 08 jun. 2024.

² Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/assedio-sexual-e-nudes-o-lado-sombrio-do-ex-ceo-do-mcdonalds>. Acesso em: 08 jun. 2024.

³ Disponível em: <https://www.otvfoco.com.br/escandalo-mcdonalds-e-envolvido-em-absurdo-com-305-criancas/>. Acesso em: 08 jun. 2024.

⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2014/10/apos-escandalo-da-carne-lucro-do-mcdonalds-cai-30.html>. Acesso em: 08 jun. 2024.

se um caminho para olhar o outro, uma alteridade. Pode-se atribuir esse contexto, também, a uma plataformização da vida.

Considerando aprendizagens, destaque, portanto, o entendimento de dilemas e questões complexas da cadeia de produção alimentícia em grande escala, assim como consciência crítica pela tomada de decisões e responsabilidade. Consequentemente, pessoas jogadoras podem aprender a importância de atender demandas de diferentes grupos de interesse, ao passo que compreendem as práticas injustas na indústria.

Pode haver, na interpretação de um diálogo entre real e virtual, uma consciência crítica estimulada pela criatividade, que adota um viés questionador que se reverbera para esferas sociais, políticas e econômicas. Se conhecer é transformar o mundo, como atesta Paulo Freire (2019), o conhecimento e a educação, nessa perspectiva, atravessam *The McDonald's Videogame* como uma fagulha da relação entre sujeitos mediatizada pelo mundo e o espaço e dinâmicas em que estão inseridos.

THE MCDONALD'S VIDEOGAME COMO PRODUTO CONTRA-HEGEMÔNICO DA ALTERGLOBALIZAÇÃO

O conteúdo do game *The McDonald's Videogame* dialoga, naturalmente, com o fenômeno de alterglobalização. Este, de acordo com Vandana Shiva (2005), professora, ecofeminista e diretora da Fundação de Pesquisas em Ciência, Tecnologia e Ecologia de Nova Déli, é um fenômeno sociopolítico que vai de encontro à uma lógica de globalização neoliberal dominante, em favor de uma globalização pautada em democracia, justiça social e sustentabilidade.

Como o próprio Hobsbawm (2007) atesta, a globalização, em lógica neoliberal, é frequentemente associada à expansão de um capitalismo global, com hegemonia de instituições financeiras e liberalização de mercados. Diante desse movimento, a alterglobalização defende uma pluralidade de objetivos que alberga a proteção dos direitos trabalhistas, a preservação do meio ambiente, a diversidade sociocultural e redução de desigualdades. Uma pauta que vai contrária ao hegemônico serviço direto aos interesses econômicos de grandes corporações e elites políticas. *The McDonald's Videogame*, nesse sentido, pode ser interpretado como um movimento que procura conscientizar, na cultura digital, sobre dinâmicas do capital que muitas vezes parecem ser

invisíveis, propositalmente, que vão contra uma visão crítica e transformadora da globalização.

Como David Harvey (2005) também propõe, a globalização é uma nova forma de colonialismo que despoja os pobres e beneficia os ricos, ao mesmo tempo que para Chomsky (2018) promove a concentração de poder e riqueza nas mãos de poucos, um produto midiático concebido em contexto independente pode agir contra-hegemonicamente como tecnologia alterglobalizante.

Nesse sentido, concebendo os processos de criticidade oriundo das aprendizagens oferecidas por The McDonald's Videogame, destaco uma sensibilização e conscientização, por meio de sátiras, sobre como é preciso e necessário atentar para as questões globais urgentes incentivando a percepção dos sistemas econômicos, políticos e sociais vigentes. Ao mesmo tempo, a experiência, pelas Narrativas de Si, pôde promover engajamento com questões sociais complexas e interconectadas, oferecendo, inclusive, uma criticidade que existe após o momento de game, como no contexto das notícias pesquisadas e seus resultados enquanto reformulações de juízos. Por fim, também, o título pode acabar agindo como força-motriz de um ativismo, ou ciberativismo, pensando o indivíduo como agente de mudança em busca de um mundo mais justo e sustentável, algo impulsionado pela educação tecnológica.

As relações de trabalho e a educação profissional, nesse contexto, como esferas que são tocadas por The McDonald's Videogame também são pontos relevantes e cruciais dessa perspectiva da alterglobalização. Contextualizados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentáveis da Organização das Nações Unidas e a Agenda 2030, destaca-se, primordialmente, essa relação pelo entrelaçar dos ODSs # 4 e #8, respectivamente, Educação de Qualidade e Trabalho Decente e Crescimento Econômico.

Um *game* sobre a rotina de trabalho de uma franquia como McDonald's pode ser uma ferramenta eficaz na educação profissional por algumas razões potentes, desde que mediada por uma intencionalidade pedagógica. O processo de simulação, nesse entrelace, tem lugar privilegiado, pois permite que as pessoas jogadoras experimentem diferentes aspectos da rotina de trabalho, desde receber pedidos e preparar alimentos até interagir com clientes e lidar com situações de atendimento ao cliente. Consequentemente, esse fator pode permitir que pessoas jogadoras se familiarizem com tarefas e procedimentos

que são inerentes a uma cadeia de produção de indústria alimentícia, com visão global e macro da área em que atuam. Nas mecânicas estruturantes de feedback instantâneo, outro ponto relevante, é que o game pode destacar áreas de força e oportunidades de melhoria não apenas para o progresso narrativo, mas também para o sucesso no trabalho, embora seja preciso balancear preceitos morais e de responsabilidade social de acordo com as dinâmicas de The McDonald's Videogame.

Isso permite que as pessoas jogadoras aprendam com seus erros e aprimorem suas habilidades de forma progressiva, conduzindo, portanto, uma aprendizagem autodirigida, focada em protagonismo, com a liberdade interacional de explorar o jogo em um ritmo próprio, experimentando diferentes abordagens para resolver desafios. Isso pode promover, intrinsecamente, a um protagonismo e autonomia, habilidades essenciais para o sucesso no ambiente de trabalho. Outra possibilidade interessante seria a própria interação como engajamento, visto que pelos processos de imersão e experiência, mesmo que não ativamente, torna-se possível transformar a aprendizagem em uma experiência interativa e envolvente, com o *game* motivando o envolvimento com o conteúdo crítico.

Portanto, no geral, um *game* sobre a rotina de trabalho do McDonald's pode complementar, pela educação tecnológica de uma cultura digital, trazer nuances e perspectivas para a educação profissional, preparando os indivíduos não apenas para um mundo de trabalho de nicho de forma prática, interativa e acessível, mas com criticidade, consciência e leituras de mundo potentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É preciso ter criticidade para não tratar os *games* enquanto uma tecnologia deificada, como se fossem a última fronteira tecnológica e objetos/artefatos que vão resolver todos os problemas da educação.

Por isso, é preciso apontar, também, que essas medidas positivas de The McDonald's Videogame destacadas nos tópicos anteriores nem sempre estarão claras ou funcionarão como um processo imersivo em larga escala, afinal, esse fenômeno não se trata de uma “receita de bolo” e sim algo que atravessa o saldo do vivido de indivíduos por seus processos formativos.

Nesse sentido, é preciso destacar que sem uma intencionalidade pedagógica, o *game* e suas questões podem cair em um contexto de simplificação de questões complexas e multidimensionais da alterglobalização, assim como podem levar a uma generalização por uma compreensão superficial ou distorcida dos problemas. Ao mesmo tempo, é preciso considerar também a limitação de audiência, tanto em termos de acesso quanto propagação, visto que os games independentes, justamente por irem geralmente contra a lógica hegemônica, não costumam deter o mesmo alcance quando comparados aos jogos comerciais da contemporaneidade, o que pode, de fato, restringir impactos e influências na formação de opinião pública e comportamento social.

Diante essa produção científica, foi conduzida através das Narrativas de Si um levantamento teórico-reflexivo das percepções acerca do game The McDonald's Videogame, destacando, brevemente, uma investigação de como panoramas de educação tecnológica pela imersão e experiência, considerando nuances de conscientização, criticidades e leituras de mundo por meio de suas aprendizagens ofertadas podem ser estruturadas.

No intento de atingir esse objetivo geral, os objetivos específicos de descrever o artefato, suas mecânicas, funcionalidades e potencialidades se entrelaçaram com o caminho de evidenciar possibilidades de imersão e experiência pelo contato e interação.

Por fim, este estudo explorou o potencial do The McDonald's Videogame como uma ferramenta para promover reflexões críticas e conscientização sobre questões relacionadas à globalização através da alterglobalização, cadeias produtivas de fast-food e seus impactos no meio ambiente. A investigação revelou que a imersão neste jogo pode estimular uma leitura de mundo contra-hegemônica, produzindo percepções a partir de aprendizagens sobre realidades muitas vezes obscurecidas no cotidiano. Por meio das Narrativas de Si no contato com o *game*, foi possível desvelar aspectos inquietantes da indústria alimentar, incentivando uma reflexão mais profunda sobre suas implicações socioambientais. Dessa forma, concluímos que o The McDonald's Videogame não apenas proporciona entretenimento, mas também serve como uma plataforma para tornar visíveis as entrelinhas agressivas do nosso contexto contemporâneo, destacando a importância do engajamento crítico e da conscientização na era digital, na cultura digital e na educação tecnológica.

REFERÊNCIAS

- CHOMSKY, Noam. **O lucro ou as pessoas?** Neoliberalismo e ordem global. São Paulo: Bertrand, 2018.
- COSTA, Caio Túlio Olímpio Pereira da. **A experiência sensível na imersão em jogos de videogame.** 2020. 175 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2024.
- DEWEY, John. **Como pensamos:** como se relaciona o pensamento reflexivo com o processo educativo - uma reexposição. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1959.
- DEWEY, John. **Arte como Experiência.** São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- ESPM; SIOUX; BLEND. **Pesquisa Game Brasil 2024.** São Paulo: PGB 2024, 2024.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2019.
- HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço.** São Paulo: Annablume, 2005.
- HOBBSBAWM, Eric. **Globalização, democracia e terrorismo.** São Paulo: Cia. das Letras, 2007.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MATURANA, H. R.; VARELA, F. J. **A árvore do conhecimento.** São Paulo: Palas Athena, 2001.
- MOLLEINDUSTRIA. **Portal Molleindustria** [online], 2006. Disponível em: <https://www.molleindustria.org/>. Acesso em: 10 abr. 2024.
- MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck:** O future da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Unesp Editora, 2003.
- ONU Brasil. Organização das Nações Unidas do Brasil. **A Agenda 2030.** Disponível em: nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030. Acesso em: 10 abr. 2024.
- RUFFINO, Paolo. **Future Gaming:** creative intervetsions in video game culture. New York: Goldmisths Press, 2018.
- SANTAELLA, L. **Games e Comunidades virtuais.** Catálogo da exposição hiPer>relações eletro//digitais. Porto Alegre: Instituto Sergio Motta, Santander Cultural, 2004.
- SHIVA, Vandana. **Earth Democracy:** justice, sustainability, and peace. New York: South End Press: 2005.

SANTOS, S. M. A. O método da autoetnografia na pesquisa sociológica: atores, perspectivas e desafios. **Plural**, vol. 24, n. 1, 2017.

WENZEL, Camila. LORENA FILHO, Dimas Tadeu de. Os jogos eletrônicos como plataforma para o ciberativismo: estudo de caso do McDonald's Videogame. **Cadernos de Semiótica Aplicada**, vol. 4, n. 2, 2006.

Submetido em 11/06/2024.

Aprovado em 24/10/2024.