

**UNIP – UNIVERSIDADE PAULISTA**

**Rony Candeli**

**SOCIAL IMPACT GAMES: Podem os jogos com foco humanitário terem  
possibilidades de impactos sociais**

**São Paulo**

**2016**

**RONY CANDELI**

**SOCIAL IMPACT GAMES - SIG: Podem os jogos com foco humanitário terem possibilidades de impactos sociais**

Monografia apresentada à UNIP – Universidade Paulista, com objetivo de obtenção de título de especialista, no curso da pós-graduação “lato sensu” em MBA em Desenvolvimento de Software Web, sob a orientação do Professor Ronald Stevis Cassiolato.

**São Paulo**

**2016**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus, a minha mãe, irmã, família, a Profa. Dra. Ylara Hellmeister Pedrosa, aos pesquisadores do TED, Social Good Brasil, ao Games for Change, a todos interessados no “Game Insight Care” e a todos que queiram melhorar a si mesmos para transformar o mundo.

## DEDICATÓRIA

Dedico a Sathya Sai Baba como Educador e Mestre em Valores Humanos, a Jane McGonigal por ter se empenhado em trazer o conceito de games para transformação de virtudes humanas.

## EPIGRAFE

"A vida é uma canção, canta-a. A vida é um jogo, joga-o. A vida é um desafio, enfrenta-o. A vida é um sonho, têm consciência dele. A vida é um sacrifício, oferece-o. A vida é amor, vive-o."

(Sathya Sai Baba)

## RESUMO

Este trabalho tem como tema o estudo sobre “Games para Conscientização Social”, a pesquisa com conceitos e definições, que dizem a respeito de possibilidades de impactos sociais com apoio de jogos, trata de jogos com o foco em problemas sociais. Ao traçar um planejamento, procurou-se abranger os conceitos de problemas sociais, teorias de games para um bem social, e possibilidades de games para amenizar os problemas sociais, com inclusão de possíveis ações de impactos no âmbito individual ao colaborativo. As relações adaptativas de jogos com argumentos e suas características éticas, humanitárias, são validações teóricas para esta pesquisa do Social Impact Games - SIG. Seja de caráter institucional, de entretenimento, marketing, ou motivacional com possibilidades de altruísmo, a pesquisa destes tipos de jogos incluem, simulações virtuais e dinâmicas de grupo reais condizentes com o âmbito social. Os jogadores em tempo de jogo podem ter possíveis papéis altruístas. A relação prática do estudo, procura comparar casos de SIG, inclui vínculos empreendedores com o uso do SIG, seja para criar, planejar, gerenciar e executar projetos através de inovações tecnológicas e mídias sociais. Ao ter dinâmicas interativas de entidades que mantem o jogo, pontes entre as campanhas de ONGs, que mantem serviços humanitários em comunidades adotadas, e os jogadores como pessoas que se colocam a disposição altruísta de oferecer sua energia, tempo e ativismo.

Palavras Chaves: Social Impact Games. Problemas Sociais. Planejamento de jogos. Tecnologia de jogos. Projetos Sociais. Comunidades Carentes. Ética. Valores Humanos.

## ABSTRACT

This work has as its theme the study of "Games for Social Awareness", the research concepts and definitions that says about the social impacts possibilities with gaming support, deal games with a focus on social problems. Mapping out a plan, sought to comprehend the concepts of social problems, game theories to a social good, and game possibilities to lessen the social problems, with inclusion of possible actions of impacts at the individual level to the collaborative. The adaptive relations games with arguments and their ethical, humanitarian characteristics, are theoretical validations for this research Social Impact Games - SIG. Either institutional character, entertainment, marketing, or motivational altruism possibilities, the research of this types of games includes, virtual and dynamic simulations of real group consistent with the social context. The players in playing time may have altruistic possible roles. The practice relation of the study, seeks to compare cases of SIG, includes links entrepreneurs with the use of SIG, be it for to create, plan, manage and execute projects through technological innovations and social media. By having interactive dynamic entities that keep the game, bridges between NGOs, campaigns keeping humanitarian services in communities adopted, and players as people who put the altruistic goodwill to offer their time, energy and activism.

Keywords: Social Impact Games. Social Problems. Games planning. Gaming Technology. Social Projects. Needy Communities. Ethic. Humans Values.

## SUMÁRIO

Introdução.....	1
CAPÍTULO 1 – O DESAFIO DE JOGOS AO EXPOR PROBLEMAS SOCIAIS E A REVISÃO DA LITERATURA DOS SOCIAL IMPACT GAMES .....	6
1.1. Objetivos, delimitação e importância do estudo .....	6
1.2. Justificativa .....	7
1.3. Conceitos e definições .....	8
1.3.1. Conceitos dos Problemas Sociais.....	8
1.3.1.1. O que é um problema social e quais são suas interpretações .....	9
1.3.2. Conceitos de Jogos .....	15
1.3.2.1. O que define jogo? .....	15
1.3.2.2. Gamificação.....	18
1.3.2.2.1. Contextos de gamificação .....	19
1.3.2.2.2. Gamificação para “Ações de Bondade Sociais” – Social Good.....	21
1.3.2.3. Jogos Persuasivos .....	22
1.3.2.4. Desenvolvimento e tecnologia de jogos eletrônicos.....	24
1.3.3. Teorias sociais com jogos um prelúdio ao SIG .....	25
1.3.4. Teoria das Necessidades de Maslow.....	26
1.3.4.1. Objetivos do Milênio e a pirâmide de Maslow como referências para o Game UCAN .....	27
1.3.4.2. The Sims e a Pirâmide de Maslow.....	29
1.3.4.3. Necessidades no The Sims .....	29
1.3.5. Inteligência Coletiva.....	32
1.3.5.1. Informação social para o bem humanitário – SOCIAL GOOD.....	33
1.3.5.2. I Love Bees - Relação com conceitos de games colaborativos.....	33
1.3.5.3. GOOGLE INGRESS – Abordagem Coletiva com tema Humanitário.....	35
1.4. Teoria sobre as possibilidades de jogos impactarem o mundo .....	36
1.5. Psicologia Positiva, fluxo e “ <i>Fiero</i> ” .....	38
1.5.1. Super-Better .....	40
1.6. Conceitos de Social Impact Games - SIG .....	41
1.6.1. Ajudar ou Guiar outros jogadores em games .....	43
1.6.1.1. World of Warcraft com ajuda humanitária - IRL .....	44
1.6.1.1.1. World of Warcraft - Adote animais de estimação virtual.....	45
1.6.1.2. Humanitarian Game.....	46



1.6.1.2.1.	Humanitarian Game - Explicação do Game.....	47
1.6.1.2.2.	Lançamento do Humanitarian Game .....	49
1.6.1.2.3.	Humanitarian Games - Desafio do filme: Rape or Regret? A Jury's Dilemma	49
1.6.1.3.	Resolução em ajudar ou guiar outros jogadores em games .....	50
1.6.2.	Pensar sobre moralidade ou assuntos éticos no SIG.....	51
1.6.2.1.	Food Force .....	52
1.6.2.2.	Aspecto com Drogas no game Infamous Second Son .....	53
1.6.2.3.	Social Express.....	55
1.6.2.4.	Games com Empatia .....	58
1.6.2.5.	Resolução do pensar sobre moralidade ou assuntos éticos no SIG .....	59
1.6.3.	Aprender sobre problemas na sociedade com games .....	60
1.6.3.1.	Game Homeless - IBeg .....	60
1.6.3.2.	Beyond two Souls .....	61
1.6.4.	Aprender sobre questões sociais .....	64
1.6.4.1.	Campanhas com relação a Fatos reais.....	64
1.6.4.2.	Darfur is Dying.....	65
1.6.4.3.	Série Emergency .....	66
1.6.4.3.1.	Trechos da Entrevista com Ralph Stock.....	66
1.6.4.4.	SimCity Edu: Pollution Challenge! .....	69
1.6.4.5.	Executive Command – Game para aprendizagem Política .....	70
1.6.4.6.	Resolução sobre as questões sociais .....	72
1.6.5.	Conclusão das chaves.....	72
1.7.	SIG em relação aos games brasileiros.....	73
1.7.1.	Conecta .....	73
1.7.2.	Subindo na Vida .....	74
1.7.3.	Game Oasis.....	76
1.7.3.1.	Manual do Game Oasis .....	77
1.7.3.2.	Passo-a-Passo Game Oasis.....	77
1.7.4.	SIG e Eventos Games for Change Brasil .....	79
1.7.5.	Considerações do SIG para o Brasil .....	80
1.8.	Modelos de Tipos de Impacto .....	81
1.9.	Consideração dos conceitos .....	84
1.10.	Questões e/ou hipóteses .....	84
1.10.1.	Hipóteses para os fatores comportamentais e motivacionais que possam levar a intenção de jogar Social Impact Games? .....	85

1.10.1.1. Hipótese 1 – Atitude Positiva .....	85
1.10.1.2. Hipótese 2 – Influências Perceptíveis .....	86
1.10.1.3. Hipótese 3 – Controle Comportamental .....	87
1.10.1.4. Hipótese 4 – Motivação intrínseca .....	87
1.10.1.5. Hipótese 5 – Utilidade Percebida .....	88
1.10.1.6. Hipótese 6 – Causa de envolvimento: as causas e predisposições de consumo para doações .....	90
1.10.1.7. Hipótese 7 – Satisfação Moral .....	91
1.10.1.8. Hipótese 8 – Eficácia Percebida .....	91
1.10.1.9. Hipótese 9 – Altruísmo Percebido.....	92
1.10.1.10. Hipótese 10 – Interação Social .....	92
1.10.1.11. Hipótese 11 – Jogos com Causas Sociais.....	94
1.10.1.12. Hipótese 12 – Privacidade Percebida.....	95
1.10.2. Avaliação de Hipóteses .....	97
1.10.3. Resolução das Hipóteses .....	97
1.11. Empreendedorismo no social impact games.....	98
1.12. Definição de Termos:.....	101
1.13. Revisão dos SIG .....	103
1.13.1. Revisão do Objetivo do SIG.....	103
1.13.2. Perguntas e Hipóteses sobre SIG.....	103
1.13.3. Revisão do Conhecimento dos SIG .....	104
1.13.3.1. Revisão da Construção do Conhecimento dos SIG .....	104
Capítulo 2 - A Metodologia da pesquisa.....	108
2.1. Instrumentos.....	109
2.2. Coleta de Dados .....	109
2.3. Tratamento e Análise dos Dados.....	110
2.4. Limitações do Método.....	110
2.5. Considerações da metodologia .....	111
Capítulo 3 – O estudo prático DE SIG.....	112
3.1. A explanação prática do uso de SIG.....	112
3.2. A demonstração. ....	112
3.2.1. Casos de Games Humanitários para Comunidades .....	113
3.2.1.1. Wetopia .....	113
3.2.1.1.2. Wetopia com relação ao Facebook.....	115
3.2.1.2. A Better World - Institucional.....	116

3.2.1.2.2. Jogo “A Better World” .....	117
3.2.1.2.3. Marketing de Causas Sociais – Cause Gaming .....	118
3.2.1.2.4. Campanha Social .....	119
3.2.1.3. Half the Sky .....	121
3.2.1.3.1. Half the Sky – O movimento .....	121
3.2.1.3.2. Half the Sky – Guia do Jogo .....	122
3.2.1.3.3. HalftheSky, (2014). A interface do game Half the Sky .....	123
3.2.1.3.4. Primeiros passos ao jogar Half the Sky.....	124
3.2.1.3.5. Minijogos .....	124
3.2.1.3.6. Progressos e utilidades do game .....	125
3.2.1.3.7. Doações no jogo .....	126
3.2.1.3.8. Half the Sky – Pontos positivos e negativos do Game .....	127
3.3. Comparação entre Wetopia, A Better World, Half the Sky Movement.....	130
3.4. Futuras pesquisas e possibilidades de continuidade do SIG .....	134
3.5. Game Insight Care.....	135
4. Conclusão .....	136
Referências Bibliográficas.....	138

## INTRODUÇÃO

A realização desta pesquisa tem por base o estudo de conceitos de games com possibilidades de impacto social. O estudo procura transmitir um envolvimento e questionamento com relação ao **Social Impact Games - SIG**.

Ao pesquisar um caminho viável a contestação de problemas sociais, e de como os games possam através de sua retórica de comunicar de forma persuasiva, porém com a opção de poder discernir e de oportunidades de criar as próprias conclusões, com interatividade lúdica, educativa, intuitiva, com possibilidades motivacionais, inspiradoras, ética com valores humanos, procura-se abordar jogos virtuais e jogos reais com **contexto de gamificação** que usam a tecnologia a favor de benefícios a indivíduos e a sociedade.

Procura-se ao longo da pesquisa, traçar parâmetros que sejam justificativas para problemas sociais, teorias e conceitos com abordagens práticas. A **metodologia** qualitativa com hipóteses e questionamento sobre o tema servirá como ponto de apoio para análise do caso prático “Half the Sky”. O desenvolvimento se dará com o estudo de casos que têm como foco possibilidades do game ser um meio para amenizar impactos sociais e promover autoajuda, altruísmo, ativismo social e ações humanitárias.

A justificativa para o estudo do tema, possui certa referência à experiência de vida do autor com serviços altruístas, vídeos inspiradores, possibilidades de visualizações de pontes entre os games e sociedade. Fato este que é observado nos casos práticos desta pesquisa.

O problema em questão inicia numa visão “social”, quais dificuldades e qual relação com a sociologia podem ser abordados nos conceitos de problema social. Segundo a pesquisa, será explorado, razões impeditivas para uma harmonia na sociedade, e será base para comentar as características e exemplos do social impact games.

Ao levantar amplos aspectos de hierarquias sociais, etnias, grupos sociais, a pesquisa propõe conceitos de Maslow, que demonstrou através da pirâmide de hierarquia das necessidades, em comparação aos objetivos do milênio possíveis abordagens de jogos, e destaques com relação a inteligência coletiva e a tecnologia social. Fato este, que pode traçar um caminho referencial para abordar o “Social Impact Games”.

Paralelo a tecnologia social, surgem games, com aspectos colaborativos, que utilizam a inteligência coletiva para solucionar diversas questões, seja virtual ou real, com potenciais cívicos capazes de proporcionar experiências mais humanizadas, com foco social, ético e moral, com quatro fatores chaves, vindas da pesquisa do “Potencial Cívico em Games”. A McArthur Foundation relata baseado em 2007 - “Pew Study” que as experiências cívicas em games, podem depender de fatores sociais promovidos pelas características do jogo, estes **fatores sociais** são considerados como “**chaves**”.

As chaves podem misturar-se com possibilidade de existência de mais de um fator em cada caso explorado, por sua similaridade. Procura-se identificar as características marcantes e específicas de cada chave, com possibilidades de inclusão de novos jogos pesquisados neste documento, para atualização e identificação acurada com a teoria e características que envolve cada chave:

**Ajudar ou guiar outros jogadores em games**, contêm características de liderança, troca de talentos, possibilita aos jogadores que estão numa plataforma multijogador auxílio entre eles, auxilia na realização de ajuda aos personagens, como abordagem de aprender sobre ajudar os outros, contribui como meio para ações sociais, que auxiliam no mundo real, conhecida como “Humanitarismo Digital”, que podem ser adotadas em campanhas humanitárias, o que viabiliza através de conexões com mídias sociais dos jogadores uma melhor visibilidade para: campanhas, ONGs e seus projetos, além dos games possibilitarem que o próprio jogador possa auxiliar diretamente através de ações de serviço altruístas para prosseguir nas missões do jogo.

**Pensar sobre moralidade ou assuntos éticos** no social impact games, introduz o uso dissertativo no jogo para escolha do jogador, que irá através de seu discernimento e experiência abordar de maneira interativa a tarefa solicitada, com o tema que utiliza conceitos éticos e morais, num ambiente controlado, para passar a informação sobre diversos problemas sociais como violência e drogas, ou com sociabilidade, que promove melhoras na comunicação e expressão social.

**Aprender sobre problemas na sociedade** é a chave que pretende abordar a realidade de maneira interativa para o jogador que procura neste jogo, maneiras de

sobreviver, de ter resoluções de problemas e pode estar relacionado a campanhas com promoção em defesa de fatos reais. Jogos com esta chave, tendem a mostrar a realidade simulada de problemas na sociedade, segundo uma possibilidade de visão de personagens e (ou) ambiente do jogo. Passam a ideia de exclusão social, atos de ajuda ao próximo, com valores éticos e humanitários.

**Aprender sobre questões sociais**, promove ações humanitárias em ampla escala ou escala global, com o uso autêntico do problema. Esta chave destaca mostrar os problemas e questões sociais, com foco em simulações da realidade, pode usar campanhas baseadas em fatos reais, promovem autenticidade num tema abordado, caracteriza por aprofundar num fato real escolhido. As campanhas são com um foco mais realista segundo o que, grupos sociais, ONGs, empresas, ou entidades governamentais escolherem como assunto. Pode revelar de maneira educacional, o que for revisado em seu conteúdo, podem expor exemplos fictícios para facilitar o acesso aos métodos e funções abordadas dentro de uma campanha social. Os usos de simulações, são exemplificados para o funcionamento sistemático entre as diferentes áreas na sociedade, sejam elas: saúde, segurança, política, educação e valores éticos demonstrados num ambiente civil, incluem possibilidades para aprendizagem dos direitos humanos, processos e instituições que são parte do Estado e das sociedades civis e estes dentro de sistemas nacionais. Os conjuntos e fatores nos jogos com características para esta chave podem contemplar a sociedade e seu funcionamento.

As diversificações entre as chaves e as inúmeras maneiras de transmitir seu conhecimento com criatividade nos jogos, integrando tecnologias em games com aspectos interativos, por uma interface visual lúdica, colaborativa, utiliza a conectividade digital para múltiplas funções sociais, integrada ou não com as mídias sociais. O conteúdo social nos jogos são parte da definição do Social Impact Games – SIG. Conteúdos estes citados num nível de compreensão de autoajuda, auxílio ao próximo ou a um grupo, ao um amplo aspecto de vilas, comunidades e a sociedade, e várias causas sociais inclusas nestes níveis.

Ao relacionar as definições de SIG com pesquisas e desenvolvimento de jogos no Brasil que condizem com o termo, pode-se exemplificar jogos, ações sociais e eventos ocorridos em território brasileiro.

Os jogos podem contemplar temas urbanos de cidadania, empreendedorismo, relacionado a atos sociais, focados num ideal partilhado entre os jogadores e a comunidade adotada. Alguns exemplos também podem ser contemplados em eventos ocorridos no Brasil, estes com possibilidades de serem adotados em instituições de ensino. O conceito de jogos de teoria a prática pode ser explorado, com a publicação de um livro que combina a história dos jogos com relação a evolução dos jogos e sociedade, baseado em fatos de maneira lúdica, com possibilidades de auxiliar no aprendizado.

A partir do conceito, teorias e fatos abordados, um esclarecimento geral do tema pode ter início com relação a uma revisão de conteúdo sobre o SIG, a relação de foco nos problemas ou fatos sociais, com cenários reais ou fictícios, e vários meios criativos de transmitir a mensagem, com o uso da tecnologia, de métodos que oferecem ampla abertura para utilização do público.

Os jogos, podem ser objeto de estudo, ao questionar com relação as características, funções e métodos que são abordados no contexto do SIG.

A relação de propostas apresentadas na teoria pode ser validada por pesquisa sobre o tema e criação de hipóteses. As hipóteses para jogos, podem esclarecer vários fatores motivacionais e comportamentais, que podem dar a intenção de se interessar num SIG. A pesquisa inclui hipóteses de interesses intrínseco e extrínsecos na aprendizagem do conteúdo, usabilidade, entretenimento, possibilidades de participação patrocinada por empresas ou não num projeto por ONG, níveis de confiança e vínculos com games que assumem causas sociais que possam gerar assiduidades por parte do jogador como maior tempo no jogo e envolvimento com doações. Em termos gerais procura-se a eficácia, satisfação-moral, e fatos que afetam positivamente a experiência do jogador com um SIG e o jogo "Half the Sky".

O desenvolvimento abrange três casos práticos, incluindo o jogo comentado na metodologia, com artigos que pesquisaram a história por trás dos jogos, sua descrição conceitual, a interatividade, ambiente, personagens, elementos da interface, (como menus e itens) de cada jogo. Além de destacar desde o projeto até a organização de sua parte funcional, a administração e estratégia, com processo entre as instituições até a doação para comunidades carentes. O desenvolvimento aborda de modo prático como SIG pode ter possibilidades de impactar humanistamente uma comunidade com

diversas carências através de jogos.



# CAPÍTULO 1 – O DESAFIO DE JOGOS AO EXPOR PROBLEMAS SOCIAIS E A REVISÃO DA LITERATURA DOS SOCIAL IMPACT GAMES

## 1.1. Objetivos, delimitação e importância do estudo

A pesquisa para determinar os conceitos e suas abordagens no tema descrito, utiliza uma linha de raciocínio lógico, das teorias ao estudo de caso, pretende apresentar um planejamento adequado de conceitos a prática em torno do Social Impact Games e suas atribuições.

As análises sociais poderão ser o ponto de partida para esta pesquisa, o próximo passo são as várias interpretações que definem o que é um jogo para referências e análises ao citar os jogos com possibilidades de impacto social.

Figura 1 - Plano de Conceitos do SIG



Fonte: Elaborada por autor.

O plano de conceitos exposta na figura 1, ilustra de forma simples a trajetória de uma possibilidade de interpretação dos jogos de impacto social ou “Social Impact Games” – SIG, como será explicado após breves conceitos de jogos e sua tecnologia. O que pode-se levar em consideração ao se falar de jogos e quais são as características do SIG com relação a problemas sociais, é a teoria que investiga e auxilia a discernir a possibilidade do que fazer, e como através de jogos é possível visualizar de maneira interativa um problema social. O próximo passo, será definir o que é um jogo.

A inclusão de problemas sociais, antes de se tratar da metodologia e da tecnologia utilizada em games, deve-se ao fato de conhecer o que representa este problema, quais são as características, e quais são as necessidades e viabilidades para uma interação consciente, de forma que auxilie nas teorias que fazem referência ao social.

Antes de tratar da metodologia e da tecnologia, deve-se examinar o que se entende por problemas sociais, quais são suas características, sua dimensão, bem como a possibilidade de uma intervenção.

Numa pesquisa voltada a jogos, seria lógico tratar da metodologia, bem como da tecnologia utilizada neles. Entretanto, a questão social a antecipa, na medida em que os jogos representam – como lembra Huizinga em *Homo Ludens* – um aspecto essencial do ser humano e, como não poderia deixar de ser, a sociabilidade. Os jogos são um modo de interação social, além de poderem ser utilizados como aprendizado (função intelectual).

O **objetivo** é abordar o Social Impact Games, com caráter Social/Humanitário em diversas abordagens de games com possibilidades de ações sociais e sociomotivacionais.

Ao verificar que existe a possibilidade de expor problemas sociais de maneira interativa com jogos, e que esta ação, (por comprovação de artigos citados), pode promover por meios educativos, motivacionais, de ativismo, a possibilidade de explorar fatores e relações que possam amenizar os problemas sociais. Os fatos podem delimitar a importância para este estudo, bem como sua utilização em projetos que podem envolver semelhanças com a teoria de jogos voltados para o social.

## **1.2. Justificativa**

A justificativa da pesquisa deve-se a vários fatores como experiências do autor com serviços altruístas e valores humanos, abordagem social coletiva junto com a tecnologia e neste caso, vídeo games como ferramenta tecnológica de possível impacto social.

A referência do autor ter uma experiência voltada para serviço voluntário, no caso com ajuda a moradores de rua, participações em comunidades carentes, literatura e aprendizado dos valores humanos, segundo a metodologia do programa de educação

pela instituição sem fins lucrativos do educador conhecido como Sathya Sai Baba, possibilitaram uma visão humana. Ou seja, o autor ficou envolvido em atividades de serviço comunitário, e viu possibilidades de encontrar soluções com as dinâmicas de serviço proporcionadas durante sua infância e adolescência, além de ver vídeos realizados no TED – “Technology, Entertainment and Design” ou “Tecnologia Entretenimento e Projeto”. Estes vídeos são segundo a descrição da página “nossa missão”, procurar acolher pensamentos e inspirações que se transformam num centro de conhecimento para espalhar ideias e para mudar atitudes, vidas e até o mundo. Acessível a todos que entram para visualizar seu conteúdo. TED, (2014). Como exemplo o vídeo da Phd Jane McGonigal, sobre jogos que podem transformar o mundo que será discutido mais adiante.

### **1.3. Conceitos e definições**

O plano de conceitos para explorar a utilização de jogos e sua adaptabilidade ao se tratar de conceitos sociais, inicia com pesquisas sobre a associação de aspectos de problemas sociais, definições de jogos e as possibilidades de impacto social.

#### **1.3.1. Conceitos dos Problemas Sociais**

Ao procurar uma definição, e assim consultar um dicionário online, (Infopédia, 2016), para especificar o tema, pode-se constatar, que os fatores que determinam a avaliação moral e ideológica de problemas sociais são expostos por grupos com a sua formação social e a época histórica, que ao se depararem com certos fenômenos, situações ou condições, que não funcionam de maneira correta dentro de um sistema, são definidos como problemas sociais.

As condições para que exista este fenômeno são: em primeiro a ocorrência de transformações na sociedade que afetem a vida de indivíduos, em segundo, seja visto ou sentido como “problema” por parte da população, e que possua identificação de uma situação e/ou dentro categorias sociais, em terceiro que peritos competentes reconheçam e definam oficialmente como problema.

Um problema social é o resultado de lutas simbólicas da sociedade, que é pressuposto por grupos de diversos poderes, ligados a sistemas ideológicos. Difere ao se tratar de problemas sociológicos ao questionar o processo de interação social, o que interessa

ao sociólogo é, fundamentalmente, o modo como um fenómeno passa a ser interpretado como problema social e não tanto o problema social em si. Cita Berger:

"O problema sociológico não é o crime, mas a lei; não é o divórcio, mas o casamento; não é a discriminação racial, mas a estratificação com base em critérios de raça; não é a revolução, mas sim haver governo".

O artigo expõe fatos e consentimento de um grupo de indivíduos que ao se depararem com divergências sociais dentro de um sistema com ideologias, passam a tratar como problemas sociais. Aos cuidados de um sociólogo, o estudo que analisa a antecipação do problema social, é um problema sociológico.

#### **1.3.1.1. O que é um problema social e quais são suas interpretações**

Ao explorar o que é um problema social, pode-se fazer referência ao livro “Problemas Sociais – Uma análise sociológica da atualidade”, que em sua extensa pesquisa revela num formato acadêmico, quais são as abordagens e metodologias para explorar este assunto. A seguir serão enfatizados alguns tópicos básicos, para definição e argumentos deste tema.

Problemas sociais: são definidos por critérios objetivos e subjetivos que variam em cada sociedade, entre indivíduos e grupos ao longo de períodos históricos.

O problema social, pode ser interpretado por elementos da estrutura social e cultural, por uso da imaginação sociológica, perspectivas teóricas, como a teoria de conflitos para problemas sociais e perspectivas do interacionalismo-simbólico para os problemas sociais.

Os elementos de problemas sociais podem ser objetivos se relacionados com as condições sociais, que engloba a experiência de vida, a mídia e educação. Difere de elemento subjetivo que é relacionado com a crença de condições sociais prejudiciais à sociedade ou parte dela. A existência de condições sociais como crime, vício em drogas, pobreza, racismo e violência, não as torna problemas sociais, porém parte da sociedade acredita que reduz a qualidade de vida. Ao combinar os elementos objetivos e subjetivos surge a definição:

**Problema social** é uma condição social considerada alarmante por alguns segmentos

da sociedade e, portanto, deve ser mudada, para não prejudicar a sociedade como um todo.

Segundo o trecho, o que pode revelar os problemas são as interpretações de parte da sociedade, que ao ter absorvido por experiências nos assuntos julgados, podem tirar conclusões de que tal condição é um problema social.

Por não ter definição absoluta as variações para problemas sociais ocorrem por época, e indivíduos que discordam de tal decisão, o que pode auxiliar é a visão ampla da situação, como o exemplo o artigo sugere ver a estrutura e a cultura social numa mesma moeda, o que pode ocorrer numa melhor interpretação das causas dos problemas sociais.

**O elemento de estrutura social**, refere-se:

**Instituições:** são padrões duradouros para as relações sociais, como família, religião, política, entre outros, que podem ter problemas caso seja inadequado a relação social como o tratamento dado a pessoas na educação, ou problemas na estrutura da instituição econômica.

**Grupos sociais:** duas ou mais pessoas que constituem as instituições, são informais caso seja um grupo primário, ou mais formais e em maior número, nomeados de grupos secundários.

**Status:** posição de uma pessoa ocupada no grupo social, constitui o status atribuído ao fato que a sociedade atribui e que não há possibilidades de controle, como idade – jovem ou adulto, difere de status adquirido quando há controle, como graduado, e o status principal é o status que mais se adequa a identidade social, o artigo sugere a profissão como mais tradicional nos Estados Unidos como exemplo.

**Papéis sociais:** são direitos e obrigações dos status que uma pessoa possui, como a enfermeira que interage com médico e paciente.

A ação da estrutura social em teoria, pode auxiliar um desempenho sustentável, pode manter a sociedade funcional e conservar as diversas possibilidades das pessoas especializarem cada vez mais e contribuir com o uso correto de seus papéis, para melhorar os grupos e suas instituições/organizações que compõem o sistema social.

**Elementos da cultura social**, refere-se:

**Crenças:** explicações consideradas como verdadeiras por indivíduos e grupos, influenciam na interpretação e decisão de um problema e condição social existente.

**Valores:** são acordos sociais que visam o discernimento do que é certo ou errado, desempenha um importante papel na interpretação e desenvolvimento de uma condição social em harmonia ou com problemas.

**Normas e sanções:** as normas são regras comportamentais definidas socialmente e sua utilização deriva em relação ao comportamento das outras pessoas. As normas existentes podem dizer em relação aos costumes, leis e moral.

Os **Costumes** podem ser em relação ao hábito e modo de viver em sociedade, um exemplo é cumprimentar ou agradecer alguém por costume. Leis são normas formalizadas e apoiadas.

A **Leis** inclui normas formalizadas por autoridades políticas. O exemplo do artigo comenta uma mulher muçulmana ser obrigada a tirar o véu sem consentimento dela para fotografia da carteira habilitação nos Estados Unidos e perder a ação. O fato deste acontecimento pode ser interpretável numa “visão geral”, como uma disputa entre a mulher muçulmana e as regras de trânsito do país citado.

**Moral** são as normas com preceitos socialmente estabelecidos pela sociedade ou grupo social, como exemplo jogar lixo no chão pode violar a lei por comportamento imoral do cidadão. São normas fundamentais para um convívio social.

A violação de normas são as **sanções negativas** como prisões e quando somos recompensados é utilizado **sanções positivas** como ser elogiado ou receber um prêmio.

Os **símbolos** representam algo, seja na linguagem, gestos e objetos, como bandeiras podem representar patriotismo, um símbolo pode ser interpretável e representar mais do que uma coisa em seu grupo.

Os elementos de **estrutura e cultura social** discutem o papel da criação, manutenção e responsabilidade de vários problemas sociais.

A consciência gerada por o estudo dos elementos sociais é chamada de imaginação sociológica, que usa o discernimento na separação de problemas privados como uma pessoa desempregada ou questões públicas ao se falar em vários desempregados.

Pode-se gerar diversas perspectivas de teorias sociais. As perspectivas são interpretadas como maneiras de olhar o mundo. A teoria é considerada como princípios criados para resolver uma questão ou fenômeno específico. As teorias sociais auxiliam a explicar e prever o mundo social. Os tipos de perspectivas contempladas por sociólogos são: perspectivas estrutural-funcionalista, perspectiva do conflito e perspectiva internacionalista simbólica.

A **perspectiva estrutural-funcionalista**: é composto por partes interconectadas que trabalham juntas e em harmonia, mantêm o estado de equilíbrio e equilíbrio social, como exemplo o artigo cita que a família socializa as crianças, a escola transmite habilidades e conhecimentos e cultura aos jovens, a política exerce um meio de governar os membros da sociedade, a economia desenvolve meios de produção, distribuição, consumo de mercadorias e serviços, e a religião usa um guia moral e adoração a uma força maior. Ao enfatizar a interconexão da sociedade, identifica-se a influência nas pessoas dada por grupos mencionados na sociedade. A ocorrência de estabilidade é dita quando pessoas funcionais atuam, e quando se rompe a estabilidade como exemplo os diversos crimes, são chamados de disfuncionais. A estrutura-funcionalista possui duas funções: **manifestas** quando conhecidas, como uma escola transmitir educação, e **latentes** quando estão escondidas como reconhecer habilidades e potencialidades das pessoas.

Nesta perspectiva ao se tratar de problemas sociais a duas teorias:

A **patologia social**: é o estudo das doenças na sociedade são por falta de condições sociais, ou seja, por não receber ou valorizar a educação nos grupos sociais ocorrem certos problemas. Receber educação moral, regras de socialização que por meio da família, escolas, igrejas, ambiente de trabalho e mídia possam ser acessíveis, então os aprendizados que valorizam a ética como a honestidade e normas de conduta possam se estabelecer entre os membros da sociedade.

A **desorganização social**: segundo o artigo ocorre por ausência de normas. O exemplo cita que pode ocorrer violências, uso de drogas e desvios comportamentais caso haja um enfraquecimento ou conflito entre as normas.

A perspectiva estrutural-funcionalista trabalha com as instituições e grupos da sociedade num esquema colaborativo. Quando há distúrbios no sistema social, é verificada a opção de tratamento ou sanção dependendo do caso. Cada grupo

desenvolve funções que complementam as necessidades dos outros, cooperativamente para criar uma sociedade sustentável.

A **perspectiva do conflito** vê os grupos competindo por poder e recursos. Karl Marx representa esta perspectiva, ao sugerir a divisão de classes entre burgueses que possuem mais riqueza que os trabalhadores. As duas teorias para esta perspectiva são:

As **teorias marxistas de conflito**: expressam a desigualdade de classe, ricos e pobres, ou alienações, como impotência e falta de sentido na vida de pessoas quando tem pouco poder e controle do trabalho realizado. A alienação pode ocorrer na educação caso haja dúvida de uso prático da aquisição do conhecimento obtido. Marxistas acreditam na inexistência de classes para que não haja desigualdades.

As **teorias não marxistas de conflito**: segundo Ralf Dahrendorf, baseiam em grupos com diferenças de valores e interesses. As interpretações, como a forma de expressão de diferentes óticas do mesmo assunto, por exemplo: democrata versus republicanos ou ambientalistas versus industriais causam problemas sociais. Ao verificar possibilidades para resolução de conflitos, pode-se averiguar o entendimento do ponto de vista, com uso de mediações entre os grupos.

A perspectiva **interacionista-simbólica**: enquanto as perspectivas estrutural-funcionalista e de conflitos preocupam-se com a visão macrossociológica, a interacionista-simbólica utiliza a microssociologia, ou seja, a dinâmica-social e psicologia de indivíduos e pequenos grupos. Para o sociólogo W.I. Thomas (1931/966) o que aceita-se como definição, tornam-se reais. Para Cooley uma outra face da perspectiva é a aceitação de como os outros nos veem, podem esclarecer como nós somos, chamado de "looking-glass-self".

Os cientistas sociais aplicam a pesquisa do sociólogo Max Weber, que orienta que para entender os comportamentos individuais e sociais, precisa-se entender outras realidades, aspectos subjetivos da experiência individual, os símbolos, os valores, as atitudes e crenças.

A condição da definição ou conhecimento do problema social nesta perspectiva pode ocorrer em três teorias:

**Estágios de Blumer**: Hebert Blumer (1971), diz que existem estágios para



desenvolver um problema social. O primeiro é o reconhecimento social, que é quando surge, o segundo é legitimação social, quando é reconhecido por uma grande parte da sociedade, terceiro passo é a mobilização para ação, quando indivíduos de um grupo se reagem perante o problema, o que pode levar a um desenvolvimento e implementação de um plano oficial para lidar com o problema, com talvez possíveis sanções mais rígidas.

**Teoria da rotulação:** a condição social ou grupo pode conter rótulos, o que pode prejudicar, no caso se jovens usar “descoladas” para bebidas alcoólicas, podem propiciar mais uso do álcool, ou se alguém disser que usar celular no volante é legal, vão continuar com o uso e potencialmente ser um perigo a outras pessoas.

**Construtivismo social:** condiz com indivíduos que interpretam o mundo a sua volta constroem socialmente a realidade. A sociedade como criação social subjetiva analisa mudanças no significado atribuído a algum problema social, que pode como exemplo influenciar em problemas sociais no cenário de relações sociais, econômicas e políticas. O artigo sugere que mídias, universidades, institutos de pesquisas e agências governamentais são inicialmente responsáveis pela discussão pública dos problemas.

Tabela 1 Comparação de perspectivas teóricas

TABELA 1.2 Comparação de perspectivas teóricas			
	Estrutural-funcionalismo	Teoria do conflito	Interacionismo simbólico
Teóricos representativos	Emile Durkheim, Talcott Parsons, Robert Merton	Karl Marx, Ralf Dahrendorf	George H. Mead, Charles Cooley, Erving Goffman
Sociedade	É um conjunto de partes inter-relacionadas; o consenso cultural existe e leva à ordem social; estado natural da sociedade — equilíbrio e harmonia.	É marcada por lutas pelo poder sobre recursos escassos; as desigualdades resultam em conflito; a mudança social é inevitável; estado natural da sociedade – desequilíbrio.	É uma rede de papéis sociais interligados; a ordem social é construída por meio da interação entre indivíduos, de sentidos compartilhados, compreensão de seu mundo social.
Indivíduos	São socializados pelas instituições sociais; a socialização é o processo pelo qual o controle social é exercido; as pessoas precisam da sociedade e de suas instituições.	As pessoas são inerentemente boas, mas corrompidas pela sociedade e sua estrutura econômica; as instituições são controladas por grupos detentores de poder; “ordem” é parte da ilusão.	Os seres humanos são interpretativos e interativos; estão constantemente mudando conforme seus “seres sociais” emergem e são moldados por circunstâncias em mutação.
Causas dos problemas sociais?	Mudança social rápida; desorganização social que quebra a harmonia e o equilíbrio; socialização inadequada e/ou instituições fracas.	Desigualdade; a dominância de grupos de pessoas sobre outros; opressão e exploração; competição entre grupos.	Diferentes interpretações de papéis; rotulação dos indivíduos, grupos ou comportamentos como desviantes; definição de uma condição objetiva como problema social.
Política social/soluções	Reformar instituições fracas; garantir uma socialização adequada; cultivar uma noção coletiva forte de certo e errado.	Reduzir a competição; criar um sistema equitativo para a distribuição de recursos.	Reduzir o impacto da rotulação e da estigmatização associada a ela; alterar as definições do que seja considerado como problema social.
Críticas	É chamada de “sociologia solar”; apoia a manutenção do <i>status quo</i> ; é preciso perguntar “funcional para quem?”; não lida com questões de poder e conflito; assume incorretamente a existência de um consenso.	Modelo utópico; estados marxistas fracassaram; nega a existência da cooperação e da troca equitativa; não consegue explicar a coesão e a harmonia.	Concentra-se apenas em questões micro; não é capaz de ligá-las aos problemas de nível macro; abordagem muito psicológica; assume que o rótulo amplifica o problema.

Os fatos, e abordagens teóricas para os problemas sociais podem esclarecer e dar uma visão mais realista ao problema, seja por investigação ou apenas por curiosidade, conhecer os problemas sociais possibilitam uma abrangência maior de qual é o foco principal, quais são suas características e quais são as possibilidades de amenizar ou mediante a um empasse. A literatura básica exposta na pesquisa do socialismo abrange meios de investigação, para que as condições sociais possam ser analisadas.

As pesquisas científicas, incluindo sobre o tema de problemas sociais, estão sujeitas a exame crítico de outros pesquisadores, o que orienta o artigo, é a importância ao entender como é feita a pesquisa e usualmente questionar sobre o que ela incita. Os estágios para condução de uma pesquisa são: formulação da pergunta da pesquisa, revisão da literatura, definição de variáveis e formulação de hipóteses. Mooney A. (2016). O método apresentado pode ser mais detalhado no capítulo 2 da metodologia da pesquisa.

### **1.3.2. Conceitos de Jogos**

Os jogos podem ser explorados por diversas fontes de pensamentos, como a filosofia, a ciência e a tecnologia. A gamificação e um SIG implica direta ou indiretamente em aspectos destas teorias que são complementadas por problemas sociais.

#### **1.3.2.1. O que define jogo?**

Ao verificar as possibilidades de jogos apresentados, em concordância com aspectos e teorias sociais e (ou), projetos que extrapolam esta realidade, com inovações para terem possíveis impactos sociais. Pode-se abranger um início de como jogos podem auxiliar de maneira humanitária, cooperativa, no contexto de empoderar as pessoas a terem mais ativismo e consciência sobre os diversos assuntos de caráter moral e social.

A questão é que para abordar de maneira evolutiva o assunto, faz necessário introduzir o que é um jogo, suas características e definições.

O que pode definir um jogo e suas características, dependem do contexto.

Na história além da McGonigal relacionar o Jogo com o Herodoto e a cidade de Lídia, houveram outras culturas antigas como a seguir que expõem ideias de jogos.

Na Índia, os jogos ou “Lilas” são contextos que se referem há jogos do divino, entre Brahman (Deus absoluto) e o devoto, também se traduz em esporte, relações, atividade criativa, e a própria ação de jogar, que segundo o artigo, pode ser a intenção de levar a vida como um jogo divino. Wikipedia (2015).

A pesquisa “A era dos games na sociedade da escolha” Onça, Fabiano, (2014), contém diversas definições de jogos, teorias multiculturais com várias facetas para propostas de definições dos jogos. A seguir um pequeno trecho do estudo que a pesquisa proporciona com relação aos jogos.

Segundo Smith, Sutton (2001), sete grandes tradições, com diferenças históricas, propiciam teorias com retóricas diferenciadas para exemplificar definições de jogo: como progresso, destino, poder, identidade, vida comunal, imaginário, self e frivolidade.

**a) Jogo como Progresso** – desenvolvimento gradual de habilidades, sociabilidades e maturidade emocional. O mecanismo de progresso pode ter aplicação em estudos de animais e jogos infantis.

**b) jogo como Destino** – segundo a pesquisa a retórica mais antiga, remonta ao próprio conceito à pura aleatoriedade, ao caos, à sorte, ao destino e às tentativas de manipulação a partir de oráculos e práticas animistas, na era moderna contextualiza como liberdade de escolha. A aleatoriedade descrita acima pode ter possibilidades de fatos que podem ocorrer com ou sem manipulação, o que caracterizam o destino.

**c) Jogo como Poder** – condiz com competitividade, conflitos, estratégia, ao expor como jogo civilizatório, há características de competição entre nações, guerra e patriarcado. A teoria pode-se encontrar também em esportes e em lazer e divertimento.

**d) Jogo com Identidade** – o jogo é visto como meio de interação simbólica, criação de laços, vida comunal, festividades, performances teatrais e até mesmo como rituais religiosos, como enterros e casamentos. Neste caso, o jogo é visto como um meio de confirmação de um vínculo social.

**e) Jogo como Imaginário** – relativo a imaginação, flexibilidade e criatividade quanto a imersão do jogar. Há associação do movimento romântico, incentivada por

acadêmicos nas áreas literárias e artes. O jogo condizente com o imaginário e outras demais características podem conter diversas possibilidades, que serão acompanhadas nos exemplos para cada teoria, método e processo explorados mais adiante.

**f) Jogo como Self** – presente em atividades solitárias como hobbies ou esportes radicais. Examina-se a diversão, o relaxamento, o escape proporcionado pelo jogo. O contexto nesta teoria de self, pode-se referir ao individual, e as atividades praticadas apenas por este indivíduo.

**g) Jogo como Frivolidade** – retórica que expõe inversão da ordem social (ex. Carnaval) - reino dos bufões, dos mascarados, dos bobos da corte - quanto, também, a do jogo como atividade negativa, oposta ao trabalho e à virtude. Smith, (2001). A frivolidade ao ser interpretada como assunto leviano ou que pode conter distrações sem um cenário com mensagem objetiva, pode trazer um impacto negativo nos SIG. Se o jogo conter vários aspectos da frivolidade, não pode ter capacidade de passar uma mensagem clara ou ocasionar um impacto social, ou seja, será pouco objetiva. O entretenimento, divertimento e cenários com distrações podem ser acompanhadas de lições e contextos imersivos e inspiradores. Onça, (2014).

O estudo de jogos relatado por Onça, contém diversas abordagens multiculturais, de teorias que podem ser identificadas em cada caso de estudo de jogo, ou SIG como indicado para esta pesquisa. A importância de conhecer e lidar com os vários aspectos em cada teoria, podem promover uma leitura mais detalhada da abrangência destas teorias no jogo que futuramente estiver em análise.

Segundo o estudo no livro Homo Ludens, ao expor a poesia, na cultura arcaica, existia rituais em forma de palavras. Rituais estes que eram jogos sociais, que gradativamente perdem o fator lúdico em regiões que há pouca liberdade. De acordo com o autor Johan Huizinga, (1990, p. 149):

O conjunto da civilização torna-se mais sério, e a lei e a guerra, o comércio, a técnica e a ciência perdem o contato com o jogo; mesmo o ritual, que primitivamente era seu campo de expressão por excelência parece participar desse processo de dissociação. Por fim, resta apenas a poesia, como cidadela do jogo vivo e nobre.

O trecho pode considerar uma crítica ao sistema e seus grupos sociais em relação à perda da atividade lúdica e da livre expressão, que segundo o livro, as antigas

civilizações usufruíam. A continuação expõe a poesia numa linguagem secreta, para se expressar, como: “chão do antro dos ventos” ao invés de terra, ou “lobo das arvores” ao invés de citar vento. O que remete a uma maneira lúdica de expressão. Em estudo ao Homo-Ludens pode se ter conceitos de como abordar entre diversas questões, as sociais, de um modo lúdico em várias escolas e pensamentos que cercam o entendimento da humanidade, seus métodos e processos.

A pesquisa prossegue com o estudo da gamificação e o Social Impact Games, que é ao tema desta pesquisa.

### **1.3.2.2. Gamificação**

Segundo o vídeo do Professor Werbach, Kevin, uma gamificação é baseado em **elementos de jogos e técnicas de game design, para adotar em contextos que não são de jogos.**

Uma estrutura com elementos de jogos, como pontos, níveis, missões e lista de coisas para ser feitas, barra de progresso, gráficos sociais, porém adotados para experiências do mundo real. Como exemplo é citado jogos de corrida, como “Nike Plus” que usa um acelerômetro, (no tênis), que passa informação para o celular, como resultado de qualificar pontos, ou no caso “Zoombies Run!”, que usa o GPS para virtualmente incluir zumbis, enquanto o jogador corre no mundo real, e “foge destes zumbis” no mundo virtual. O exemplo do projeto comentado “Keas” usa os elementos de jogos citados, porém para manter colaboradores de empresas saudáveis, como por exemplo fazer exercícios, com um sistema de gravação de atividades destes colaboradores, também citado “Microsoft HealthVault” e o descontinuado “Google Health” que são similares ao Keas.

Ao citar técnicas de game design, não apenas elementos são inclusos, mas envolve um processo de design, sistêmico, reflexivo, artístico, com propósito de entreter e ser divertido, não apenas na engenharia, algoritmos, tecnologia, mas uma experiência artística, alguns jogos envolvem pensar mais nos elementos, outros em design de modalidades, outros nos dois sentidos citados. Envolve também pensar sobre os desafios propostos.

“Contextos que não são de jogos”, adotados ao se expor objetivos além do sucesso de games, como exemplo: negócios para atingir objetivos específicos da empresa,

pode ser para leitura aprendido numa escola, impactos sociais, aperfeiçoamento social, é relacionado a formas de pensar fora do videogame, com possibilidades de trazer de forma lúdica para o mundo real, pode ser contextualizado como Gamification - Gamificação. Werbach, 2013.

#### **1.3.2.2.1. Contextos de gamificação**

Ao discernir gamificação, o prof. Kevin Werbach explica que não é definir tudo como game, com ambientes virtuais, mas estar e realizar atividades no mundo real, porém aumentar a experiência para torná-la gratificante. Gamificação não é usar um jogo quando houver tédio no trabalho, mas encontrar elementos no trabalho para aumentar o interesse nas atividades. Não se pode dizer que ao usar games promocionais sem usar elementos de jogo no processo do negócio para vender produtos, é gamificação, mas ao usar os elementos, com o processo que é proposto no negócio, pode ter possibilidades de contextualizar como gamificação. O exemplo de simulações, pensamentos sistêmicos, uso na educação, entra no critério de jogos sérios –“ serious games”, que são jogos imersivos, engajam a pessoa num ambiente, porém é diferente que pensar sobre os jogos com relação de colocar num ambiente existente para pensar, sentir maior engajamento e ter mais motivação. Também não entra apenas como marketing e ter pontos, recompensas e estar num quadro de qualificação (PBLs - points, badges, leaderboards), mas talvez seja preciso mais produtividade, tornando apenas como subconjuntos que englobam a gamificação. A teoria de jogos estuda as estratégias de realizar decisões, os elementos na teoria de jogos, podem auxiliar o entendimento de gamificação, porém são melhores em definir módulos, estruturas matemática.

Além de usar elementos de jogos e técnicas de game design, para adotar em contextos que não são de jogos, gamificação pode ser usado para compreensão de ensinar como alcançar metas e ter possibilidades de resultados em algum modelo de negócio proposto.

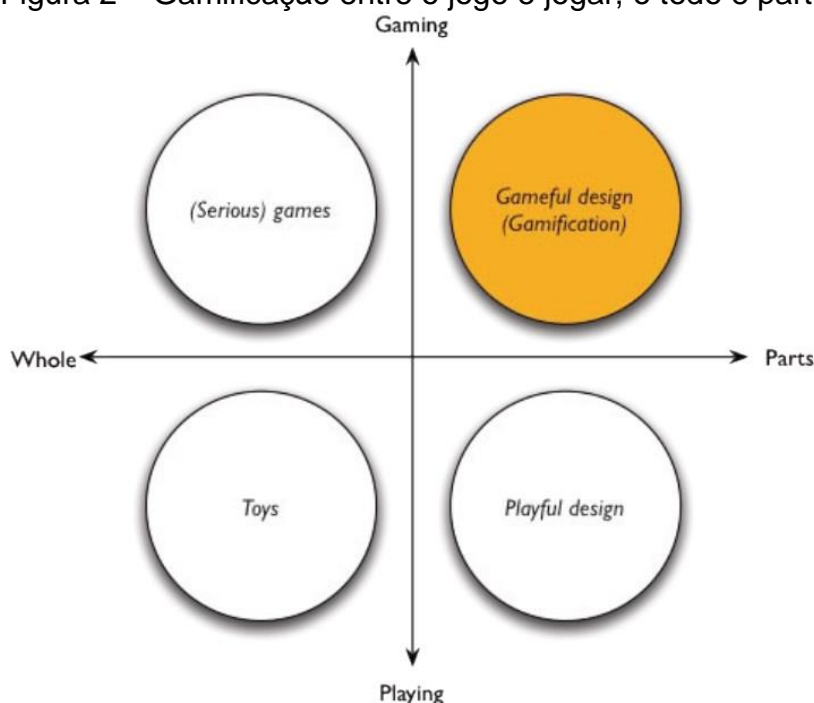
Aprendizagem com foco em game design, no entanto com possibilidades na aprendizagem de psicologia, gerencia, marketing e economia. Ao se introduzir aprendizagem segundo o prof. Kevin Werbach, pode-se profundamente estudar sobre motivação, comportamento humano, seja num contexto: de um ambiente de trabalho,

de marketing, de trabalho colaborativo. Pode-se aprender como as pessoas agem e usar design de padrões comportamentais para ter possibilidades em resultar em ativação desse estilo de comportamento.

O senso de diversão, ludicidade, está envolvido com jogos, e também é uma característica da gamificação ao ser aplicado com os demais fatores citados.

A estrutura apresentada com referência a Deterding, Sebastian, separados em quatro quadrantes revelam uma possível definição de gamificação.

Figura 2 – Gamificação entre o jogo e jogar, o todo e partes



Fonte: Gamification in Context, 2015

Ao se jogar e “ser algo completo”, (material), pode-se chamar de brinquedo. Caso for alguma coisa que não seja completo (ou em partes), é conhecido como playful design (ou design lúdico), usa o game design, mas não é necessário ter uma sistemática com estruturas e regras. Caso for conceitualmente voltado para jogos e for completo, pode-se chamar de games ou no estudo desta pesquisa, são conhecidos como serious games explorado no começo deste tópico. O que leva o quadrante do lado direito superior, que usa partes de games para resultados não provocativo, (como resultado primário não pode ser provocativo em tese), são chamados de gamificação. Werbach, (2013).



#### **1.3.2.2.2. Gamificação para “Ações de Bondade Sociais” – Social Good**

Após a investigação de gamificação, pode-se procurar certos vínculos para visualização no mundo real, como diminuir pegadas-de-carbono, comer saudavelmente, ou seja, a algumas questões voltados para Social Impact Games, (ou na área de ações sociais), além de questões para aplicações sociais que empresas podem trazer como benefícios aos jogadores, e ao mundo, (será discutido durante a pesquisa). Caso for de benefício para pessoas há possibilidades de resultar em ter mais contentamento, e sentir-se bem, o que pode ser analisado por McGonigal que utiliza o game para trazer “energias positivas”, sociabilidades, possibilidades de engajamento e foco.

As diferenças para abordagem ao Social Good, entram alguns fatos a serem colocados em pauta:

**Conexão na Relação de Pessoas Inerentes “Inherent relatedness”** – Ao ter associações a comportamentos nobres, amplos aspectos de atividades para bondades sociais (Social Good), pode ocorrer a ativação da conexão entre relações de pessoas, como resultado a possibilidades do ato ser significativo para o jogador, (no sentido de trazer sentimentos que se fez algo bom).

**Recompensas por fazer o bem? - Rewards for doing good?** – Com exemplo de indagações em proteger a vida silvestre, preocupações de mudanças no clima, ou estudar algo que seja de benefício próprio. A razão intrínseca, promove mais coerência ao ato de bondade do que ganhos e recompensas, que podem motivar de forma extrínseca, ao proporcionar prêmios o significado interno pode-se tornar menos compensador.

No caso, o contexto citado é como se houvesse uma perda de significado, ao ato de bondade, quando expõe prêmios como elementos num jogo. Segundo interpretação do trecho, o jogador pode experienciar uma maior motivação interna de fazer atos bons, se os elementos de recompensas estiverem em menor quantidade, com possibilidades do jogador fixar mais as indagações e conscientizar o significado de bondade, do que o de ganho. Werbach, (2013).



**Mudança Comportamental** - Mudar o foco de como atuar em determinada área, ou como ter pessoas com mais facilidades em atuar. Werbach, (2013). As relações motivacionais e comportamentais irão ser contempladas na metodologia desta pesquisa, porém caso o leitor queira apreciar mais, o Prof Werbach, dispõe de teorias e o gráfico Fogg Behavior Model no endereço eletrônico <https://class.coursera.org/gamification-002/lecture/70>.

### 1.3.2.3. Jogos Persuasivos

Ao resumir o conceito de retórica procedural ou procedimental, pode-se colocar que defende metodologias de análise comunicativas em jogos, através da mecânica em jogos que resulta em sua jogabilidade.

Procedimentalidade refere-se a uma forma de criação, explicação ou compreensão de processos. Processos definem a maneira com que coisas funcionam: os métodos, técnicas e lógicas que dirigem a operação de sistemas, desde sistemas mecânicos como máquinas, passando por sistemas organizacionais como escolas secundárias até sistemas conceituais como a fé religiosa. Retórica refere-se à expressão eficiente e persuasiva. Logo, retórica procedimental é uma forma de se usar processos persuasivamente. (BOGOST, 2007, p. 2-3 – tradução Emmanoel Ferreira e Thaiane Oliveira)

A citação pode-se abstrair numa maneira de passar uma comunicação com o uso nos jogos, que utilizam programação procedural (ou procedimental), ou seja, com vários processos, que tendem a transmitir com formato de jogos como exemplo para esta pesquisa, com argumentos e retóricas, para transmitir uma mensagem. Devido a esta interferência proposto por Ian Bogost, de utilizar a retórica com uma evolução histórica desde Aristóteles ao mundo dos jogos, pode-se ter o estudo com foco na persuasão por uso de retórica, prática utilizada no SIG, especificamente ao tratar assuntos sociais, como será exposto mais adiante. Ferreira, Oliveira, (2012).

Uma análise que pode fazer sentido na percepção da retórica descrita, com base nos processos computacionais, é que a dinâmica utilizada jogos eletrônicos, sua interface e sistema, no auxílio da comunicação.

Segundo Steven Johnson (2001), a interface gráfica foi o grande diferencial entre os sistemas computacionais como máquinas executoras de funções aplicadas e sua constituição como um sistema comunicativo propriamente dito. A citação revela que a interface gráfica foi um passo importante na existência de um diálogo, entre usuário e

máquina. O artigo expõe o computador desktop como transformação no espaço central da realização da leitura de um texto eletrônico, é nele e por suas metáforas (ícones) que tem início à experiência imersiva do leitor.

"o leitor por meio de seu avatar fornece uma informação, gerando uma resposta por parte do software que, por sua vez, demandará um feedback do leitor, sem o qual o sistema de comunicação não prossegue. Perceba-se que sem a resposta do leitor o que se dá é a suspensão do processo de enunciação. Esta exigência procedimental será fundamental na convenção de leitura. Deparamo-nos aqui com um elemento que deve ser central em todo procedimento de utilização do formato jogos eletrônicos para fins educativos, qual seja, a necessidade de se estabelecer não apenas um "diálogo" com o usuário, mas uma dinâmica de comportamentos e trocas de informações adaptada à lógica do meio eletrônico." (Aranha, 2005).

Segundo Gláucio Aranha, os jogos podem ser uma ferramenta na educação, e seu uso é possibilitado com a lógica do meio eletrônico, que irá interagir com leitor, e enfatiza que é importante o leitor no caso o usuário ou jogador, se comunique, e que o sistema de a possibilidade do diálogo.

O ambiente virtual necessita de quatro elementos segundo Elizabeth Murray (1997), procedimental (procedural), participativo, espacial e enciclopédico.

**Procedimental:** São as regras e protocolos que formam a estrutura procedimental, e com isto novas regras e protocolos são gerados durante a performance de seus programas.

**Participativo:** A resposta por input, comando de entrada executado por usuário.

**Espacial:** Uma espécie de espaço de engajamento do usuário na ocorrência da leitura, cria uma ilusão de eventos no tempo presente.

**Enciclopedismo:** Referência aos modos de extensão da memória humana para proporções enciclopédicas, o que pode significar, aprender com relação à um vasto conhecimento.

O jogo eletrônico como ferramenta tecnológica, possibilita uma aprendizagem interativa, com um modo de retórica, qual por meio de metáforas e ilusões num ambiente virtual, oferece uma vasta série de interpretações de conhecimento geral para um jogador tentar chegar a uma conclusão com o que absorveu da retórica, ou seja, o jogador tentará por meio do diálogo do jogo, interpretar o conhecimento ou

experiência adquirida. Aranha, (2006).

#### 1.3.2.4. Desenvolvimento e tecnologia de jogos eletrônicos

A retórica de um jogo, usa a tecnologia, mas para que ocorra, é necessário ter num mínimo um protótipo interativo de jogo eletrônico. O tópico de desenvolvimento em complemento a pesquisa, pode ser útil ao entendimento, da criação à implementação num estudo de um projeto de jogo, além de servir de entendimento relativo a alguns exemplos e casos discutidos nesta pesquisa. Neste caso será apenas

Numa visão macro, a pesquisa condiz entre 4 etapas - Bezerra et al (2005), a 6 etapas – Velasques (2009), para criação destes jogos:

Primeira fase: reunião criativa, um conceito de para levantar e discutir as ideias a respeito do projeto – possível técnica de “brainstorm”.

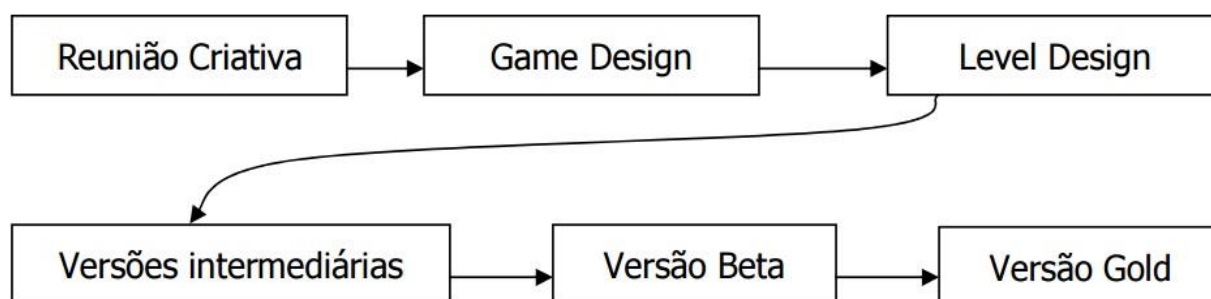
Segunda fase: “Game Design”, descrição dos aspectos como elementos do jogo, jogabilidade, entre outros.

Terceira fase: “Level Design”, um mapa de desafios e missões.

Quarta a sexta fase: condizem com versões do jogo, nomeadas de: intermediárias, betas e gold.

A seguir uma ilustração relativa ao processo de desenvolvimento descrito.

Figura 3 - Etapas de desenvolvimento de jogos:



Fonte: <http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/wei/2008/0010.pdf>

O desenvolvimento de jogos constitui uma relação clara de ideias, design a prototipação, de um jogo eletrônico. O game design, tem sua importância por

englobar o design do produto, dos gráficos e da tecnologia digital, responsável por contextos, comportamentos do jogo, e recursos audiovisuais disponíveis. Ao utilizar toda esta relação num motor de jogo, pode-se obter as regras, ações. Gularte, (2008).

Motor é um conjunto de funcionalidades de alto nível, que pode ser utilizado várias vezes e auxilia o programador no desenvolvimento do jogo, tornando-o mais ágil e padronizado (...). Malfati, Dhl e Brancher, (2004).

O artigo informa que um motor pode ser implementado por bibliotecas de classe, como exemplo o Java3D, que através de uma API – Application Programming Interface, possibilita desenvolver jogos em 3D, com luzes, sons e outros componentes.

Há diversas opções de motores - “engines”, que oferecem desenvolvimento em 3D e 2D, ao se tratar de 3D, o artigo cita, “Crystal Space 3D”, “Ogre 3D” e “Reality Factor”, como principais engines gratuitas e “3D Studio Max” como ferramenta de uso comercial para TV que também é usada em games.

O motor de desenvolvimento controla o jogo. A ferramenta Blender 3D segundo Clua e Bittencourt (2005), é uma ferramenta de código aberto que auxilia a modelagem, textura, animação, renderização, pós-produção e criação 3D, que suporta importação de diferentes formatos, tratamento de colisão, áudio e criação de scripts em Python - linguagem de programação. Souza Barros, (2011).

A tecnologia de desenvolvimento de jogos possibilita uma importante abordagem para um projeto de jogo. Os fatores de processos de design, e os elementos de criação do jogo, assim como argumentar uma possibilidade no fluxo de processos de um projeto, podem ter dependência do motor de desenvolvimento escolhida.

### **1.3.3. Teorias sociais com jogos um preludio ao SIG**

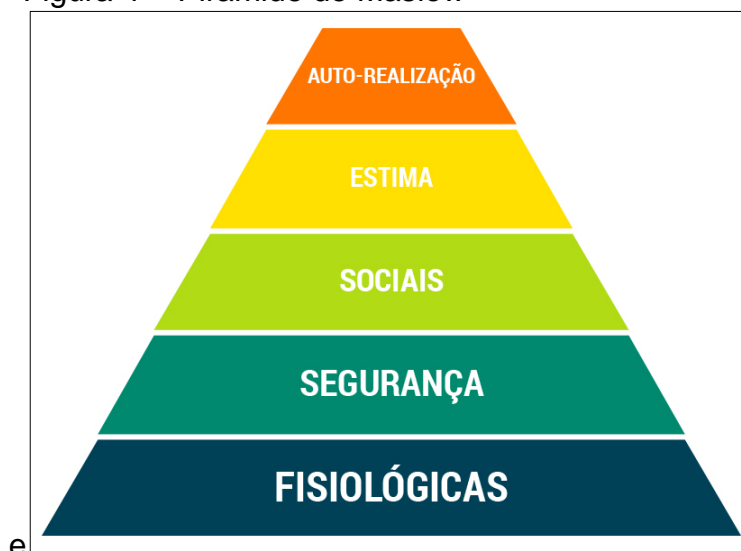
Definido o que são problemas sociais, jogos e a tecnologia de jogos eletrônicos, o tema de contemplação será a relação de teorias sociais específicas, a teoria de necessidades de Maslow e a inteligência coletiva de Pierry Levy são teorias paralelos ao estudo, ou seja, podem complementar o plano de conceitos, assim como a trajetória antes de citar o SIG, pois os projetos citados, são jogos com

possibilidades de impacto social e pode considerar como uma “preparação” para expor os SIG.

#### 1.3.4. Teoria das Necessidades de Maslow

A Hierarquia de Necessidades, segundo Abraham Maslow é o estudo que expressa que todas as ações são motivadas por necessidades. As cinco principais são fisiológicas, de segurança, sociais, de estima e de autorrealização. As necessidades obedecem uma hierarquia, uma necessidade satisfeita precisa da outra mais básica. O artigo cita que um indivíduo só vai sentir necessidades sociais depois que saciar suas necessidades fisiológicas e suas necessidades de segurança.

Figura 4 - Piramide de Maslow



Fonte: Ramon Kaio, (2015)

Ao entender as necessidades é possível verificar: o interesse, tentativa, conseguir ou falhar em fazer algo. As três primeiras necessidades são conhecidas como “D-Needs” – necessidades de deficiência:

**Fisiológicas:** O que o corpo precisa como: água, comida, sono.

**Segurança:** A proteção, ordem, estabilidade, garantias.

**Sociais:** Interação humana, amigos, compartilhar, amar.

Os dois grupos de necessidade restantes são “B-Needs” – necessidades de crescimento:

**Estima:** sentir-se bem consigo mesmo, reconhecimento de qualidades próprias, respeito nos grupos que o indivíduo faz parte.

**Autorrealização:** Alcançar a plenitude consigo e com o mundo, dedica-se a quem busca o crescimento pessoal e realizar os objetivos de vida.

<http://ramonkayo.com/conceitos-e-metodos/o-que-e-a-hierarquia-de-necessidades-de-maslow> - 19/03/2016 17:28)

#### 1.3.4.1. Objetivos do Milênio e a pirâmide de Maslow como referências para o Game UCAN

O autor analisou possibilidades como a seguir, onde um grupo que assistiu um tema social entra numa competição de desenvolver games.

Uma equipe de estudantes brasileiros venceu um dos principais prêmios concedidos na final da Imagine Cup, as olimpíadas tecnológicas organizadas pela empresa Microsoft em Nova York, que contou com a presença do prefeito da cidade, Michael Bloomberg, e da atriz Eva Longoria.

A equipe Signum Games, da Universidade Positivo, de Curitiba, foi a única representante da América Latina a ganhar um primeiro prêmio em uma das cinco categorias principais, "Game Design: Windows / Xbox".

Figura 5 - Jogo Ucan



Fonte: G1, 2011

O game "Ucan", como possível tradução de "you can" ou "você pode", que simula a cidade de Curitiba, onde os jogadores devem solucionar problemas. EFE, (2011). O jogador utiliza a interface conceitual para resolver desafios virtuais enfrentados na cidade. Através de estudos das metas do milênio um dos criadores cita:

"Fomos em uma palestra sobre Imagine Cup, estudamos as metas do milênio e quais os games tinham sido vencedores no passado da competição além dos critérios os juízes tinham avaliado", (Thiago Ribeiro, 2011).

O jogo segundo artigo, é de estratégia e teria sido comparado pela comissão julgadora ao popular "The Sims". A ideia é, basicamente, controlar personagens que inspiram outros personagens a aderir ao voluntariado. Ações positivas atrairiam mais voluntários para resolver problemas em três grandes áreas: educação, ambiente e saúde.

Barras de "vida" indicam as condições da cidade. A partir daí se decide qual a prioridade para agir. "Waves" conturbadas chegam a qualquer momento e podem desestabilizar o jogo, com excesso de lixo ou uma epidemia de gripe suína, por exemplo. Sgarbe, Vinícius, (2011).

Os oito objetivos do milênio em relação a Maslow são:

1. Erradicar a pobreza extrema e a fome.
2. Atingir o ensino básico universal.
3. Igualdade entre sexos e valorização da mulher.
4. Reduzir a mortalidade infantil.
5. Melhorar a saúde das gestantes.
6. Combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças.
7. Garantir a sustentabilidade ambiental.
8. Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento.

Os objetivos tem a possibilidade de serem comparados as necessidades que Maslow indicou nos itens: 1, 4, 5 e 7 com relação as necessidades fisiológicas, 2,3 e 6 com necessidades de estima e 8 contempla todas as principais necessidades descritas.

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Objetivos\\_de\\_Developimento\\_do\\_Mil%C3%AAnio](https://pt.wikipedia.org/wiki/Objetivos_de_Developimento_do_Mil%C3%AAnio)

O Ucan contém diversos aspectos éticos ao citar formas de resolução de problemas, no caso específico, necessidades civis de vincular a educação, saúde e o ambiente urbano com as metas do milênio.

#### **1.3.4.2. The Sims e a Pirâmide de Maslow**

A gerente do estúdio do The Sims Franklin, Rachael e a vice-presidente da Maxis Brandshaw, Lucy em 2014, expõem a ideia do jogo The Sims. Segundo Franklin o jogo se adapta a assuntos sobre o drama do que uma simulação de vida. Para Brandshaw é uma visão reducionista da vida com influencias da Hierarquia das Necessidades de Maslow, combina tensão comportamental com a experimentação do usuário, complementadas por experiências felizes como dar à luz a uma criança ou um primeiro beijo. Brandshaw comenta que o jogador pode escolher as características que refletem histórias reais, como sair do armário ou a morte de um membro da família. Conception, 2015. No caso a expressão sair do armário, talvez seja condizente com o desbloqueio de personalidade no âmbito social. Pode-se encontrar várias interpretações que podem se tirar do artigo, mas as características que podem talvez ser mais visíveis são: a ideia de usar a pirâmide de Maslow, a psicologia, o estudo comportamental e emocional.

#### **1.3.4.3. Necessidades no The Sims**

Um dos recursos mostrados na interface como elementos do jogo, são as “necessidades”, que são uma das causas, comentadas por Brandshaw.



Figura 6 – Interface com caixa de diálogo de necessidades/motivações - The Sims 4.



Fonte: THE SIMS 4: SIMS & GAMEPLAY, 2015

As seis “necessidades”, nomeado de “motivações”, em The Sims 4, são bexiga, divertimento, fome, social, energia, higiene. Ao serem requisitadas por o personagem escolhido, irão drenar e colocar Moodlets estressantes, neste caso é representado uma caixa de diálogo com ícones representativos, (possibilidades de representação de estresse dependendo da motivação e contexto do personagem inserido). O personagem “Sim”, quando quase esgotados (as necessidades), impedem de tomar outras ações. Embora o jogo (com o passar do jogo), alterar para você colorindo (ou enchendo, quando a necessidade é satisfeita), o ícone de necessidades quando as necessidades de um Sim próximos baixa, você pode exibi-los a qualquer momento pressionando 'O' ou clicando-o no canto inferior direito. Apenas com um tipo de necessidade sendo esgotados vai matar um Sim (fome como exemplo), mas leva um tempo muito longo. Este fato da necessidade de comer durante um tempo, aproxima da realidade de uma pessoa, que come durante ciclos do dia-a-dia. Até que esta necessidade é satisfeita, não vão ter tarefas opcionais, como a pintura ou a recolha de algo, ou seja, comer quando a barra está criticamente esvaziando pode habilitar tarefas opcionais. A fome piora o humor com o avanço do tempo. Pode-se clicar em qualquer um dos ícones de necessidades, enquanto em que a interface vai trazer-lhe a opção de “auto resolver” essa necessidade utilizando objetos ao redor. Isso é bom para o gerenciamento de uma família maior, mas a maioria dos jogadores seria melhor escolher o seu Sim vai fazer, a fim de utilizar o seu tempo de forma eficiente.

Cuidar do Sims e manter as suas necessidades em alta, irá recompensá-lo com + 2/1 Moodlets felizes, que é baseado em níveis médios das necessidades. Aprender a gerir o tempo e obter o seu Sim de bom humor, enquanto trabalhava em habilidades, para fora na cidade, ou no trabalho são as chaves para o "sucesso" no jogo. Ou seja, se o sucesso é medido em termos do que o seu Sim pode realizar em sua vida.

As “necessidades” podem ser úteis ao questionar sobre referências a pirâmide de Maslow. A seguir uma breve observação das necessidades do jogo.

**Energia:** A energia é repostada com sono e repouso. O sono pode contribuir com aumento da energia, é necessário que a bexiga esteja vazia. O sono garante sobrevivência caso o Sim presencie altos níveis negativos emocionais como a morte, o que alivia vergonha e irritabilidade. Cama de solteiro dão 8000 pontos, enquanto cama dupla 12000.

**Fome:** Para comer o Sim utiliza ingredientes frescos. Os Sims ficam mais felizes com alimentos que demoram para ser cozidos. Os alimentos e as sobras podem ficar num frigorífico. Caso seja prioritário comer rápido, é possível utilizar salgadinho de batata, iogurte, cereais.

**Bexiga:** O uso do banheiro permite recuperar a barra da bexiga, ao beber água a barra diminuirá. O constrangimento seguido por não ir ao banheiro, pode matar o Sim. O fato é que não ir ao banheiro, faz o personagem urinar em público. Os Sims crescem desconfortáveis com a barra da bexiga baixa.

**Diversão:** Conquistado com leitura de livros, televisão, jogar xadrez com outro Sim, e jogos de computador. Muito trabalho e trabalho em casa reduz a diversão. Quando a diversão fica baixo, os Sims ficam tensos. Ter algum divertimento alivia a tensão.

**Social:** segundo o site os Sims querem socializar. Mas eles precisam conversar, às vezes. Baixa na “necessidade social” faz Sims deprimido, o que não é uma emoção fatal, mas pode ser incapacitante, fazem não quer fazer muita coisa. Um telefonema levanta um pouco esta necessidade. O seu Sim pode ir para fora de casa ou convidar alguém, falar com um membro da família, e que conversa no computador são todas boas opções para levantar o social.

**Higiene:** é gerado por chuveiros, banheiros e lavar as mãos. Sims com baixa Higiene vai se sentir desconfortável e sujo. O chuveiro é um bom lugar para pegar uma série

de emoções positivas - inspirado, energizado, e até mesmo Glamour. Tomando um banho de bolha pode ajudar a tornar-se um Sim Brincalhão, útil se um comediante ou criminoso.

Ao cuidar das seis necessidades e fazê-los todos de alta ao mesmo tempo é importante porque ajuda Sims estar de bom humor, o que levanta “**competências**” mais rápido e ajuda-los com o desempenho de carreira. Ele ainda ajuda a eles que têm maiores taxas de sucesso com interações sociais, o que ajuda a fazer amigos ou encontrar o amor. Uma rotina eficiente em um dia fresco com necessidades na metade seria conseguir dormir, ter uma refeição, usar o banheiro, em seguida, chuveiro. CARL'S SIMS 4 GUIDE, (2015).

A relação com Maslow pode ser mais visível ao espelhar a realidade das necessidades no jogo. Ao criar a “simulação da vida” e dos resultados de uma semelhança com o “viver”, “perder” e “conquistar”, os dramas e histórias fictícias no decorrer do jogo podem dar aos jogadores do The Sims um sentido real com relação a uma nova perspectiva da vida. pode conter muitos pontos de vista, a partir da visão do jogador. A possibilidade da experiência de dar uma vida plena ao Sim, com cuidados, poderá depender da motivação do jogador.

A seguir será passado a inteligência coletiva, como uma possível referência ao estudo atual de indivíduos na sociedade e relações com jogos.

### **1.3.5. Inteligência Coletiva**

A partir do estudo da Inteligência Coletiva de Pierre Levy (2014), termo que aparece também na sociobiologia, o estudo que reconhece que todo ser humano tem algum conhecimento, mas nenhum ser humano tem todo conhecimento sobre tudo. E além disso, é necessário compreender que cada indivíduo possui conhecimento em suas particularidades, ou seja, conhecimento não é tratar de ser inteligente de fato, e sim possuir experiências vividas ao longo da vida e que podem ser partilhadas, ou seja, a proposta de compartilhar é algo para nos enriquecer em conhecimento que não possuímos ou ter uma abordagem diferenciada sobre algum conhecimento através do compartilhar, é o que permite novas perspectivas. Posteriormente é necessária uma partilha de ideias e de propriedade intelectual: estes recursos proporcionam mais benefícios acumulados através do momento em que outras pessoas compartilhem

ideias e que obtenham melhoria significativa através da colaboração, tornando-se um processo de crescimento coletivo. Assim, através de todo conhecimento interligado, toda a humanidade passa a estar interligada também. As tecnologias de comunicação são fundamentais para essa interligação. Com o fato proposto acima é possível ter uma compreensão que ao compartilhar ideias sejam de propriedade intelectual ou outra, acabam por auxiliar nos processos de melhorias (incluindo as sociais) e com o uso da tecnologia é possível interligar toda essa base de conhecimento com toda humanidade. Wikipédia, (2014).

### **1.3.5.1. Informação social para o bem humanitário – SOCIAL GOOD**

Partindo do princípio de inteligência coletiva, organizações que usam este conceito podem realizar ações sociais que beneficiam indivíduos e comunidades, um exemplo disso é o movimento “Social Good”, conceituado e colocado em prática no Brasil por “Social Good Brasil”.

“Nós acreditamos que a tecnologia, as novas mídias e o pensamento inovador são ferramentas poderosas para impulsionar a solução de problemas sociais! É isso que Social Good significa”. (Social Good Brasil, 2014).

Há 3 pilares para o processo que é adotado por esse movimento, inspiração que é realizado com seminários e disseminação dos conceitos, informação na plataforma online e ações com laboratório de teste de protótipos e ideias de potencial impacto social. Social Good Brasil, (2014).

Com base em gerar um movimento que possa causar impactos sociais, os meios, (mídias), dentro da tecnologia foram criados ou adaptados, um exemplo que segue o tema é com base na tecnologia, redes sociais e simulações virtuais em games como talvez seja possível motivar, ter inspirações, promover e criar impactos sociais.

### **1.3.5.2. I Love Bees - Relação com conceitos de games colaborativos**

Os fatores colaborativos nos games são importantes nesta pesquisa. A Phd em game design McGonigal, Jane indaga questões como exemplo: “Pode um jogo de computador ensinar inteligência coletiva? E com isso cita a Wikipedia que é uma enciclopédia online alimentada por usuários que escrevem no Wiki, o Yahoo! Answers que usa a rede tanto para experts quanto amadores, entre outros exemplos que

conectam usuários e coletam dados, sendo o objetivo produzir conhecimento gerado de forma coletiva. Em seu estudo “Why I Love Bees”, cita fatos ocorridos com o projeto de game, com caráter de marketing para referenciar o game “Halo 2”, chamado “I Love Bees”, onde os jogadores entram em sites que aparentam estar hackeados e constroem ideias sobre o mundo real através de vários itens e histórias, localizações de gps, criados pela empresa de game design “42 Entertainment”, para que os jogadores pudessem interagir e criar com essa rede de conhecimento colaborativo de “buzz”, que neste contexto pode significar, gerar uma especulação, (no sentido de possuir rumores) e intriga entre os jogadores sobre o que é I Love Bees. Na jogabilidade pode-se encontrar referências de inteligência coletiva como cognição coletiva, cooperação e coordenação, e também cita que aspectos de game design distintos como conteúdo massivamente distribuído, ambiguidade significativa e capacidade de resposta em tempo real. Com essa base propõe três passos a reconstrução da mente de uma colmeia, com vários elementos de artigos de blogs, e-mail e áudios e páginas web, nestes continha códigos e poesias, para os jogadores especulem qual a mensagem deste jogo. A primeira etapa inclui citações do estudo que podem conotar que com essas especulações em formas de colaborações formem essa mente de colmeia. A segunda etapa é referente a fazer um sentido significativo, ou seja, com as manifestações de argumentos e teorias como exemplo: mensagens escondidas, coordenadas de gps indicando possíveis novas localizações com possíveis novas missões, entre outras análises, segundo as citações da obra possam talvez demonstrar que a teoria da inteligência coletiva seja inclusiva na pedagogia de resoluções de problemas, com amplo e diversificado envolvimento de jogadores, a fim de trabalharem com problemas complexos sem precedências, o que talvez torne a experiência única para cada jogador em meio coletivo que é o que foi sugerido com bases nos fatos deste game. A terceira etapa é sobre a evolução da inteligência coletiva, que é relacionada a resultados de dinâmicas em tempo real sendo redesenhadas na ótica do “conceito de design de games”, técnica de reestruturar as estratégias providas neste game a partir de dos resultados de questões e mistérios desvelados anteriormente para que possibilite uma evolução da colmeia (no caso jogadores) ao contrário de um game digital, produzido e entregue onde já a orientações e delimitações de estratégias, no caso do I Love Bees, os participantes reescrevem o roteiro e situações são abordadas em tempo real. Com isto é visualizado alguns estágios evolucionários, o estágio de coordenação que são ações para

resoluções de problemas com o uso iterativo, cíclico e repetitivo aumenta a questão de lideranças neste game. Um exemplo deste estágio é a decodificação de uma linguagem que os colaboradores realizaram aos jogadores similar a linguagem de programação C++, conhecida entre os jogadores como Flea ++, nesta linguagem pode se desvendar sobre as teorias e diálogos. Em resumo ao comentário do líder em tecnologia no projeto I Love Bees, Jim Stewartson, durante sua entrevista, pode-se observar que não havia sentido na linguagem criada, foram os jogadores que deram sentido a linguagem e possibilitaram o desafio final na linguagem Flea++.

O que se pode talvez definir que com as interações com o uso de métodos de inteligência coletiva, tragam resultados significativos, com acurácia aproximada ao resultado desejado, para resoluções complexas. Como observado no texto, os criadores deste game ficaram satisfeitos pelo resultado de decifrar este game além do esperado. Mcgonigal, (2007).

#### **1.3.5.3. GOOGLE INGRESS – Abordagem Coletiva com tema Humanitário**

Com uma similaridade no contexto de manter o mistério, propiciar investigações com argumentos fictícios e especulações, como o “I Love Bees”, porém utilizando de uma tecnologia mais moderna com GPS e gráficos para celular, usados na lógica do jogo para capturar portais fictícios, ao redor do mundo real.

A jogabilidade pode ser apreciada com o manual. As noções básicas condizem com uma possível realidade fictícia, existem duas raças, os iluminados, que são agentes que tendem a firmar aliança com uma forma de vida chamada de “Shaper”, para trazer “iluminação” para o mundo, e a resistência, que são agentes que querem impedir os “Shaper” e os planos dos iluminados. Os dois utilizam pontos virtuais de “campos de controle”, indicados por um mapa (sincronizado com gps) da “Intel” para alcançar suas metas. Estes campos energizados, ou nomeados de portais, podem ser interligados numa área. A pontuação pode ser conquistada pela densidade da população na área coberta por estes ligamentos. Google Ingress, (2014).

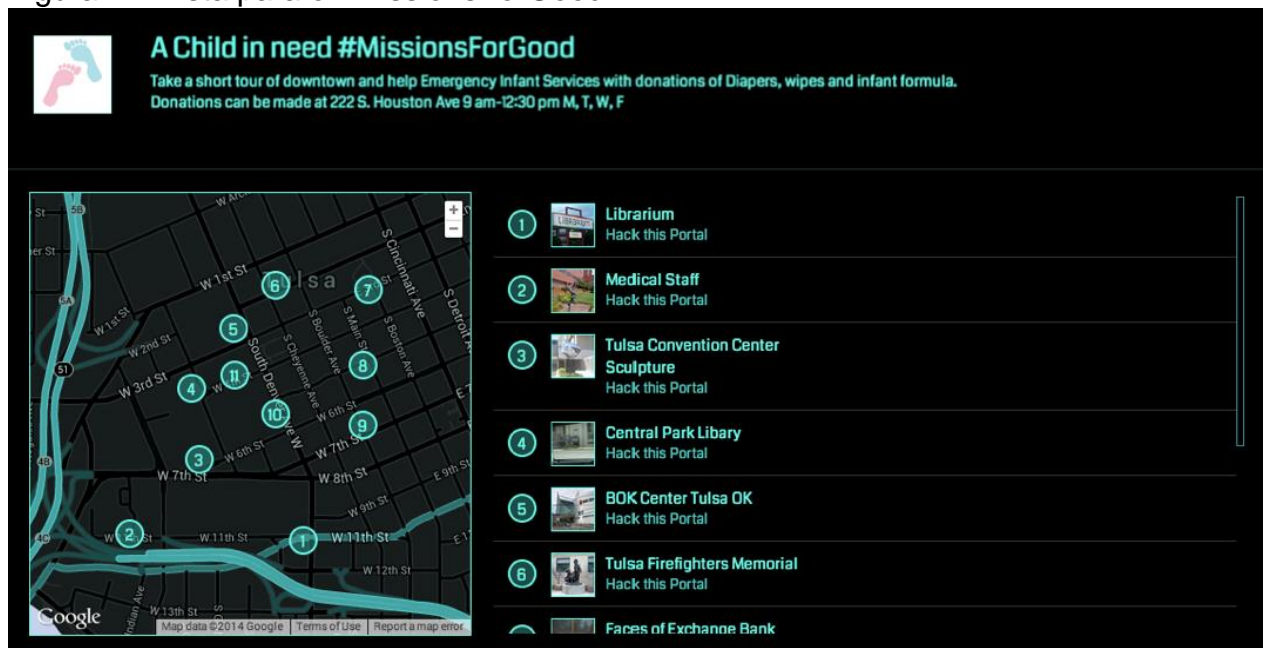
O Ingress com a missão #MissionForGood – “Missão para o Bem” convidou jogadores a fazer boas ações. Segue algumas:

1 - Na cidade de Houston nos Estados Unidos, como em vários outros lugares ao redor do mundo, existiram certas missões de caridade em 2014, por conta dos eventos



de finais de ano, como o natal e o fim de ano.

Figura 7 – Lista para o #MissionsForGood



Fonte: Google+, 2015.

Na imagem acima, pode se notar a interface do jogo com a descrição para ajudar nos serviços emergências infantis, e uma lista de locais para cumprir as missões.

Outras ações que podem ser criadas por jogadores e compartilhadas via rede social “Google Plus”, estas, utilizam a palavra-chave “#missionforgood” e “#ingress” para a rede social filtrar os resultados. Google+, (2015).

Ao explorar o jogo, pode se verificar definições de ARG - Alternative Reality Games, ou jogos de realidade alternativa, ao uso deste título. Mcgonigal, (2012).

Pode-se argumentar que o jogo mesmo com atividades primarias com processos de investigação e agentes para conhecer e capturar portais, tem em segundo plano de possibilidades e potenciais a utilização para fins altruístas e humanitários.

#### 1.4. Teoria sobre as possibilidades de jogos impactarem o mundo

Citado na justificativa um dos exemplos do TED é o caso com o vídeo de Mcgonigal, intitulado “Gaming can make a better world” ou como possível interpretação “Jogos podem fazer um mundo melhor”, com citações da importância das motivações de

games e de que talvez seja possível elaborar games com aspectos colaborativos que possam entusiasmar as pessoas e mudar os problemas sociais que afetam o mundo. Seguem quatro sugestões para abordar esta pergunta.

Citação sobre o otimismo urgente, que é agir com urgência para superação de obstáculos com crença e esperança de sucesso, criar uma estrutura social estreita, que é a questão do envolvimento entre os jogadores e da confiabilidade que une estes jogadores, a produtividade prazerosa que é através da confiança e cooperação, com o trabalho com mais rigidez no game que no mundo real. Destes passos surge o significado épico que demonstra o interesse em ações grandiosas e até planetárias (segundo a característica virtual dos games), como exemplo, o game "World of Warcraft". A seguir com estas qualidades citadas sugere que os jogadores são indivíduos altamente esperançosos em mudar o mundo mas sugere o fato de que os jogadores são bons em mudar os mundos virtuais mas não o mundo real. Com isto cita o economista Edward Castronova: "Estamos testemunhando quantidades não menores que a de um êxodo em massa para mundos virtuais e ambientes de jogos online." Mcgonigal, (2010)

Essa citação pode ser interpretada como se houvesse uma quantidade significativa de pessoas que estão explorando mais estes mundos virtuais e jogos online que a realidade. Em sua continuação a autora justifica que os jogadores se sentem melhor pelas relações sociais, feedbacks e acrescentou que poderia ser bom a vida real, se fosse gratificante como no jogo. Contando uma pequena história em cita o Herodoto, que na cidade de Lídia para não haver problemas de briga por escassez de comida, o governo mandou as pessoas um dia jogarem e um dia comerem, com a escassez de alimento diz que as pessoas para escapar dos problemas reais se satisfazem com games. A continuação da história, cita que passaram 18 anos, o rei ordenou que realizasse uma partida final para que ficasse metade do reino e que os ganhadores teriam que sair e procurar um novo local com recursos para continuar a civilização e segundo fatos mostram que o antigo império Romano chamado de Etruscos tinham o mesmo DNA de Lídia o que comprovaria a tese de sobrevivência por meio de games. Com isto cita a filmagem em fevereiro de 2010, que existe jogadores experientes com Warcraft e propõe que metade da população mundial jogue uma hora de games mas com temas para solucionar os problemas no mundo real. A pergunta: "Como resolveremos os problemas do mundo real nos jogos?" Revela que houve três games



da autora que foram criados sugerindo este propósito.

O primeiro exemplo intitulado de World Without Oil (Mundo Sem Petróleo), em 2007 com o objetivo de sobreviver sem usar petróleo, com abordagem fictícia, porém baseados com fatos que simulariam o que ocorreria em hipóteses reais na falta de petróleo, e com incentivo a postarem textos, fotos e vídeos, foram possíveis fatores que levaram a maioria dentro de 1700 jogadores a mudarem os seus hábitos.

O segundo exemplo cria uma história fictícia que o mundo acabará em 23 anos, e que todos fazem parte deste game. O objetivo é inventar temas que abordem do futuro da energia, comida, saúde, segurança e o futuro de uma rede social segura. Como resultado dentre 8000 participantes houve obtenção de 500 soluções, este game recebeu o nome de SuperStruct.

O terceiro é apresentado como Evoke com o trabalho em universidades ao redor da África subsaariana, os jogadores são convidados a aprender técnicas de inovação social. Há uma evolução e para subir de nível usa-se técnicas como percepção local, conhecimento de redes de comunicação, sustentabilidade, visão e sabedoria. Segundo a autora as áreas de desenvolvimento devem se beneficiar de estarem conectados e tentar começar a imaginar as suas próprias empresas sociais com questionamento de como salvar o mundo.

Em sua fala foram criadas hipóteses, motivações e inspirações que talvez ajam nas pessoas como foco para transformarem suas vidas e o futuro do mundo com o uso de ferramentas como a internet, blogs, redes sociais e outros, que auxiliam de forma coletiva para uma possibilidade de melhoria social. McGonigal, (2010).

### **1.5. Psicologia Positiva, fluxo e “Fiero”**

A McGonigal baseou-se em vários conceitos para estruturar os games criados, ou citar os exemplos com relação aos conceitos estudados, entre os principais estão citados os estudos para a psicologia positiva, fluxo e fiero.

A Psicologia Positiva estuda a “prosperidade humana”, com diferentes tipos para alcançar a felicidade, em seu livro “A realidade em jogo – pg. 46”, comenta que os designers de jogos que perseguem resultados que produzam felicidade, preocupando-se mais com o impacto emocional e psicológico de seus jogos que antigamente, em

exemplo a um jornalista descreve que “parece mais um instituto de pesquisas psicológicas do que um estúdio de jogos”. A psicologia positiva compreende quatro tipos de felicidade intrínsecas:

- **Trabalho gratificante:** Satisfação com atividades bem claras e definidas que reflitam na percepção do esforço direto sobre a atividade.
- **Experiência ou esperança de ser bem-sucedido:** Sentir-se com o controle da própria vida, demonstrar aos outros as habilidades, com otimismo sobre o sucesso ao longo do tempo.
- **Conexão Social:** Criar vínculos sociais com pessoas para aumentar o percentual de felicidade.
- **Sentido:** Ser parte de algo maior, sentir curiosidade, admiração, encantamento com a evolução épica, contribuir com algo com significado duradouro.

A felicidade extrínseca, compreende o ato de obter a felicidade por meio de aquisição de produtos como exemplo, enquanto a felicidade intrínseca é mais gratificante por envolver o mundo à nossa volta, com o ambiente, outras pessoas e com causas e projetos maiores do que nós mesmos – sugere autora (Mcgonigal p.57 – p59). Comprovado por psicólogos positivos – a atividade automotivada e autorrecompensadora torna as pessoas mais felizes. A autora acrescenta que com isto, os jogadores não estão refugiando-se nos jogos, para escapar da realidade, mas transformando suas vidas em algo mais recompensador. Neste caso pode-se interpretar a recompensa intrínseca como fator de mais importância na busca por felicidade.

Fluxo – é o estado em que a pessoa fica no limite do nível de sua habilidade para trabalhar e superar fracassos. O estado de fluxo não depende da vitória ou derrota, é considerada-se como um estado virtualmente envolvente numa atividade. Mcgonigal (p.34).

Fierro – em italiano significa “orgulho”, é um estágio emocional de triunfar sobre adversidade, a pesquisadora Mcgonigal (p.42) também descreve como “superação de desafios, batalhas que possamos vencer e perigos que possamos examinar”. A relação está vinculada ao sistema associado a recompensa e hábitos, localiza-se no centro mesocorticolímbico no cérebro humano. A pesquisa revela que quanto maior for a superação do obstáculo, mais “fiero” terá na experiência.

### 1.5.1. Super-Better

O jogo criado inicialmente para melhora de saúde mental da própria autora, McGonigal, relaciona estratégias para recuperação da síndrome pós-concussão e lidar com outras lesões ou doenças crônicas.

Com metas claras, ser otimista, foco no progresso positivos, apoio de amigos e familiares, aprender a interpretar sintomas, e sentir se é possível fazer mais, menos, dar uma pausa, para gradual e futuramente assumir atividades mais intensas.

As 5 missões envolvidas para realizar o jogo são:

**1º Identidade Secreta:** Criação e definição de personagem.

**2º Recrutar Aliados:** São pessoas do entorno do jogador, como familiares, amigos, que podem auxiliar em missões.

**3º Encontrar Vilões:** transformar doenças em metáforas como vilões do jogo, a autora também utiliza processos de escapamento do “inimigo” e vitórias.

**4º Identificar Vantagens:** Pode-se fazer uma lista com itens divertidos, ou especificar algumas habilidades que podem ser úteis contra doenças, ou em metáfora: superpoderes contra os inimigos.

**5º Lista de Tarefas:** Lista de metas para si mesmo, com variação entre itens que podem ser 100% concluídos no estado atual da saúde do jogador e ações e sonhos que gostaria de realizar quando estava sem a doença. A autora propõe que peça ajuda e conselhos aos aliados.

No último item a autora refere-se a ideia de um terapeuta da Nova Zelândia: “*Já que não posso eliminar sua dor, o que mais você gostaria de melhorar em sua vida?*”, ou seja, não alcançar total melhora, ou haver resultados incertos, devido a ser um jogo de autoconhecimento, haveria amenidade ao fracasso parcial, utilizaria no caso atividades positivas suficientes para continuar com o problema, porém com possibilidades de aumento de “esperança” ao “olhar a vida”. Segundo a autora, a realidade alternativa com mitologia dos heróis conhecidos por jogadores, pode possibilitar melhora devido a probabilidade de manter o otimismo pelas metas e progresso. Além de aconselhar que um bom jogo pode deixar uma pessoa melhor, em relação a superação de obstáculos.

Com a conclusão de possíveis jogadores serem recursos humanos que possam usar os jogos com o trabalho do mundo real, e que são uma poderosa plataforma de mudanças nas quatro citações motivacionais que englobaram estes projetos: produtividade prazerosa, a habilidade de tecer uma rede social estreita, o sentimento de otimismo urgente e o desejo de um significado épico que foram passadas para atingir o objetivo. McGonigal, (2012).

### **1.6. Conceitos de Social Impact Games - SIG**

**Social impact Games – SIG** se enquadra na categoria de “**jogos persuasivos**”, por Ian Bogost do Georgia Institute of Technology. Os jogos persuasivos afetam a perspectiva do aprendiz sobre certo assunto, enquanto o social impact games afeta a perspectiva do aprendiz com a questão social. O SIG são uma categoria de jogos que em sua concepção, podem colaborar, auxiliar no entendimento, com relação a questão social.

Uma característica é trazer um problema real para o aprendiz solucionar. O aprendiz pode obter conhecimento de diversas disciplinas por abordar estes problemas. Então com o conhecimento do conteúdo aprendido, o aprendiz utiliza-o para o benefício do game. Os SIGs podem prover um problema autentico para quem irá estudá-lo.

O interesse crescente no uso de console, online e jogos móveis para a aprendizagem parece alinhar bem com a recente pesquisa sobre a pedagogia da educação cívica. Esta pesquisa conclui que alguns dos métodos mais eficazes para a construção de conhecimentos, habilidades e disposições necessárias para a cidadania democrática incluem o fomento habilidades dos jovens para expressar opiniões sobre questões, práticas cívicas na resolução de problemas e tomada de decisão, e se envolver na aprendizagem com grupo colaborativo, projeto baseado aprendizagem e simulações de eventos do mundo real. Jogos incorporaram muitas dessas técnicas de aprendizagem interativos e experienciais. Raphael, Bachen, Lynn, Baldwin-Philippi and McKee, 2008 – Tradução por autor.

Segundo o Potencial Cívico em Games, McArthur Foundation relata com início em 2007 - “Pew Study”, (com atualização em 2008), o estudo que questiona jovens que possuem experiências com vídeo games, direcionado a investigação social, que promove o engajamento cívico através de jogos eletrônicos.

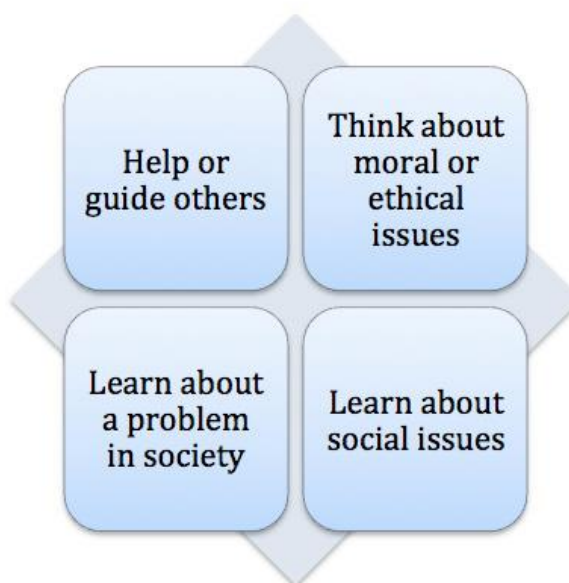
Ao observar o relatório, pode-se discernir a respeito de como jogos com conteúdo político e cívico como SimCity, The Sims, Civilization, jogos com participação de

multijogadores, atuam segundo a experiência dos jovens, dos diálogos criados com intermediários da pesquisa, da comunicação com seus parentes e educadores. As respostas mediante a oportunidade de verificar as perspectivas dos jovens, que aparentam ser relevantes em relação à política, cidadania, ações voluntárias e de sociabilidades. Kahne, Middaugh, Evans, 2009.

A pesquisa lista as seguintes experiências cívicas para SIG:

1. Ajudar ou guiar outros jogadores;
2. Pensar sobre assuntos morais e éticos;
3. Aprender sobre um problema na sociedade;
4. Aprender sobre assuntos sociais.

Figura 8 - Quatro Chaves para o SIG



Fonte: Ruggiero, 2013.

A autora Dana Ruggiero com o uso deste relatório em experiências cívicas, revisou e identificou quatro chaves no SIG que são analisadas por exemplos. Uma importante observação ao relevar, é que o estudo se encontra no Anexo I desta pesquisa, e que o autor propõe sob argumento de atualizar o estudo do SIG, com o uso de chaves, a possibilidade de dar mais exemplos, e usar por relativa análise dos fatos e abordagens dos jogos, que assemelham com o artigo original para dar mais ênfase na chave. Fato este que preserva a importância do artigo original, assim como alguns exemplos,

porém o autor verifica a possibilidade que esta ação, pode melhorar a avaliação por cada leitor, dar abrangência de quais são os recursos do uso da chave, e utilidade para os indivíduos, seus valores éticos, morais e humanitários na sociedade.

**As chaves** assim tanto no Pew Study, no estudo da autora Ruggiero, como nesta pesquisa – **representam os atributos, que são fatores sociais dos jogos citados**, em relação ao passar a mensagem, num modo de caracterizar, segundo o contexto do jogo, como auxílio para determinar se o objeto de estudo pode ser um SIG.

### 1.6.1. Ajudar ou Guiar outros jogadores em games

As simulações de experiências potencialmente transformadoras, gerenciando relacionamentos e lideranças dependem de jogadores que guiam outros jogadores, propiciando no ambiente uma troca de habilidades e talentos, jogos multiplayer, (multijogador), conhecidos como MMORPG – Massive Multiplayer Online Games, exemplo: Raise the Village baseia-se nos bens virtuais, conseguindo ajudar os moradores da vila virtual, também é possível auxiliar a construção de fazendas e outras construções para amigos, permitindo uma maior participação, além de contribuir no mundo real com os moradores em Uganda. Ruggiero, (2013).

Figura 9 - Vila Virtual do game Raise the Village



Fonte: Purposeful Games for Social Change, 2014

A relação benéfica de apoio virtual a moradores de uma vila virtual, participações de amizades e apoio por doações a Uganda, caracteriza a relação dos jogadores num possível contexto humanitário, ao trazer possíveis ideias de cooperação e contribuição para ações sociais no mundo real, o que pode-se ter conteúdo com valores éticos e



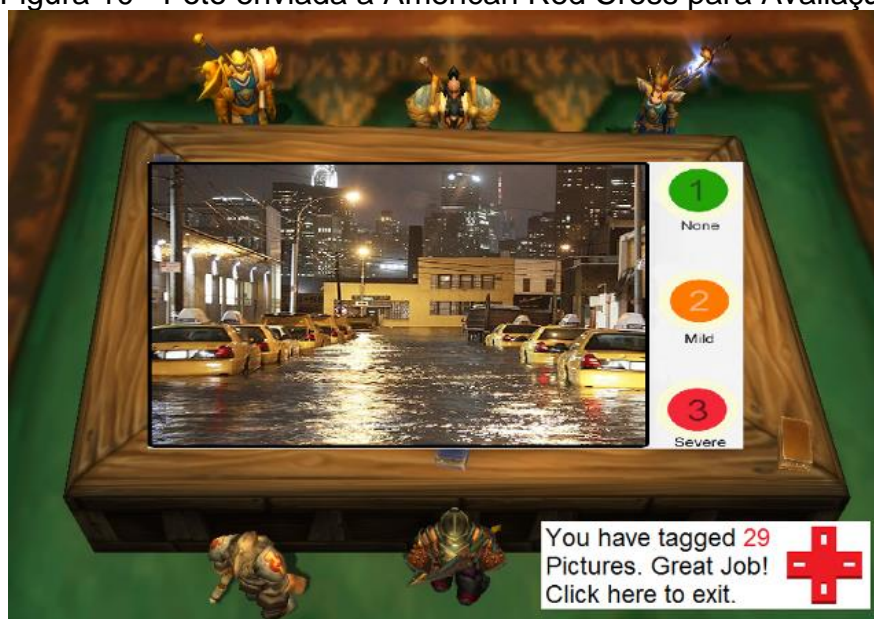
auxílio a comunidades em Uganda.

#### 1.6.1.1. World of Warcraft com ajuda humanitária - IRL

A pesquisadora de games McGonigal em 2010, levantou a hipótese de uso de games para resolver problemas reais. Após 3 anos da palestra, a Internet Response League (IRL - <http://internet-response-league.com/>), surge e adota programas de dever cívico em nível mundial. O artigo conta com algumas indagações providas da palestra de McGonigal sobre como fazer os jogadores terem motivações com suas capacidades de participar em atividades cooperativas para salvar o mundo real maiores que as motivações para salvar o mundo virtual. Patrick Meier, que é um humanitário, inovador em tecnologia para crises, quem primeiro propôs o IRL, e como primeiro projeto, propôs que os jogadores não deixassem o mundo virtual, mas utiliza-se uma extensão “*Plug-in*” da IRL, para notificar e pedir ajuda aos jogadores quando houvesse catástrofes.

No caso do World of Warcraft, (Wow), fotos vindas da rede social Twitter, são georeferenciadas, organizadas e avaliadas por dano ao ser visualizada, Com alocação de robôs de pesquisa para filtrar os “*Tweets*” conhecido como dados do Twitter, que foram: dano, urgência e local e a doação de jogadores de 2,3 milhões de dólares por jogadores do Wow a ação pode ser realizada. Os dados coletados, para a “*American Red Cross*”, deram conhecimento mais rápido de como proceder.

Figura 10 - Foto enviada a American Red Cross para Avaliação no Wow.



Fonte: Fast Company, 2013

Meier propõe que jogadores serão capazes de fazer triagem de fotos em várias categorias, e descreveu este conceito como “Humanitarismo Digital”. Meier acredita que ao premiar um jogador, possa convencer ao voluntariado, com tempo em investimento emocional, no caso, poderia refletir na motivação, os jogadores podem continuar voltando. Com o uso de um fórum o grupo do IRL, usa sugestões de criações de armaduras, banners, que permite jogadores a mostrar o serviço social real, dentro do jogo, e tenta trazer novos integrantes. Há certos problemas ao se trazer mensagens e itens, o que gera repercussão não aceita pela comunidade de alguns jogos, porém não houve indícios das empresas trabalhadas, como a Blizzard ou a Riot Games que fechou um acordo de recompensas por cartão american express, ao se ter publicidade com interligação com games, “*in-game*”. Meier comenta que os jogadores podem ser mais tolerantes com propagandas sem fins lucrativos que cartões de crédito, cita a Penny Arcade que alcançou \$250,000, (duzentos e cinquenta mil dólares) em 2003 com o “Child’s Play Charity”, para caridade com crianças. Lumb (2013).

A idealização do IRL e as campanhas conectadas com os games em modo de multijogador, permitem um maior alcance da campanha humanitária, além de obtenção de dados com mídias sociais conectadas aos plug-ins por jogadores, as Organizações como a American Red Cross, podem usar os dados para tomada de decisão, o que pode ocasionar num novo rumo aos games, o Humanitarismo Digital que envolve todo esse ambiente digital com o real, cria repercussões o que pode gerar mais visibilidade a campanhas, maior velocidade na arrecadação de dados por alguma crise, desastres naturais, e maior envolvimento de jogadores para serem voluntários.

#### **1.6.1.1.1. World of Warcraft - Adote animais de estimação virtual**

O World of Warcraft (Wow), também criou outras campanhas com o American Red Cross, que em complemento ao artigo acima. O Wow disponibiliza animais de estimação como o **Argi** que com o valor adquirido durante o período de 3 a 31 de dezembro de 2014, pode ser revertido em doações para **American Red Cross** ao auxílio do caso do vírus Ebola na África.



Figura 11 - Campanha do American Red Cross contra o Vírus do Ebola na África



Fonte: Blizzard Entertainment, 2015.

A campanha do auxílio contra o vírus Ebola na África, pode ser caracterizado pela mobilização entre os jogadores que apoiaram comprando o Argi. Blizzard Entertainment, (2014).

O **Cinder Kitten** é um outro animal de estimação que obteve arrecadação de 2,3 milhões de dólares no dia 31/01/2012 para ajuda contra a tempestade Sandy. Blizzard Entertainment, (2013).

O **Cenarion Hatchling** é também outro animal e obteve 100% da arrecadação entre os dias 5/02/2011 à 31/07/2011, o preço era de \$10,00, (dez dólares), e a doação era para vítimas do terremoto no Japão, a ação conta com a American Red Cross, com fornecimento de abrigo, comida, apoio emocional, entre outros. Blizzard Entertainment, (2011).

Nas 4 campanhas que a empresa Blizzard, responsável por desenvolver o World of Warcraft, desempenhou atos humanitários, com apoio dos jogadores, pode-se observar a monetização para o auxílio de campanhas humanitárias, o que pode gerar a possibilidade de futuras campanhas utilizarem essas ações por ocorrer de forma mais direta num mundo virtual poderá contribuir para ações sociais no mundo real. A ação pode motivar e inspirar, os jogadores a ajudarem a uma causa nobre, no contexto do auxílio humanitário.

#### 1.6.1.2. Humanitarian Game

Dentro do foco de ajudar aos outros, os participantes e inclusive desenvolvedores

(programadores) do grupo Youth<sup>2</sup> criaram um game para ajudar a divulgar e conhecer as “Organizações Não Governamentais” – (ONGs) com o uso de celulares. Os jogadores precisam desbloquear as missões cumprindo desafios, como o de realizar boas ações aos amigos, família, estranhos e ONGs.

Este grupo promoveu um teatro chamada de “Cycles of Kindness” para captar recursos. Eles utilizam de um conselho consultivo para analisar propostas de crianças, dando benefícios como: auxílio para publicações, financeiros, projetos de serviços públicos, como uma organização filantrópica.

Figura 12 – Grupo Youth<sup>2</sup> numa peça de teatro para captação de recursos



Fonte: Grid Saratoga, 2013

A ação teatral do grupo se mostrou com uma conotação humanitária, e válida ao levantar fundos para um possível jogo humanitário. Dimopoulos (2013).

#### 1.6.1.2.1. Humanitarian Game - Explicação do Game

Para comemoração do mês nacional do Voluntariado, (relacionado a abril nos Estados Unidos), jogadores realizam desafios como preparar e servir uma sopa para um abrigo, depois de completar é recebido QR Code, que pode ser digitalizado por um celular ou num computador que tenha um digitalizador. Após isso é desbloqueado outro desafio ou prêmios especiais. Com apoio de vários professores e recepção da

comunidade junto com um forte patrocínio, jovens se envolvem com trabalhos nas ONGs. Segundo o artigo os Jogos representam uma oportunidade única para as organizações a alcançar os jovens e suas famílias, podem ter pouco ou nenhum conhecimento de sua existência ou a compreensão desses problemas sociais abordados. Greene, (2013).

Figura 13 - Site com os Desafios do Humanitarian Games

The screenshot shows the Humanitarian Games website interface. At the top left is the logo for 'HUMANITARIAN GAMES 2013' featuring a bird. The main header reads 'DON'T JUST PLAY THE HERO. BE THE HERO'. On the right, there's a user profile for 'ASHLEY GROGAN'S HERO PROFILE' with '40 POINTS' and a progress bar. Below the header, there's a difficulty level selector with 'Easy 1 2 3 4 5 6 7', 'Medium 1 2', and 'Hard 1 2'. An 'INVITE FRIENDS' button is also visible. The main content area is titled 'Easy CHALLENGE 1' and describes a challenge for 'Rebuilding Together Saratoga County'. It includes a 'FACTS' section with statistics about the organization's work. At the bottom, there's a QR code and a code entry field with the text 'SCAN QR CODE PROVIDED BY ORGANIZATION' and 'OR ENTER CODE:'. A red 'OR' button is positioned between the QR code and the code entry field.

Fonte: Grid Saratoga, 2013

Um pequeno comentário com a relação da figura 13: é possível ver o 1º desafio, com as missões, convite para amigos auxiliarem, a pontuação, fatos, o código em “QR”, e se a missão está completa.

"O serviço abnegado é a receita para experimentar a unidade da humanidade. É a maneira de transcender o ego. Para o bem de quem está realizando serviço? Para seu próprio bem. Você faz isso para se tornar ciente do Atma dentro de você .... para responder à pergunta "Quem sou eu?" (BABA, 2016 – Tradução realizada por autor).

A seguir será aprofundado o Humanitarian Game, sua jogabilidade, informações sobre o projeto e dinâmicas criadas para os participantes de Saratoga.

#### **1.6.1.2.2. Lançamento do Humanitarian Game**

O artigo da Grid Saratoga ou conhecida como Saratoga Wire, jornal com nacionalidade norte americana, da cidade de saratoga, expõe o dia de lançamento do Humanitarian Game no mês considerado como mês do voluntariado, os jogadores poderão visitar as ONGs locais, como desafio de serviço comunitário. Ao completar um desafio, como o de preparar sopa para servir em abrigos, o jogador ganha um QR Code, que é usado com o leitor de um celular para um novo desafio. A Youth2 tem a missão de inspirar voluntários jovens. A comunidade, escolas e as ONGs, segundo o artigo, cooperaram e se envolveram na questão do serviço voluntariado, além de empresas patrocinam o marketing do game. Há uma possível oportunidade de jovens e as famílias conhecerem as ONGs, e o game serve como ferramenta de iniciar um serviço comunitário. Segundo o artigo ter o envolvimento direto com uma organização local de trabalho sobre a pobreza, a violência doméstica e as questões ambientais, por exemplo, que isso vai ajudar a colocar estas questões em perspectiva e colocar o trabalho de base para uma propensão ao longo da vida para o serviço.

No ponto de vista social, este game parte para um nível de execução colaborativa, diferenciando de outros games, que simulam ações, este utiliza o mundo real, com o uso da internet para informações sobre cada local e orientações do desafio, além de ter possibilidades de criar uma abordagem ativista desde o conhecimento à realização de tarefas humanitárias, por membros jovens de comunidades, suas famílias em colaboração com ONGs. Greene, (2014)

#### **1.6.1.2.3. Humanitarian Games - Desafio do filme: Rape or Regret? A Jury's Dilemma**

O filme sobre agressão sexual, facilitada pela equipe Domestic Violence and Rape Crisis Services, é a pauta para uma discussão entre pais, professores e adolescentes, devido a um relato em Saratoga no ano de 2010 que 25% das vítimas de agressão sexual terem entre 13 a 19 anos, e em 2011 o índice subiu para 34%, com os seguintes fatores:

- A vítima estava sob a influência de álcool;
- A agressão sexual aconteceu durante ou após uma reunião adolescente;
- A vítima estava familiarizada com o autor.

Os dados levaram ao desenvolvimento e produção do filme exibido, que pode ser assistido (um trecho), no site do artigo.

Este desafio em particular pode ter a possibilidade de no meio de um game expor os problemas sociais, e conota uma forma da própria comunidade expor e ter uma discussão sobre um assunto que compromete a segurança, na discussão talvez tratem as formas de lidar com a segurança, a agressão sexual e bebidas alcoólicas. O que é uma forma de aprendizado coletivo, com instrução para a comunidade a ter noções baseadas em fatos reais, com os problemas de ocorrência local, o que pode ter a possibilidade de utilizar um game para abordagens de temas atuais que necessitam de compreensão e que podem ser revistos com a comunidade. Greene, (2014)

Ajudar aos outros por meio de games tem obtido êxito ao colocar o game como uma ferramenta para conhecimento e interatividade com aspectos do mundo real, seja essa interação numa comunidade virtual que simula uma real, ou colocado no segundo exemplo, que além de conhecer, ajudar ONGs e propor atos de voluntariados e ativismo social, pode gerar toda uma nova visão para aproximar estudantes, pais, ONGs e a comunidade, fortalecendo a ética e valores humanos para um bem comum.

#### **1.6.1.3. Resolução em ajudar ou guiar outros jogadores em games**

No caso Vila Virtual com ajuda a Uganda teve valores éticos, como forma de contexto para auxílio ao mundo real. No World of Warcraft com IRL e ações conceituadas como Humanitarismo Digital, trouxeram o mundo real para o virtual, criando um vínculo com os jogadores e organizações de apoio a ajuda humanitária, com motivações e persuasões benéficas para os jogadores, demonstram que talvez seja possível utilizar games para ações sociais, direta, como no caso de tirar fotos, monetizar para uma campanha da organização humanitária ou virtualmente no caso de referenciar e utilizar critérios para avaliação das fotos. O Humanitarian Games, segundo os artigos pode servir para vários propósitos comunitários, de ações sociais reais, com apoio de estudantes, professores, membros da comunidade e as ONGs, que são a chave para fazer o bem ao próximo, como atitude ética, e benéfica para todos os envolvidos, os jogadores que podem ganhar com incentivo na escola ou na formação da educação social, e as ONGs que começam a ser mais conhecidas, que tem o papel além de dar



a senha para a próxima missão, ensinar ao jogador caso não saiba como proceder, e facilitar o desempenho voluntariado da pessoa ao doar um tempo para completar a sua missão.

### 1.6.2. Pensar sobre moralidade ou assuntos éticos no SIG.

Através de uma atmosfera controlada de um game os jogadores passam por situações morais e éticas, com escolhas de realizações ações positivas ou negativas.

Ao citar Miguel Sicart com o game XIII, o qual o jogador que tem um personagem de assassino, uma regra do jogo é a de não matar o policial de banco, ao realizar o feito o jogo é reiniciado, numa outra cena a ação de bombardear terroristas, talvez estes atos possam induzir o jogador a discernir sobre o uso ético verdadeiro e ações contraditórias e de natureza contra a sociedade. A autora Dana Ruggiero comenta que a importância da ideia da escolha, desenvolve escolhas morais e senso de certo ou errado, através da experiência com o game. O título “September 12” permite que o jogador sem saber do objetivo do game, recebe uma mira numa aldeia do Oriente Médio, caso o jogador atire em terroristas, estes se mostram como pessoas inocentes e seus familiares se transformam em terroristas, não há como ganhar, pois quanto mais inocentes mortos, mais terroristas surgem, a autora propõe que não se atire, pois não há um objetivo definido e com isso expõe que este game teve exibição em museus e entre alunos e professores para expor o tema do terrorismo. Ruggiero, (2013).

Figura 14- Cena do jogo 12 September



Fonte: Web game as political argument: September 12th

O conceito de escolher para que se possa eventualmente aperfeiçoar discernimento,

pode ter uso construtivo em análises de problemas sociais e dissertações sobre o uso do que é ético ou que tenha valores humanos em forma de moralidade em meio a comunidade, talvez propiciando um melhor entendimento de si e da visão de mundo, ou seja, possibilidades para o autoconhecimento.

#### **1.6.2.1. Food Force**

Produzido pela ONU, Organização das Nações Unidas, com o objetivo fictício de auxiliar uma população numa ilha no meio da seca, o game tem intenção de ensinar crianças sobre os desafios logísticos de fornecimento de ajuda alimentar em uma grande crise humanitária. Há seis missões, na interface aparece texto de diálogo ou auxílio, “prompts”, que direciona o jogador para realizar a missão, além de assistir um curta antes de cada missão, fazer um relatório e praticar a habilidade antes da missão. Caso não consiga completar a missão o nível da habilidade o jogador é incentivado a tentar de novo, o game lembra que há uma nação com fome e seca e que o jogador precisa fazer um bom trabalho.

Este game caracteriza por ter aprendizagem de responsabilidade social e logística como fortes, além de focar nos direitos humanos, condiz com uma possível realidade de impacto social. Ruggiero, (2013).

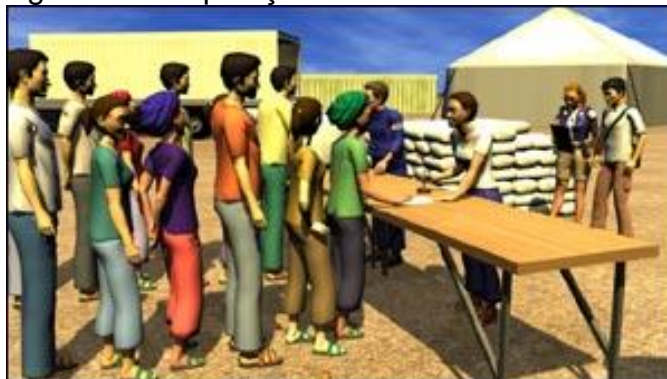
O WFP maior agencia humanitária utiliza este game para ensino com temas como exemplo

- O que é a fome e quem está com fome?
- Por que as pessoas têm fome e são mal nutridas?
- Como podemos colaborar para acabar com a fome?

As 6 missões estão a seguir:

1. Observação Aérea: o acesso a crise
2. Fórmula Nutritiva: criando uma fórmula para uma refeição nutritiva
3. Pacotes de Alimento: descarregando a ajuda alimentar com aviões
4. Encontre e Despache: aquisição alimentar global
5. A Marcha da Comida: logística terrestre
6. Cultivando o Futuro: projetos de ajuda alimentar de longo prazo

Figura 15 - População recebendo mantimentos



Fonte: Scholastic, 2014

A parceira das Nações Unidas, FAO com a iniciativa educacional "Alimentar Mentes para Acabar com a Fome", apresenta como complemento do game, temas em formato de iniciativas para preparar e estimular a população jovem a colaborar para ajudar a criar um mundo sem fome. WFP, (2014).

O Food Force pode ser considerado uma campanha global e relativo a questões sociais, é uma forma utilizada para talvez a longo prazo impactar comunidades carentes, a fome e sede em si, são características básicas de necessidades humanas, como forma de aprendizagem e futuro auxílio ao WFP, e regiões atingidas por catástrofes naturais como o game transmite, ou talvez por opressões políticas e de desenvolvimento, este game pode ser útil ao transmitir o quanto é necessário a sustentabilidade e distribuições de alimentos para as comunidades carentes.

#### **1.6.2.2. Aspecto com Drogas no game Infamous Second Son**

Com relação ao aspecto moral ou ético é possível verificar que alguns games que possam ter um ambiente que o jogador opte por escolhas positivas ou negativas utilizem temas como as drogas para que o jogador possa discernir sobre o que realmente é correto. No tema proposto o título Infamous Second Son, que trata de uma continuação da história fictícia entre homens com poderes que possam escolher entre o bom ou mal no contexto fictício de terrorismo, drogas, vícios de games, entre outros. Wikipédia, (2014).

Uma das histórias que entram na visão de luta com as drogas é da personagem Abigail que se vê com o irmão mais velho Brent, nas ruas e com a máfia russa num trabalho de tráfico em Seattle, os dois para mudar de vida, pretendem ir ao Canada num barco,



porém a Abigail tentando auxiliar o Brent com uma tarefa. A máfia (denominada no game de Akurans), sequestra o Brent. A Abigail se vê na missão de encontra-lo. Após perceber a presença do chefe da máfia com o Brent como refém, o chefe obriga a Abigail a realizar trabalhos para ele. Porém a Abigail se revolta e destrói caminhões de drogas, o que faz o chefe da máfia criar uma emboscada, com o contato com a Abigail relatando onde deva se encontrar. Após chegar e combater a máfia, o chefe deste grupo injeta drogas na Abigail, o que faz ela ter alucinações e ao fim explode o que provoca acidentalmente a morte de Brent. Após dois anos Abigail conta sua história para o chefe do DUP (Departamento Unificado de Proteção), que representam quem combate as pessoas com poderes especiais como descrito especificamente neste link [http://infamous.wikia.com/wiki/Department\\_of\\_Unified\\_Protection](http://infamous.wikia.com/wiki/Department_of_Unified_Protection). A chefe do DUP revela após história contada que Shane que é o chefe da máfia foi capturado e é revelado a ela. Isto a deixa com raiva e para se vingar mata o Shane e de outros mafiosos. Após sete anos num transporte com outros detentos, o veículo cai e ela acaba escapando.

Figura 16 - Brent sendo capturado por Shane



Fonte:Wikia, 2014.

É possível verificar que neste trecho a uma história que como toda ficção revela através de metáforas, fatos reais, que talvez possa ocorrer quando a pessoa está indecisa sobre algum tema, no caso deste título - indecisão sobre violência e drogas.

Os games podem talvez trazer à tona esta realidade, por meio da simulação interativa, alertando sobre os problemas sociais, instigando o jogador a escolher qual deva ser o caminho correto, ou não, dependendo da ação do jogador. O fato de trazer a

realidade de problemas sociais em forma de ficção, com a interatividade nas escolhas morais e éticas talvez revele uma grande oportunidade para que as pessoas possam incluir dentro de seus projetos ou compartilhar com pessoas que estiverem com relação a aprender mais sobre um assunto social, sobre violência e uso de drogas, possa utilizar estes games. Wikia, (2014).

### **1.6.2.3. Social Express**

Game que auxilia a possíveis melhoras de comportamentos sociais, morais e éticos. O game para possíveis públicos infantis / jovens, relata com uma modelagem social integrada a aprendizados comportamentais, para possíveis resultados de encontro a sociabilidades que o jogador, pessoa responsável por jogador ou instituição possui ou procura aperfeiçoar. O site oficial do game relata que há possibilidades de gerir situações sociais, com melhorias nas aptidões dos jogadores, com possíveis habilidades fundamentais necessárias para se tornar uma pessoa socialmente competente. Na visão geral o game em questão inclui em as seguintes características:

- Integrar muitos componentes, incluindo: \*regras ocultas, conceitos pensamentos social, também nomeada como método proprietário de Social Thinking®, modelagem de vídeo, a autorregulação (ou autodiscernimento), e resolução de problemas para ajudar o usuário e adulto "juntar toda a cena";
- Usa uma representação visual de ideias para ajudar com a compreensão da informação auditiva;
- Fornece modelos de ambos os resultados positivos e negativos;
- Permite múltiplas respostas com resultados diferentes;
- Apresentações de ensinamento de dicas, para ajudar o adulto a trabalhar com o usuário para expandir em cada lição;
- Fornece impressos para a generalização das habilidades apresentadas. Social Express, (2014).

As características gerais apresentadas talvez conotem o auxílio para a aprendizagem de uma vida social integrada com grupos de pessoas, ajudando o jogador a identificar modelos positivos e negativos de comportamentos éticos e morais com amigos ou na sociedade.

\*As regras ocultas, ou “hidden rules”, podem ser interpretadas neste caso, como referentes ao instrutor ou criança/jovem, verificar com a ajuda do game, quais são os comportamentos identificados como introspectivos para lidar como exemplo: respeitar aqueles em uma posição de autoridade, reconhecer o espaço pessoal dos outros, falando em um volume, no caso altura da voz, adequado, com atenção a linguagens corporais, ou seja, possíveis regras que não são ensinadas na escola, ou ditas em sociedade, acabam tendo conotações ocultas. Shapiro, (2011).

“A educação tradicional tem-se ocupado em desenvolver o intelecto e as habilidades do homem, mas tem feito muito pouco para desenvolver suas boas qualidades. De que serve todo o conhecimento, se o indivíduo não adquiriu bom caráter?”. BABA apud Anastas Maraslis, (2015).

As crianças e jovens podem ter resultados diversos com aplicação deste método, segundo o site oficial do game, os potenciais benefícios incluem a capacidade de:

- Identificar sentimentos em outros;
- Compreender a importância de "contato visual" (pensando com seus olhos), a fim de descobrir o que dizer ou fazer em situações sociais;
- Leia os sinais sociais não-verbais;
- Identificar estratégias de enfrentamento adequadas;
- Aprenda a iniciar conversas;
- Aprenda a fazer parte de um grupo;
- Saiba mais sobre as regras ocultas em situações sociais;
- Situações de sequências e inferir o que virá a seguir;
- Descobrir o que falar com os amigos;
- Monitorar quando os outros estão usando comportamentos sociais apropriados
- Aprenda a usar linguagem figurada (expressões idiomáticas), em conversa;
- Permaneça no tópico ao ter conversas;
- Cuidado em situações sociais. Ao desdobramento da situação, ver como o comportamento pode ter consequências negativas ou positivas. Social Express, (2014).

Figura 17 – Utilização de modelagem 3D de personagens para vídeos



Fonte: The Social Express, (2014).

A lista contém possíveis resultados, abordando a sociabilidade, de forma que esteja intrínseca num possível futuro com a criança/jovem se deparando com as mais frequentes situações sociais, de maneira que o indivíduo tome a decisão com base no aprendizado de certa forma que seja coerente, com caráter, moral e ético, ou seja, com relação a ação correta.

“A terra é profunda e a sua sabedoria é grande. Escute as pedras e escute o vento. Se todos fizessem algo pelos outros, não haveria ninguém necessitado em todo o mundo”. - Nerbum, (2015).

A importância de se cultivar bons hábitos na comunicação, ou seja, praticar o ouvir e criar um discernimento benéfico para conclusões em falas e atos, com possibilidades de uma melhor comunicação entre os indivíduos do grupo, e de amenizar possíveis situações de constrangimento por uma ação não benéfica ou não adequada ao momento.

O jogo proposto contém a habilidade de transmitir o conceito de sociabilidade a crianças e pessoas de várias idades, com possibilidades para tratamento de doenças que afetam habilidades cognitivas, de comunicação e acalmar possível intriga ou discussões. Ao verificar todas as importâncias citadas, com diversas circunstâncias, pode-se averiguar que há uma possível transmissão da moralidade com focos nas relações intrínsecas, no caso de passar mensagens de autoajuda e extrínsecas que é na relação social. The Social Express (2014).

#### 1.6.2.4. Games com Empatia

Conhecido como “Empathy Games”, considerado para Vander Caballero um gênero para jogos, (assim como existem outros gêneros como ação, aventura, indie ou independentes). Através da mecânica de jogo envolvida para resultar numa possível empatia, considera os jogos criados por sua empresa Minority Media como “jogos significativos”, viabilizando como exemplo, ter perspectiva de uma outra pessoa, no momento em que o jogador habita este personagem em seu mundo virtual.

Porém como termo é amplo e com ocorrência em vários títulos de jogos, e em alguns casos podem resultar do jogador ter empatia por um jogo, Mattie Brice discorda do termo.

O artigo comenta jogos que utilizam a empatia para disponibilizar momentos de caridade, amor em diversas situações conflitantes, como exemplo: parente com câncer - *That Dragon, Cancer*, demonstração de metáfora de monstro ao relacionar a experiência do pai alcoólico do autor Vander Caballero - *Papo & Yo*, situações em guerras - *This War of Mine*, enfrentar abusos e discriminações ou evitar contato humano - *Mainichi*, são relacionados a lidar com a empatia. O jogador então como possibilidade pode enfrentar estes assuntos ao jogar alguns títulos com estes aspectos.

Ao ter a proximidade do jogador com estes enredos, no contexto de resolução do problema, segundo o artigo, podem trazer uma certa sensação de conforto e empatia. Bartelson, (2014).

O autor Vander Caballero em seu discurso para o evento GDC em 2014 aborda o tema, com vários exemplos relacionando características de seu trabalho, com os títulos apresentados. Uma citação correspondente ao jogo *Spirits of Spring*: “A metáfora é tão crucial - ajuda (jogadores) conectar a sua história, e não ter medo dela”. Traduzido por autor.

Segundo o vídeo relacionado ao artigo, o jogo citado “*Silent Enemy*” (também nomeado de “*Spirits of Spring*”), utiliza a metáfora de corvos como pessoas que praticam o bullying, e relaciona a importância de demonstrar que assim, como existe pessoas de “má fé”, realizam atividades lúdicas errôneas com outras pessoas, os corvos na metáfora atrapalham o personagem e ao coletar esferas, relacionadas a

espíritos anciões, os corvos não trazem mais problemas.

O artigo destaca o comentário do autor de lamentar por alguns jogos entrarem no gênero de “jogos independentes” ou “indie”, o que talvez possa diminuir o valor dos jogos empáticos, além de expor sobre o valor de explorar como os jogos podem evocar emoções além da satisfação, medo e emoção. Gamesutra, (2014).

A empatia em games, tem sua importância ao relacionar moralidade, e relações éticas por fortalecer emoções e padrões de comportamento nas adversidades ocorridas em situações cotidianas. Ao relevar atitudes com empatia e sentimentos de proximidades resultantes de conflitos, haveria possibilidades de aprender sobre, com uma visão acurada sobre maneiras de lidar com situações e emoções geradas delas, como autodiscernimento e autoconfiança.

#### **1.6.2.5. Resolução do pensar sobre moralidade ou assuntos éticos no SIG**

O conceito de pensar sobre moralidade ou assuntos éticos no social impact game pode ter base no controle da atmosfera do game, porém a escolha, correta ou não, pode vir a depender do jogador, os principais fatores destes cenários apresentados, podem ser o que perguntar, de forma clara ou no contexto do game e a resposta dada por o jogador com base no que refletiu durante o desenrolar do game, com atitudes consideradas éticas, que promovam o bem estar e a segurança como possível impacto no game “September 12”, ou se colocar no papel do personagem, e talvez discernir sobre responsabilidades e segurança com contatos realizados, como amigos, verificando se a atitude pode trazer benefícios ou não como no caso do Infamous Second Sun. O Social Express recria ambientes sociais, com diversas opções de aprendizagem ética, moral, com foco na sociabilidade, que contem possíveis ferramentas para fortalecer o comportamento e motivação do indivíduo, é um game que demonstra o fator de se expressar de forma flexível, com ações benéficas a si e ao próximo, de forma o jogador possa ser sociável e de inspirar um bom caráter. A empatia em games pode resultar em como a pessoa pode lidar melhor com situações de conflitos.

O que podem ter semelhanças entre estes, é a abordagem do autoconhecimento, seja por cenários, histórias ou aprendizagem, controlar a atmosfera para a realização de priorizar o comportamento do indivíduo, no caso do jogador, se há possibilidades de

trazer benefícios para a sociedade, além de inspirar e motivar toda uma geração de crianças, jovens e adultos para recriar de forma sustentável, os comportamentos condizentes a um bem-estar comum. Estes podem levar a ideais nobres, e talvez possibilitar um impacto social com responsabilidade e afeto ao próximo, promovendo a unidade entre as pessoas.

### **1.6.3. Aprender sobre problemas na sociedade com games**

A relação com problemas na sociedade com games, são que oferecem uma interatividade para explorar a realidade de forma que o jogador possa tentar sobreviver, encontrar maneiras de resolução, ou aliado a campanhas para promover defesa de fatos reais.

A autora Dana Ruggiero utilizou dois jogos para expor estas características, Darfur is Dying, será exposto mais adiante e Homeless que é um jogo estilo tabuleiro como cidade e sobrevivência com a utilização de lixeiras e como pedinte, para satisfazer as necessidades básicas de autoestima, fome, fazer necessidades básicas e saciar a sede. Porém a um projeto que tende a seguir o mesmo rumo com mais funções, com o mesmo título como a seguir. Ruggiero, (2013).

#### **1.6.3.1. Game Homeless - IBeg**

O jogo Homeless (apesar do mesmo título, não tem aparência de tabuleiro) refere-se simula um morador de rua forçado a viver nas ruas. O jogador precisa tomar conta, dando as necessidades humanas como saudável, deixa-lo feliz, com recurso financeiro através de pedidos, ou tocando um instrumento musical, oferecendo ajuda para arrumar um carro, podendo sofrer ou não ao interagir com outros personagens no mundo virtual. Last Pick Production, (2013).

Uma parte do site revela que ao comprar o jogo ou algum item com dinheiro real, este é convertido em mantimentos e auxilia moradores de rua reais como na imagem a seguir:



Figura 18- Sobre a ajuda real quando há compra do game



Fonte:, (2014)

Este game pode ser comparado com a pirâmide de Maslow citado no início deste documento no capítulo 1, ou seja, talvez possa ter traços de necessidades como fisiologia, segurança, relacionamento e autoestima, para ter uma vida melhor.

Essa revisão pode ser estendida a outros games que por estudo pode-se cruzar informações do Potencial Cívico de Games com as necessidades descrita por Maslow em cada caso de estudo, e talvez chegar a certos indícios de games com perfil social, que tenha base em fatos humanitários, relacionados com problemas ou assuntos sociais, éticos e morais, que ofereça uma oportunidade de servir ou ajudar a uma ou mais causas e (ou) pessoas.

### 1.6.3.2. Beyond two Souls

Game lançado em outubro de 2013, com 3 nomeações importantes como BAFTA Awards - 2014, International Film Music Critics Award (IFMCA) - 2013 e Satellite Awards - 2013, segundo o que foi descrito no site oficial do IMDB - <http://imdb.com/title/tt2192570/awards>.

Há importantes trechos que mostram a vida social, porém de uma forma fictícia, um trecho do game expõe de forma cinematográfica e interativa uma menina chamada Jodie e uma energia chamada Aiden, que no caso a Jodie controla para realizar as missões, num cenário de moradores de rua.

O capítulo 10, no jogo tem o foco em Jodie que após uma fuga contra polícia e CIA, se encontra na rua e cai perto de um beco. Com a energia Aiden o jogador atrai a atenção de um homem sem-teto (Stan) que então a leva para sua casa, debaixo de uma ponte.



Stan comenta que cuidou dela quando inconsciente, e depois ela conhece outros habitantes que vivem com Stan: Tuesday (apelido de Elisa – Terça-feira), que é uma menina grávida, Jimmy, um viciado em drogas; e Walter, um ex-professor alcoólatra.

Ao sair o jogador pode escolher entre tentar matar a personagem ou prosseguir, caso for a opção de morrer a energia irá salvar, ao prosseguir, será necessário pensar em como conseguir recurso financeiro para comprar comida, pois há todo um cenário de frio e fome que envolve os personagens, as opções são:

- Roubando o dinheiro de um caixa eletrônico - \$ 10
- Sentar-se e pedindo dinheiro
- Atravessando a rua e, em seguida:
  - Roubando o cofre de um distribuidor de jornais
  - Roubando o cofre de um telefone público
  - Usando guitarra de outro homem sem-teto para obter dinheiro \$15

No fim desta cena será apresentado as reações dos atos para ganhar o dinheiro, caso for com foco que pode se considerar positivo, será elogiado, caso negativo será condenado a personagem Jodie ou a energia. No fim do dia com a pergunta de Jodie sobre como foi o dia, ela revela quanto ganhou (ou roubou), se houver 10 ou mais Stan ficará incrédulo, se Jodie tocou o violão, irá ser elogiada, caso houver roubo será indaga se foi realizada uma má decisão, e se não conseguir dinheiro o suficiente Stan ficará decepcionado e dizer que irão conseguir eventualmente.

Ao sair do mercado com as compras, Stan se confronta com um grupo com um bastão e uma câmera de vídeo. Jodie ao ver a situação, luta e consegue assusta-los e retornar ao abrigo com Stan.

Segue para próxima cena onde ela reconhece a história de cada que em resumo é sobre a violência na gravidez de Tuesday, a relação com drogas de Jimmy, o problema financeiro do ex-professor Walter e Stan que morava lá a 6 meses. Ao ser remetida a perguntas a personagem Jodie pode ser enigmática, sincera ou indiferente. Ao ser acordada com gritos da Tuesday, que iniciará um processo de parto prematuro, para isso invadem um prédio abandonado, e depois pensam em trazer ferramentas necessárias, para isso quebram a segurança de um Supermercado com os poderes da Jodie, levam para o local e Jodie atua como parteira, efetuando os comandos para

as contrações até o corte do cordão umbilical e devolvendo com um cobertor para as mãos da mãe.

A próxima cena segue com o prédio em chamas, Jodie auxilia na função de remover todos dali, inclusive ela, e ao fim retorna o grupo de criminosos que batem na Jodie o que deixa ela em coma e até visualiza memórias antigas e futura e da energia dela. No quarto ao acordar e tocar objetos ela tem uma série de vidências sobre o que acontecerá enquanto estava em estado de coma, como o nome verdadeiro de Tuesday, que é Elisa, o grupo criminoso é preso, Stan consegue trabalho, Jimmy fica sóbrio. Ao final ela vê a CIA o que a faz escapar pulando a janela e após um tempo encontra um policial. Wikia, (2014).

Figura 19 - Jodie com violão para conseguir dinheiro



Fonte: Wikia, (2014)

Esta história fictícia pode talvez envolver de forma imersiva o jogador em relação aos problemas éticos e sociais, além de englobar todos os potenciais cívicos citados e traz características do próximo item, que é aprender sobre questões sociais. Em uma visão geral pode se notar com os diálogos entre as relações dos personagens com histórias de vidas reais, como problemas financeiros, com drogas, de exclusão social, ou de crenças limitantes – ou seja que talvez os personagens creem ser o ideal, violência nas ruas, discernimento do que talvez possa ser considerado certo e errado. Há também o momento em que Jodie sabe que Elisa e Stan estão bem, ou seja, que os personagens conseguem evoluir socialmente e conseguir sobreviver em meio a sociedade. E estas formas no game de meio interativo associados a games com histórias focadas em problemas sociais, relacionamentos de personagens com

característica comunicativa, relações de introspecções com o uso do discernimento e com talvez um grande potencial imersivo, podem promover atitudes positivas.

O aprender com games que retratam problemas sociais, com simulações no estilo do Homeless é possível vivenciar o papel do personagem como um morador de rua, saber quais são suas necessidades e auxiliar em projetos reais. O Beyond Two Souls com um apelo gráfico e o roteiro com a história que define os personagens, reflete de forma mais realista a verdade, consegue gerar imersão no papel da Jodie, que tenta sobreviver com suas experiências, auxilia os personagens ao seu redor e com possibilidades de aprender o que ocorre com outras pessoas, talvez refletir sobre simpatia, obtenção de valores éticos ao semelhante e como pode de forma comunicativa ou com atos auxiliar aos outros.

#### **1.6.4. Aprender sobre questões sociais**

Os games sobre questões sociais são dispostos em uma classificação e escala global, com uso autêntico do problema, facilitada com o uso da inteligência artificial, a autora Ruggiero, (2013), sugere segundo pesquisa que alguns projetos são mal estruturados. Por ser um tema amplo, que pode definir uma quantidade de problemas ou atividades ao redor do mundo, o foco desta sessão é introduzir questões sociais no contexto de games que simulam problemas globais. Há três exemplos disponibilizados no artigo de Ruggiero: o “Darfur is Dying”, “Whale’s Revenge” e o “Food Force”, e para complementar será contemplado o game Spent, Emergency e Executive Command.

##### **1.6.4.1. Campanhas com relação a Fatos reais**

Os games “Whale’s Revenge” e “Spent” são exemplo de como utilizar um game para uma campanha em defesa de fatos reais.

Ruggiero, (2013), retrata o game Whale’s Revenge, um jogo de uma baleia que tenta sobreviver no meio de navios que disparam arpões, chama a atenção dos jogadores sobre o problema da caça às baleias. Esta campanha terminou em agosto de 2013 com cerca de 1,120,012 assinaturas nesta petição.

O controle financeiro com cenários poucos recursos, (cenários neste caso em formato de texto) é o tema do game Spent.

O website <http://umdurham.org> que é relacionado ao Urban Ministries of Durham, organização sem fins lucrativos por trás de um jogo sobre a sobrevivência na pobreza, e sua agência de publicidade, McKinney, anunciam que o SPENT pode agora ser jogado em celulares e tablets. Lançado em fevereiro de 2011, passou continua a ser jogado por milhões de pessoas em centenas de países. Isso e o fato de que mais e mais pessoas em todo o mundo estão usando navegadores da Web em seus dispositivos móveis garantido uma versão HTML do jogo, que foi originalmente desenvolvido usando o Flash.

Com início em fevereiro de 2011, o game SPENT este foi jogado 4 milhões de vezes por 2 milhões de pessoas em 218 países, com uma média no jogo de 11 minutos e 46 segundos, com ganho ao redor de \$70,000 (setenta mil dólares), segundo fatos do artigo datado no dia 29 de julho de 2014. UMD, (2014).

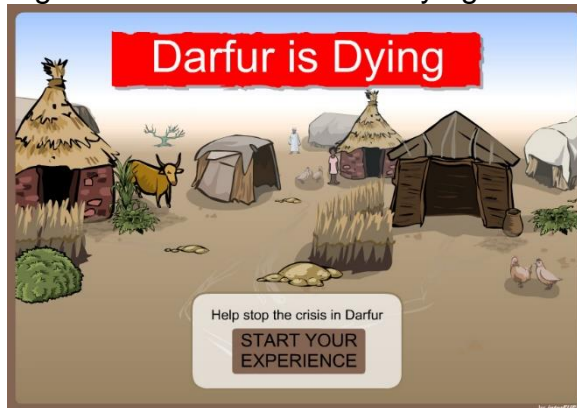
"Os professores e professores universitários especialmente se apaixonaram sobre o uso do SPENT, usando o game para mostrar aos alunos os problemas enfrentados por aqueles que vivem em situação de pobreza. Várias vezes por mês, temos chamados de professores que pedem para usar o jogo ou nos dizendo as fortes emoções que evocados em suas salas de aula. Os designers de games da McKinney usaram cenários reais enfrentados por nossos clientes e trataram deles com compaixão e humanidade, e isto vem à tona quando as pessoas jogam." – UMD, (2014).

A relação a campanha que o game SPENT expõe de usar a internet como ferramenta para simular uma pessoa que tem poucos recursos, é talvez válida para criar possíveis ideias no contexto de auxiliar pessoas que se encontram na pobreza, como forma de campanhas de arrecadação de recurso financeiro. E todos estes citados apoiam a causa de revelar os problemas sociais seja de forma fictícia ou baseadas em fatos reais, que há possibilidades de criar um vínculo mais humanizado, os problemas sociais são gerados por certa exclusão seja de necessidades ditas por Maslow, ou citações de Balman que são exclusões sociais, geográficas e âmbitos de poderes.

#### **1.6.4.2. Darfur is Dying**

O Game criado por estudantes do Sul da Califórnia para uma competição da uMTV, este game tem um ideal de criar uma defesa online para aumentar de forma publica o genocídio em Darfur.

Figura 20 - Game Darfur is Dying



Fonte: Darfur is Dying, 2014

As tarefas dos personagens incluem sobreviver ao coletar água sem ser pego pela milícia de Janjaweed, coletar comida e lenha dentro do campo. Caso o personagem do game for pego o uma mensagem irá retratar o que irá acontecer para cada personagem que o jogador escolheu há um final trágico e realista.

#### 1.6.4.3. Série Emergency

A série de games Emergency, são dedicadas a simulações de emergência, resgate e ações humanitárias, o personagem pode ser o oficial encarregado de dirigir os bombeiros, a polícia, unidades para traumas, técnicos e paramédicos.

O game apresentado conota situações de desastres, porém apresenta meios de defesa que se assemelham aos sistemas de intervenção do corpo policial, de bombeiros e hospitalar, para conter estes acontecimentos. O Emergency 2014, é um título que continuou a série dos anos anteriores, a seguir **trechos da entrevista com o criador Ralph Stock**. A versão em que se refere a entrevista é de 2012 e há contemplação das séries de títulos deste game.

##### 1.6.4.3.1. Trechos da Entrevista com Ralph Stock

**Qual é a sua opinião dos bombeiros e pessoas que trabalham nas organizações de ajudas humanitarias? Você é um voluntário neste campo de atuação?**

Através do meu trabalho no Emergency series, eu estive envolvido seriamente envolvido com este tópico por um longo tempo, e também consultei os bombeiros profissionais. Claro, estamos principalmente interessados em equipamentos,

tecnologia, e a organização de missões de resgate. Nenhum game ou filme pode jamais deixar você experimentar o que realmente significa puxar uma pessoa ferida a partir de um veículo em chamas. Somente reais bombeiros e equipes de resgates passam por isto. Eu não estou ativamente envolvido com bombeiros, a Cruz Vermelha (Red Cross) ou a Agência de Técnicos de Socorro (the Agency for Technical Relief), mas alguns de nossos membros da equipe estão. Eu respeito profundamente todas as pessoas que doam seu tempo para ajudar aos outros, ou trabalham neste campo de atuação.

**A série Emergency também é popular com as pessoas que realmente trabalham em equipes de resgate. Como você reage a críticas sobre alguns fatores que não são representados de modo muito realista?**

Neste ponto, eu preciso afirmar claramente que estamos produzindo um game. O aspecto mais importante de um game é que ele deve ser divertido de jogar, ou ninguém iria se preocupar com ele. Portanto, não podemos aspirar a imitar a realidade até o último detalhe. Precisamos simplificar aqui e ali, a fim de fazer Emergency um game interessante para jogar. Ainda assim, temos recebido muitas valiosas sugestões da comunidade, alguns dos quais foram capazes de incorporar no jogo. É claro que a situação seria diferente com software de treinamento realista para os bombeiros, por exemplo. Estamos atualmente a desenvolver um título de software para esse fim, com o nome de Emergency Professional.

**Você programou o seu primeiro jogo a mais de 25 anos atrás, e foi comercializado profissionalmente imediatamente. Que conselho você pode dar aos jovens que querem trabalhar na indústria de jogos nos dias de hoje?**

Sim, isso seria "Lapis Philosophorum: A Pedra Filosofal" para C64. Para mim, isso foi uma coisa muito grande naquela época. Hoje, existem muitas mais opções, mas as expectativas têm crescido também. Ainda há várias maneiras de se juntar a indústria de games, incluindo estudando ciência da computação e se tornar um programador, ou diferentes formas de gráficos e design de som de aprendizagem. Felizmente, há uma tendência crescente para os centros de formação especializados, tais como a Academia Games em Berlim. Leciono como chefe da divisão de produção, e eu tenho



sido capaz de encontrar muito poucos bons funcionários para Quadriga Games em Potsdam dessa forma. Silver, (2014).

Figura 21 – Emergency 5 – Atendimento na cidade de Hamburgo



Fonte: Emergency 5, 2014.

Como revela na Figura 21, o Emergency 5 passa na cidade de Hamburgo, porém há Berlim, e Munique, para isto os desenvolvedores usaram um novo motor de geração de gráficos. O game oferece a opção de total controle e coordenação de todas as unidades da brigada de incêndio, salvamento, socorro e policiais, oferece um modo multijogador para auxiliar outras equipes de resgates (com outros jogadores), um editor de mapa customizado para criar e realizar as próprias missões e na versão “Deluxe Edition” há uma cidade colonial, com uma missão de resgate.

A série de games Emergency, tem um aspecto diferenciado do Food Force, no aspecto de atendimento a comunidades. O conceito é baseado em locais metropolitanos ou turísticos, na qual ocorreram de forma fictícia incidentes, para que ao desenrolar do game seja providenciado ações humanitárias por bombeiros, policiais e médicos. O relato da entrevista com o Ralph Stock que é um Game Designer, aborda os diferentes aspectos do conceito de problemas sociais com relação a estrutura das metrópoles, ou seja, como deve ser o procedimento de resgate humanitário quando ocorre um incidente, como comentado um acidente de carro ou prédio em chamas, estes cenários talvez chamem a atenção dos jogadores para conscientizar sobre as equipes que prestam resgates, como elaborar de forma estratégica uma simulação de salvamento e tentar garantir de forma sustentável e



com segurança uma rotina numa cidade. O título Emergency 5, assim como os demais possui uma apresentação disponível em vídeo pode ser conferido no endereço: [https://youtu.be/q94mQ1\\_FYdI](https://youtu.be/q94mQ1_FYdI) – acesso em 2014.

#### 1.6.4.4. SimCity Edu: Pollution Challenge!

O game da GlassLab Games em parceria com ETS e Pearson, instruem os participantes, (ou alunos caso utilização em escola), a desempenhar o papel de prefeito, com desafios de abordar o impacto ambiental, equilibrando as necessidades de emprego da cidade e da felicidade dos cidadãos. O game possui 4 missões. As missões incluem desafios de jogabilidade e atividades em sala de aula, cada uma com um foco de instrução em padrões alinhados, normas estas que estão alinhadas com: Framework for 21st Century Learning; Next Generation Science Standards (NGSS); Common Core State Standards (CCSS); Council for Economic Education (CEE).

As 4 missões podem ser contempladas abaixo:

- A escola está em:
  - Pensamento Sistêmico: Projetando uma cidade interligada
- Precisamos de trabalhos:
  - Pensamento Crítico: maximizar recursos produtivos
- Problemas de poluição:
  - Causa e Efeito: Medir o impacto humano sobre o meio ambiente
- É complicado:
  - Modelagem do sistema: Re-equilíbrio produtividade e saúde ambiental (variáveis interdependentes) dentro do ecossistema da cidade

Um pequeno resumo dos detalhes de cada missão, pode abranger o que o participante/aluno(a), poderá encontrar. O artigo expõe títulos fictícios que englobam o que representa a missão com uso da metáfora:

**A escola está em:** Crianças que moram longe precisam para chegar à escola. Saiba como construir paradas de ônibus eficiente e matricular todas as crianças na escola.

**Precisamos de trabalhos:** A cidade precisa de trabalhos. Use a ferramenta de zoneamento para criar novos postos de trabalho ao longo das estradas vazias.

**Problema de poluição:** A cidade tem um problema com a poluição do ar elevada.

Saiba como reduzir a poluição e manter o nível de potência ótimo.

**É complicado:** Especialista nas grandes cidades. Esta cidade precisa de suas habilidades para trabalhos de poluição e menor crescimento. GlassLab, (2015).

As missões abrangem o nível de usabilidade com as ferramentas do jogo, o entendimento de variáveis do ambiente do jogo, para tentar solucionar em 10 a 15 minutos, cada missão.

As 4 missões condizem com uma aprendizagem para questões sociais, no âmbito da produtividade e resolução de problemas, com a simulação simplificada da realidade. O fato de possibilitar resolver questões cívicas e socioambientais, entram na questão social. A apresentação inovadora deste game com auxílio destas normas técnicas, (citadas anteriormente para aprendizagem, podem expor a dinâmica do jogo mais concisa por ter referências a métodos utilizados para garantir o aprendizado neste formato.

Os relatórios de desempenho, podem condizer com um resultado eficaz aos participantes, estes podem ser acompanhados por professores, com isto pode-se melhorar a aprendizagem e habilidade do participante com relação aos temas cívicos abordados.

#### **1.6.4.5. Executive Command – Game para aprendizagem Política**

O game visa a ter uma experiência simulada de ser o Presidente dos Estados Unidos. Os jogadores, alunos, serão confrontados com os desafios diários presidentes devem equilibrar na execução de um governo e manter seguro o país durante um período de quatro anos. É possível propor uma agenda para o Congresso, assinar as contas em lei, delegar novas leis para a agência federal apropriada, lidar com diplomática internacional, e comandar os militares em tempos de guerra. Pode-se ter noções cívicas, e talvez habilidade de críticas construtivas a respeito do poder executivo e como pode este poder, exercer seu direito com relação ao legislativo e ao judiciário, e outros, como a agência de defesa, agência de comunicação, entre outros citados no material guia do professor.

O que se observa neste exemplo e com a experiência de ter utilizado o game, é a identificação, argumentação, decisão e administração das leis, com utilização

simplificada de comandos, este título oferece características de games com questões sociais, ao ter em seu conteúdo, pontos que podem ser de importância aos alunos com questões de cidadania, entre estas questões: necessidades básicas, como saúde, segurança e educação, além de questões internacionais, questões éticas que valorizam a estratégia de ensino ao futuro cidadão, que poderá talvez reconhecer melhor as leis e o papel do presidente, assim como o do governo e do Estado em relação ao país e seu povo. ICivics, (2014).

Figura 22 – Executive Command



Fonte: ICivic, 2015

Este título de game é relacionado ao iCivics, que é uma organização sem fins lucrativos, dedicada a revigorar aprendizagem cívica através de recursos de aprendizagem interativa e segundo o site oficial sobre o iCivics, é considerado, envolvente. O método consiste em colocar os alunos em diferentes funções cívicas e dar-lhes agências (no caso simulação de poderes das agências governamentais dos Estados Unidos), para resolver os problemas do mundo real e problemas ligados a cultura social. Os alunos podem aprofundar os objetivos de aprendizagem claros e integrados nos planos de aula e materiais de apoio. I Civics, 2015.

Outros títulos podem ser conferidos com o link: <https://www.icivics.org/games/>, há um provável potencial em todos os títulos de se tornarem parte dessa chave, de aprender sobre questões sociais, devido ao alto nível de relação com o mundo atual. Os fatos que incluem possíveis características de classificação e escala global, uso autêntico do problema, tendem a uma abordagem mais política, governamental, também

relativos a leis públicas e privadas (nos Estados Unidos), e ações sociais.

#### **1.6.4.6. Resolução sobre as questões sociais**

O compromisso com a realidade ou baseados em fatos reais, para abordar qualquer tema social, é uma das principais analogias entre os games e a realidade nesta chave, os exemplos citados conotam de forma a recriar de forma interativa, vários os fatores que levam a simular problemas globais, do ponto de vista social, com campanhas humanitárias, ações sociais em nível global, os conjuntos de órgãos com autoridade afetam de forma social e humanitária como corpo policial, corpo de bombeiros e o poder público, podem ser amplamente explorado, com possibilidades de fortalecer o entendimento real sobre questões sociais emergentes, de participação social, que ocorrem no período atual, ou que simulam possíveis abordagens com relação a transmitir a realidade sociocultural, de forma simplificada e como ferramenta de aprendizado.

Os aspectos sociais por meio de games que foram citados por Ruggiero, têm como base as questões humanitárias, que através de percepções sociais, com caráter ético, utilizando games, obtiveram um possível impacto social. E a partir destes games com semelhanças condizentes aos conceitos de SIG, John D., Catherine T. MacArthur, et al, elaboraram sua tese, com o título da obra Potencial Cívico em Games, <http://mitpress.mit.edu/books/civic-potential-video-games>, e que Dana Ruggiero elaborou o artigo das chaves.

Em paralelo há ainda duas características do “Potencial Cívico”, que não tiveram menção direta, nesta pesquisa, elas são: ajudando a tomar decisões sobre como uma comunidade, cidade ou nação que deve ser executada; e organização e gestão de grupos de jogos ou alianças (guilds), específico para o experimento cívico abordado.

A tese da autora Ruggiero, com vários focos sociais, e observações como sociocultural, sociomotivacional e socioambiental nestes games, que utilizadas em conjunto nesta pesquisa, possibilitaram o surgimento de novos exemplos humanitários, para as chaves citadas.

#### **1.6.5. Conclusão das chaves**

Ao tentar compreender cada chave, com relação a detalhes humanitários, reunindo

os conceitos gerados por games, e seus idealizadores, como produtores em estúdios, organizações: sejam sem fins lucrativos, relacionados a fins educacionais, culturais ou governamentais, produtores e desenvolvedores de games de pequeno porte, entusiastas ou pessoas que com conhecimento técnico, criaram games com perfil humanitário. Em suas mais diversas possibilidades, com potenciais cívicos, educacionais, com referências a sociabilidade, relativos a trazer a questão social e humanitária, as simulações virtuais em prol de ações sociais, ações em comunidades carentes, games que têm possibilidades de desenvolver, motivar e inspirar atos sociais. E por consequência de possuírem estes fatos, podem ter a possibilidade de pertencer em certa abrangência, (parcial a total), a este modelo de “quatro chaves” indicativas para os games de impactos sociais.

### **1.7. SIG em relação aos games brasileiros**

A pesquisa dos SIG, por mais que tenham exemplos ao redor do mundo, no Brasil além do UCAN que foi exemplificado anteriormente, possui títulos de games criados e alguns traduzidos em forma de dublagem ou legenda para o idioma local.

#### **1.7.1. Conecta**

Game usado em plataforma de redes sociais, 08 de novembro de 2012 teve sua abertura ao público, durante um seminário da Social Good Brasil, o jogo contém 5 temas sociais considerados no site como críticos para a cidade de Florianópolis: saúde, mobilidade urbana, participação política, educação e meio ambiente. A partir do feedback dos jogadores, um novo investimento foi feito, incrementando a parte gráfica e adotando o modelo de quizz, ou seja, perguntas e respostas. A história deste game inicia em outubro de 2011 com 15 jovens que tiveram encontros quinzenais no escritório da ICom, que é segundo o site <http://www.icomfloripa.org.br/icom/sobre-nos/>, Instituto Comunitário Grande Florianópolis, que em suas atividades contém: investimentos sociais na comunidade, apoio técnico e financeiro a ONGs, produção e disseminação de conhecimento, e foi exposta a ideia de gamificação, que segundo a definição do site é utilização de jogos online na busca pelo engajamento dos usuários nas soluções de problemas sociais.

Em abril de 2012 decidiram que a plataforma poderia ser a de um game como uma



boa forma de introduzir temas sociais à jovens que não estão familiarizados com estas questões. Segundo o site a ideia evoluiu para a criação de um jogo baseado no Facebook, onde o jogador pudesse adquirir conhecimentos de forma leve e divertida sobre o cenário comunitário da Grande Florianópolis. Esta característica local, embora pudesse limitar geograficamente o alcance do game, poderia também criar um fato novo entre os jovens da região. ICom, (2015).

Figura 23 – Versão criativa do mapa de Florianópolis



IComFloripa, 2015

Neste exemplo as questões sociais, por meio de perguntas e respostas, dão uma possibilidade do jogador experienciar o conhecimento sobre a cidade, conhecimento de ONGs e do foco social dentro de Florianópolis, por existir essa investigação com uma conotação adotada a resoluções de problemas e de aprendizado através das perguntas pode-se confirmar como um potencial SIG com características de ações comunitárias e de ativismo socioambiental.

### 1.7.2. Subindo na Vida

O game se passa com os personagens Elias e Joana, que sobem os degraus para se tornarem empreendedores. Enquanto aprendem sobre os comportamentos e empreendedores. Este game faz parte do Forme (Formação Empreendedora), programa da Fecomércio que busca capacitar jovens de comunidades vulneráveis de Recife. No game o personagem irá capturar moedas e subindo os degraus em cada

fase, enquanto é levado a responder 50 questões sorteadas aleatoriamente sobre os comportamentos empreendedores. São cinco fases com direito a evolução dos cenários da cidade com casas renovadas e construção de escolas e da aparência física do personagem com roupas novas. O game ainda abrange o intraempreendedorismo, o empreendedorismo social e o empreendedorismo de negócios, oferece ao jogador as opções de meta: trabalhar em uma grande empresa, fazer parte de um negócio social ou abrir seu próprio negócio. Aprendiz, (2013).

O game foi criado com a empresa Icares Games, que conta com o Edmilson Rodrigues vindo da área da administração e com experiência em negócios sociais, ele também tinha interesse em jogos sociais. Quando se conheceram, a equipe Edmilson estava com um negócio de social commerce na incubadora Cais do Porto, em Recife. Como o empreendimento não estava dando os resultados esperados, ele resolveu mudar de área e em 2011 chamou os outros três jovens para abrir a empresa. É comentado que o Edmilson Rodrigues ao conhecer um rapaz que jogou este game, sobre empreendedorismo para jovens de baixa renda, que se interessou pelo tema e que iria atrás de cursos de capacitação para saber mais sobre o assunto. “Pode ser que ele tenha desistido, mas ele pode hoje em dia estar com o seu negócio. No final de tudo você reflete: eu posso ter mudado a vida alguém para melhor. A maior inspiração é o reconhecimento e a mudança de comportamento feita nas pessoas sobre questões tão importantes”.

O site do Social Good Brasil aborda que os sócios acreditam que os jogadores podem obter aprendizados e causar mudanças em seu bairro, em seus amigos, famílias e, por consequência, o seu mundo. No futuro a equipe espera ser referência internacional em jogos sociais e poder fazer com que seus jogos funcionem de maneira mais eficaz, causando uma transformação ainda maior. Social Good Brasil, (2015).



Figura 24 – Escolha de metas no game Subindo na Vida



Fonte: Icare Games, 2015.

O game pode ter uma incidência direta em relação a comportamentos e fatores empreendedores e de empoderamento que um indivíduo pode adotar na questão de negócios. O que possa gerar para o jogador uma possível investigação sobre assuntos empreendedores, de relação a ética empreendedora, e caráter instrutivo, ou seja, para incentivar ou aprimorar, tendências do indivíduo para o empreendimento, que talvez seja no modelo de futuro colaborador de uma empresa, criador de seu negócio ou ser integrante ou criador de um negócio social.

### 1.7.3. Game Oasis

O game Oasis segundo o site oficial é uma ferramenta de apoio à mobilização cidadã para a realização de sonhos coletivos. Composto por jogadores e comunidade, o game têm definição ampla de comunidade que envolve diversos atores, como moradores, ONGs, governo local, lideranças e empresas. Concebido para ser de uso livre e praticado de forma totalmente cooperativa, para que todos, juntos, realizem algo em comum, o Oasis propõe regras que permitem a vitória de todos, sem exceção. Elos, (2015).

### 1.7.3.1. Manual do Game Oasis

O Instituto Elos disponibilizou um manual para que se possa realizar o game de modo a seguir orientações para um possível “Oasis”, no caso pode significar um lugar prazeroso, um lugar ideal para se viver dentro de uma comunidade. O game pode envolver jovens, agentes locais, empresas e comunidades. Baseado em coletividade, num possível “sonho coletivo”, que é expressado através de atos reais, por um grupo de jovens que tendem a seguir o que é importante ou o que a comunidade necessita, com isto, utilizam os 7 passos da metodologia do Instituto Elos, todos os participantes refletem a necessidade em conjunto, para uma abordagem caracterizada de ação social, do planejar ao se realizar a ação social.

“A semente da transformação brota nas relações e no compartilhamento de sonhos, que fluem por meio do reconhecimento da abundância e da valorização do poder de cada um aqui e agora, e se manifestam em ações conjuntas que nutrem de beleza, alegria e prazer a realização do melhor mundo para todos”. (Instituto Elos, 2015).

Segundo o manual as 7 disciplinas da metodologia do Instituto Elos, promovem relações de pessoas com si mesmas, com a comunidade e com o mundo.

O conceito descrito por comunidade segundo o manual, significa escolas, comunidades, empresas, bairro ou grupo de pessoas.

### 1.7.3.2. Passo-a-Passo Game Oasis

As 7 disciplinas são nomeadas como olhar, afeto, sonho, cuidado, milagre, celebração e a re-evolução que serão discernidas a seguir.

**Olhar – Percepção:** Dos recursos humanos, materiais e institucionais numa comunidade são abordados como perceber o que pode-se criar, realizar, no âmbito de mudanças mantendo a cultura local, em um possível nível sociabilização e dinâmicas possíveis locais.

**Afeto – Informação:** Atuar com mobilização de pessoas para uma coleta de informação e auxílio nas tarefas, procurar a visão da comunidade com atenção.

**Sonho – Reflexão:** A etapa de se refletir e conversar com o apoio da comunidade, é caracterizado por diálogo e ideias vindas de colaboradores e moradores de diferentes públicos, com idades e profissões diferenciadas. Neste caso o entendimento comum entre o grupo e comunidade são discernidos entre possíveis ações.

**Cuidado – Proposição:** Fase de planejamento, criação de maquete, elaborar a viabilização do sonho, usar o material coletado para propostas para criação de protótipos, organização de ações, mobilização de pessoas e materiais. O passo proposto pode beneficiar a meta, ao contar com uma estratégia de ação e ao criar o modelo visual pode-se ter uma noção de uma visão ampla do projeto, além de conter a análise tática e operacional, pode facilitar esclarecimentos do que será proposto na ação.

**Milagre – Ação:** A ação do projeto, a cooperação das equipes com relações motivacionais durante a realização. É a etapa operacional, no manual descrito por “mão na massa”, ou seja, buscar formas de colocar em prática as ideias expostas. Constituído por grupo de pessoas do jogo e parcerias mobilizadas, revistas nos passos anteriores, que faram parte do serviço. Em relação as outras etapas, esta é possivelmente considerada a que pretende realizar o “sonho”, ou seja, criar um impacto social, com apoio da motivação e realização de cada indivíduo que pode ter possibilidades de gerar um ambiente mais agradável ou descrito como Oasis.

**Celebração – Comunhão:** A etapa de reunir as pessoas, ter um entendimento após completar a missão do jogo, compartilhar o ocorrido, criar um ambiente festivo, utilizar o material em fotos e vídeos que ilustram o que foi a ação. A celebração por si é uma atividade que dentro do contexto do jogo da a possibilidade de assimilar as etapas anteriores, reconhecer melhor cada participante e utilizar uma abordagem festiva para encerramento da ação social.

**Re-Evolução:** A etapa de reinício de atividades, planejamento com ênfase em visão futura, estratégias de compartilhamento da ação, vínculos participativos para propor novas ações. É uma atividade que pode visar os pontos que precisarão ter atenção para uma próxima ação, no caso, envolve todas as etapas com novas ações ou ter possibilidades de renovar algo dentro da comunidade se for o sugerido no manual como Encontro de Futuro. A orientação de ter continuidade das ações sociais, pode vir a ter possibilidades de integração da equipe e parceiros, além de beneficiar o local

proposto e fortalecer a confiança entre os membros para um novo local ou Oasis. Elos, (2012).

### **Aspectos de Tecnologia do Jogo**

O jogo além de conter possibilidades para um impacto social, incentiva a fazer uso das tecnologias sociais: como o uso do Pinterest que é uma mídia social para compartilhar fotos, que oferece como ferramenta visual, no caso, encontra-se projetos criados a partir da utilização dos passos expostos anteriormente.

Em continuação ao material oferece cartas para uso dentro do jogo, em um arquivo com extensão “PDF” para impressão.

Questionário para conhecimento da ação veiculado ao Google Spreadsheet, que é um questionário online, onde pode ser coletado dados via internet

Incentivo a criação de grupos no Facebook, uso de um formulário online para envio do local onde foi realizada a ação. Elos, (2012).

### **Resolução do Jogo Oasis**

O jogo composto por atitudes motivacionais, coletivas que conotam atividades cooperativas, instrutivas, para ações sociais, com possibilidades de impactos motivacionais e geração de ambientes melhores. Este jogo utiliza a tecnologia como retorno para conhecer como foi a ação, utilizar mídias de fotos e vídeos, e as mídias sociais, para manter a comunicação por meio de grupos, isso possibilita uma aproximação dos participantes para organizar e compartilhar novas ideias a respeito de ações sociais e melhorias para comunidades.

#### **1.7.4. SIG e Eventos Games for Change Brasil**

No dia 13/09 o autor participou do evento “Gelly Jam 2º Encontro - realizado Games for Change América Latina (G4C LA)”, com participação do Gilson Schwartz como líder com a equipe que são responsáveis pela manutenção do G4C LA, criador do livro “Brinco, Logo Aprendo”. Palestras do representante da “Programae” com dinâmica da hora do código, que visa repassar a ciências da computação para todos as pessoas com a interface e lógica de games, para ensinar lógicas simples de programação, (e caso a pessoa se identifique, poderá estudar mais). O representante da Faz Game também participou com dinâmicas na criação de assuntos por meio de jogo, que

consiste basicamente de customizar personagens, cenários, diálogos e fazer uma interação de uma história para abordar um assunto, os assuntos criados podem ser com foco no ensino geral, como dado nas instituições escolares, como no cotidiano, assuntos como preconceito, atitudes com relação social, diálogos e ideias para um bem maior. A ferramenta possibilita que o criador se expresse como quiser através de personagens. Silva, (2015).

“Decidimos ampliar e prolongar a experiência de imersão no uso criativo de games na educomunicação após verificar na prática o impacto das oficinas na prática dos professores envolvidos”. Schwartz, Gilson - diretor da G4C no Brasil e curador.

A reportagem antecede o evento de Games for Change – G4C, com intuito de usar jogos para educação, de usar ferramentas de explanação, criação de jogos e aprendizagem de matérias escolares ou assuntos atuais. Conta com uma plataforma da FazGame que gerencia conteúdo com personagens e cenário, para os alunos, empresas, e pessoas que usarem, podem como método interativo, passar uma mensagem através do jogo.

Brinco, Logo Aprendo – é o título do livro de Schwartz, (2014), que utiliza o lúdico para explicar a civilização como em suas referências, cita Homo Ludens, da valorização e moralidade do homem, aos tempos modernos, a sociabilidade, as mídias, tecnologias digitais e sua utilidade na educação ética, moral e pedagógica.

O autor pode perceber na leitura da obra, que alguns conceitos expostos, podem ser ferramentas lúdicas, que podem dar novas perspectivas ao ensino e ao desenvolvimento do caráter de uma pessoa.

#### **1.7.5. Considerações do SIG para o Brasil**

Ao revisar os jogos com características de SIG no Brasil pode notar possíveis potencialidades para jogos sociais, que podem ter uso para plataformas para possíveis impactos sociais. A relação de conhecer locais de benefícios sociais, como em Florianópolis e como ensinar sobre estes locais num formato de jogo, e o título “Subindo na Vida” que conceitua empreendedorismo, são exemplos que contêm características para melhoria de vida social e ensinamentos por meio lúdicos, que podem empoderar os indivíduos com a aquisição deste conhecimento.

O Oasis é um jogo que utiliza a tecnologia para expor o material na internet e após missões, para coletânea de dados, motivação e inspiração com vídeos e fotos nas redes sociais. A temática do jogo em relação a metodologia do Instituto Elos, tem possibilidades de promover gradualmente evoluções sociais e entendimentos entre participantes e comunidades. Em relação a pesquisa, este formato de game, utiliza certos conceitos com relação a inteligência coletiva, ao utilizar técnicas colaborativas e apresenta possíveis impactos sociais em benefício a comunidade assistida, o que é representada através de atitudes criadas por participantes, que se colocam num papel de altruístas por representar um ou mais projetos humanitários.

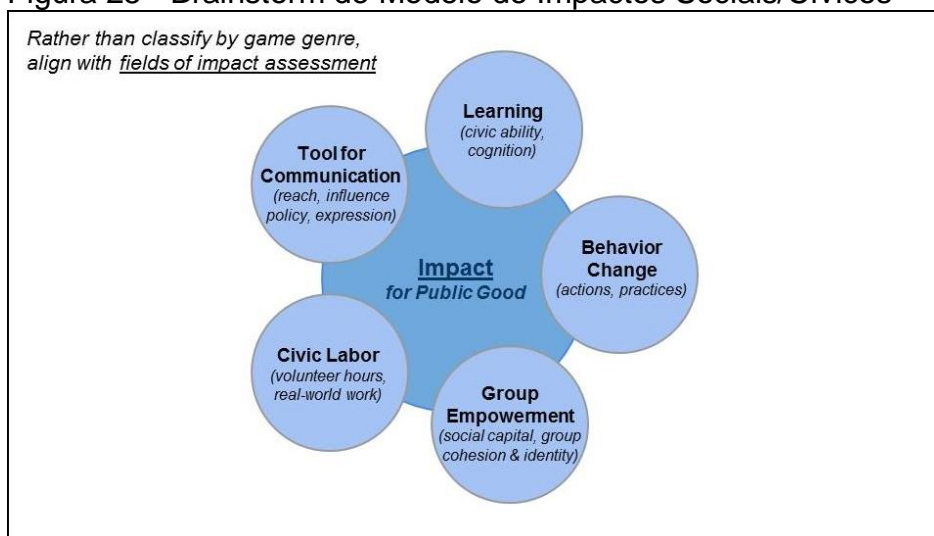
### **1.8. Modelos de Tipos de Impacto**

Ao ver os conceitos gerais a partir das chaves, adicionar mais exemplos para caracterizar cada uma delas, pode-se verificar que há uma importância de se definir um modelo com base no estudo dos jogos citados. A citação inicia com o artigo original e é atualizado nesta pesquisa, porém as chaves são apenas um modelo, fato este, equivocado de levar adiante, existe outro modelo, (em fase de criação), para possibilidades de categorizar e de e vários processos. Aos leitores, os processos são diferentes para cada projeto de game e são identificados nos casos de uso do capítulo 4, de desenvolvimento.

Além do modelo das quatro chaves, pode-se verificar a existência de mais oportunidades para definir impactos de um possível game, o que pode possibilitar a chance de reinventar e definir melhor o propósito para cada impacto.

A palestra gradava do “11º Annual Games For Change Festival” no dia 24 de abril de 2014, anexo a postagem do website, levanta ideias para avaliações e medições em jogos, como “Fold-It” que é praticamente um estudo de comportamento de proteínas, pode-se enquadrar parcialmente em “Games de Estudo” – “Learning” e abrange mais “Trabalho Cívico” – “Civic Labor”, segundo palestrante “Fullerton, Tracy”, que trabalha como Game Design, o aspecto de mais sucesso é o trabalho cívico, pois os jogadores podem auxiliar os cientistas com os melhores dados coletados.

Figura 25 - Brainstorm de Modelo de Impactos Sociais/Cívicos



Fonte: Impact with Games: A Fragmented Field, 2015.

O fato que por mais que a mídia cite Fold-It como um jogo de aprendizagem, segundo Tracy, não é o fator de sucesso, pois para o aspecto de aprendizagem será necessário suprir externamente para possibilitar conhecer mais sobre proteínas.

Em outro momento a palestra comenta “Zombie, Run!”, como aspecto principal o da “Mudança Comportamental” – “Behavior Change”, devido as ações, práticas de caminhada com história do jogo e premiações, podem produzir uma mudança de hábito.

Nos dois fatos, “Foldit” e “Zombie, Run!”, foi possível mensurar o objetivo principal e os secundários com o modelo proposto. O que releva para os games que possam ter possibilidades de impactarem beneficentemente o público, categorizar e aprender melhor o estudo do caso propostos, ou seja, categorizar jogos com potenciais de impactos sociais.

Este protótipo de modelo segundo a palestra, é experiencial e utiliza abordagem de Brainstorm com os participantes e associados ao Games for Change, porém não é possível mensurar todos os tipos de jogos.

A tradução e exemplos do modelo proposto pode ser interpretada por:

- **Aprendizagem:** capacidade cívica e cognitiva - ex.: “Do I have a Right?”
- **Mudança Comportamental:** ações e práticas - ex.: “Zombies, Run!”



- **Grupo de Capacitação:** capital social, coerência de grupo e identidade - ex.: “Macon Money”
- **Trabalho Cívico:** horas de voluntariado, trabalho no mundo real. - ex.: “Foldit”
- **Ferramentas para Comunicação:** alcance, influencia, política, expressão - ex.: “Half the Sky Movement the Game”

Segundo a palestra, a intenção é de mensurar e avaliar os jogos, assim como se realiza na educação, com avaliações de matérias para disciplinas, a mensuração, o processo de design abordado, testes, impacto que o jogo terá na sociedade e o motivo para a escolha do tipo impacto podem garantir o entendimento do impacto, tempo gasto no escopo do tipo escolhido para facilitar seu desenvolvimento, e a imersão no conteúdo para proporcionar entendimento do impacto.

O fato de se ter um modelo de impactos, pode não resolver todos os problemas para avaliações de jogos que se encaixam em diversas categorias, mas é propício a SIGs que trazem benefícios específicos em civis e podem ser empregados ao bem-público.

A consideração de ter o **impacto no bem social**, pode abranger possibilidades na observação das **características** de alguns games:

- **Games digitais:** Podem ser utilizados por várias pessoas se o game estiver no meio digital;
- **Conteúdo de acordo com impacto:** Caso houver avaliação, pode ocorrer na pesquisa ter pessoas que sujeitem-se a experiência e que podem perceber benefícios, ou terem possíveis motivações, interpretações segundo seu conteúdo e semelhança com o impacto escolhido;
- **Escopo do projeto:** A escolha e mensuração do impacto poderiam ter entre o foco no possível impacto principal e seus impactos secundários, ou seja, menos visíveis, pode revelar a estratégia no processo para atingir metas. Impact with Games, (2015).

Ao rever o modelo e sua aplicação em jogos, pode-se ter uma abordagem de possibilidades de percepções, motivações e resoluções nos potenciais desafios cívicos que possam existir e traduzir num futuro modelo de impacto.

### **1.9. Consideração dos conceitos**

Os conceitos são baseados em teses e artigos, com o propósito de esclarecer o universo inserido dos SIG. Para este fato ocorrer, pode-se ter a possibilidade de uma leitura simplificada de problemas sociais, jogos que abordam com uma parte ou todo o conteúdo vinculado a teoria, a tecnologia e a ponte interativa entre a retórica do jogo, no caso mensagens de impactos sociais e a interpretação com aprendizagem do jogador.

As definições analisadas caso-a-caso agrupados em possíveis impactos ou “chaves”, e métodos que aproximam do SIG, ou que condizem com possibilidades de impactos sociais, por games, podem ser consideradas como identificações marcantes para estabelecer prioridades e impactos sociais.

### **1.10. Questões e/ou hipóteses**

O título da monografia “YOU PLAY. WE GIVE – Exploring the Factors that Drive Users’ Intention to Play Social Impact Games”, com a autora Julia Wübbe, da universidade de Twente, pode revelar com dados coletados, quais são os fatores que levam os jogadores as intenções de jogar um Social Impact Games, especificamente o game Half the Sky. Os vários trechos transliterados com conotações motivacionais e comportamentais perguntadas são condizentes com pesquisas deste gênero para abordar um SIG.

Ao elaborar a introdução a autora, expõe que os “Social Network Games – SNGs”, que são um tipo de games em browsers que permite o compartilhamento de experiências através de jogos multiplayer e com mecanismo assíncrono o que chama a atenção para a popularidade é o crescimento números de jogadores que atraíram pesquisadores, profissionais e comerciantes. Os SNGs oferecem várias oportunidades, como maior envolvimento de jogadores e existe um potencial para combinar boas ações nestes jogos o que caracteriza um SIG.

Os paradigmas e conceitos para as hipóteses, são resultados que entram de acordo com tecnologias sociais, como os jogos online.

### **1.10.1. Hipóteses para os fatores comportamentais e motivacionais que possam levar a intenção de jogar Social Impact Games?**

A resposta para o título sugerido, adaptado para esta pesquisa, incluem dois estudos, o primeiro com análise qualitativa provida por literatura com fatores de contexto, formulações de hipóteses, atitudes vindas de crenças, influencias sociais, características do jogo que influenciam.

Para isso foram criadas doze hipóteses - H, em algumas com variações, identificadas como a, b, no decorrer do documento será revisto de forma simplificada e com anotações para interesse do estudo, de modo que o essencial para o primeiro estudo seja facilitado para o entendimento dos fatores comportamentais e motivacionais, e no segundo, com os resultados da forma quantitativa para que estas hipóteses possam ser válidas ou inválidas.

#### **1.10.1.1. Hipótese 1 – Atitude Positiva**

A Teoria do Comportamento Planeado, "Theory of Planned Behavior – TPB", (Ajzen, 1991 assume que a atitude dos consumidores, norma subjetiva, definida como "a percepção pessoal que a maioria das pessoas que são importantes para ele(a), podem pensar que ele(a), deve ou não executar o comportamento em questão" (Fishbein e Ajzen, 1975, p.302), e percebidos controle comportamental, que se refere a "percepção das pessoas da facilidade ou dificuldade em representar o comportamento dos interesses" (Ajzen, 1991, p.183) afetam intenção comportamental.

Neste ponto a autora pode sugerir que a mudança comportamental do jogador ao jogo, pode obter influencias devido a percepção, (no caso entendimento, interpretação), do grau de dificuldade da jogabilidade das pessoas conhecidas por este jogador.

Se for positivo a intenção em relação ao game, as pessoas ficam mais dispostas a jogar, neste estudo segundo a autora há uma causalidade para a aplicação no contexto dos SIG, sugere-se:

**H1a. Uma atitude positiva em relação a jogar SIG afeta positivamente a intenção dos usuários para jogar SIG.**

No contexto de causa relacionada a comercialização do “Marketing Relacionado a Causas – CRM” (Koschate-Fischer, Stefan & Hoyer, 2012), numa forte atitude de ajudar as outras pessoas, os usuários podem ter a disposição de pagar por um marketing de causa, afim de desbloquear uma doação no game. Sugere com a seguinte hipótese:

**H1b. Uma atitude positiva em direção a ajudar outras pessoas afeta positivamente a intenção dos usuários para jogar SIG.**

Pode se analisar que o H1a aborda os SIG com o afetar positivamente a intenção dos usuários, o que promove uma disposição maior no jogador. O H1b usa atitude positiva no direcionamento para ajudar outras pessoas, o que pode chamar a atenção para um possível mercado. Isto pode sugerir também parte do título “You Play. We Give”, com esta hipótese em relação ao Half the Sky, que é doado algo no mundo real - “We Give”, através do desenrolar do game quando o jogador ajuda outras pessoas - “You Play”, ou paga por uma doação, está com mais detalhe no capítulo 4.

#### **1.10.1.2. Hipótese 2 – Influencias Perceptíveis**

O TPB sugere influencias sociais que são cruciais no comportamento do usuário, ou seja se houver influência com expectativas de outras pessoas, haverá efeitos no jogador com relação a jogar games online por seus amigos também fazerem, (Lee, 2009; Lee & Tsai, 2010; Wu & Liu, 2007). Ocorre que SIG oferecem uma forma divertida e simples de fazer algo de bom, o que sugere a hipótese:

**H2a. Norma subjetiva, como a pressão social percebida, jogar está positivamente relacionada com a intenção dos usuários para jogar SIG.**

A massa crítica percebida, é no caso caracterizada com o fato do usuário que acredita que seus conhecidos estavam jogando um game online Hsu e Lu, (2004). O impacto social que as mídias sociais proporcionam como o Facebook, permite aumento da interação interpessoal e podem influenciar os jogadores para jogar, o que sugere a hipótese:

**H2b. Massa crítica percebida está positivamente relacionada com a intenção dos usuários para jogar SIG**

As influências de conhecidos, podem afetar a pessoa e talvez levar ao fato de que um game com contexto de propiciar a bondade de uma maneira divertida e com uma plataforma de mídia social que conceda mais interação num modo interpessoal do game online seja talvez a percepção necessária para um estímulo positivo na intenção de jogar um SIG.

#### **1.10.1.3. Hipótese 3 – Controle Comportamental**

O “controle comportamental percebido”, condiz ao uso de controles para o jogador atuar no game, as percepções e facilidades com o controle e interface, para traduzir a intenção do jogador em comportamento no jogo pode classificar seu divertimento, caso não ocorra, haverá frustrações (Pagulayan et al., 2007). Ao relevar esta circunstância pode se argumentar que se os jogadores acreditarem que são capazes de atingir metas e enfrentar desafios, talvez possam jogar o game. Exemplo - desbloqueio de doações grátis. A ocorrência leva a seguinte hipótese:

**H3. Controle comportamental percebido afeta positivamente a intenção dos usuários jogar games de impacto social.**

Ao expor o controle como fator relevante ao desempenho e motivador quando o jogador possui facilidade para execução de metas benéficas, pode-se interpretar como um benefício de controle comportamental percebido.

#### **1.10.1.4. Hipótese 4 – Motivação intrínseca**

A autora Wübbler propõe a corrente de pesquisa para motivações intrínsecas e extrínsecas no contexto de jogos, conhecida como teorias da motivação. A distinção para motivação intrínseca ocorre de acordo com Ryan e Deci (2000), a "fazer algo porque é inerentemente interessante ou agradável" (p. 55). Em contraste, a motivação externa refere-se a "fazer alguma coisa, porque ela conduz a um resultado separáveis" (Ryan & Deci, 2000, p. 55). Ambos os tipos podem afetar a intenção de utilizar os sistemas de tecnologia da informação (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1992).

#### **Motivação intrínseca**

No contexto dos sistemas de hedônicos, ou seja, relativos a recompensas prazerosas,

os jogos oferecem conteúdo divertido e brincalhão, tais como jogos online, a satisfação percebida tem sido identificada como fator de motivação intrínseca e um forte determinante da intenção de jogar (por exemplo, Koo, 2009; Shin & Shin, 2011; Wu, Wang e Tsai, 2010). Hsu e Lu (2007) sugerem, "o principal objetivo de participarem na comunidade de jogos online é para lazer e prazer, não para atingir metas específicas nem para melhorar o desempenho" (854 p.). Estudos anteriores identificaram percebida prazer como um dos fatores mais importantes que afetam o comportamento dos usuários de jogos online. A construção teve uma influência significativa tanto em atitude e intenção de jogar (Lee, 2009). Apreciação de Chang Chin e pesquisa (2012) sobre a intenção de uso de SNGs revelou resultados semelhantes aos níveis mais elevados de percepção apreciação levar a níveis mais elevados de intenção de uso. Shin e Shin (2011) Identificação da Ludicidade Percebida – "Perceived Playfulness - PP", como antecedente para a satisfação percebida e enfatizou efeito forte do PP sobre a atitude dos jogadores. "Os jogadores considerar o fator mais crítico de SNGs de ser se o jogo é brincalhão e divertido, assim," (Shin Shin &, 2011, p. 857). Em resumo, os estudiosos sugerem que a percepção no prazer ao jogar jogos on-line vai levar a atitudes positivas e expectativas dos jogos, que fornecem razões de minério duradouro ou motivos para jogar (Boyle, Connolly & Hainey 2011). Na sequência destas conclusões homogêneas e convincentes, este estudo assume que resultados comparáveis são esperados para os jogos de impacto social. Ser capaz de fazer algo de bom, enquanto desfruta do jogo pode influenciar a intenção dos usuários para jogar o jogo. Assim, espera-se o seguinte:

#### **H4. Satisfação percebida afeta positivamente a intenção dos usuários ao jogar SIG.**

A satisfação percebida provida por jogos online como SNGs, pode significar contextos de lazer, prazer e proporcionar mais diversão do que atingir metas ou objetivos específicos, contém a possibilidade de levar a uma boa expectativa do jogador. Ao desfrutar do jogo propõe-se que possa haver uma influência na intenção dos usuários.

##### **1.10.1.5. Hipótese 5 – Utilidade Percebida**

A seguir a hipótese para o fator motivacional extrínseco, com fatos perceptivos aos

usuários.

### **Motivação Extrínseca**

O fator extrínseco, pode ser abordado nos SNGs pela utilidade percebida, o estudo por vários acadêmicos, (e.g. Lee, 2009; Lu, Zhou & Wang, 2009; Sledgianowski & Kulviwat, 2009; Yen, Wu, Cheng & Huang, 2010), refletem a respeito do pensamento que o usuário pode obter sobre a grande influência positiva relativa a utilidade de uma adoção de tecnologia da informação, no caso ao se tratar dos jogos online a utilidade percebida era diretamente relacionada a afetar apenas a atitude do jogador, não a motivação de jogar online - Hsu and Lu's, (2004). Oposto a este fato, Shin and Shin's, (2011), mostrava que a utilidade percebida ao descrever a atitude do jogador como fraca, e a intenção forte ao relacionar com Social Network Games – SNGs.

As pesquisas indicaram que são necessários ter influência na utilidade percebida (positivamente), com a intenção do uso. Isso pode ser analisado quando o usuário acredita que o Social Network Sites – SNS, conhecido por sites de redes sociais, atualiza a eficiência do seu compartilhamento de informações e ao se conectar com outras pessoas, ou permite-lhe conhecer mais pessoas, Chang and Chin, (2011) e Lin e Lu, (2011).

Neste ponto a influência na utilidade percebida com a intenção do uso numa SNS ou dentro de um SNG sugere que poderia ter condições visíveis de sociabilizar através do compartilhar informações e conectar com outras pessoas, e que este ato extrínseco, possa fazer a diferença, na motivação e intenção de se jogar um SNG, isto com possíveis ações positivas no desenrolar de um SNG.

Abordado anteriormente, os SIG têm como objetivo promover e sensibilizar para os problemas da sociedade e educar os jogadores sobre os problemas do mundo real. Como "Games for Change", uma corporação sem fins lucrativos que facilita a criação e distribuição de jogo impacto social salientou que "jogos de impacto social servir como ferramentas crítico nos esforços humanitários e educacionais". Games for Change, (2013). Portanto, os jogos de impacto social podem melhorar a eficiência dos jogadores em fazer uma contribuição para uma causa de caridade, por um lado, e permitir aos jogadores para obter informações, fatos e números sobre questões sérias e complicadas de uma forma divertida, por outro lado. Wübbe, (2015). Assim, é exposta a seguinte hipótese:



## **H5. Utilidade percebida afeta positivamente a intenção dos usuários para jogar SIG.**

Na medida em que se tratou do SIG pode-se visualizar que além de sensibilizar o jogador, pode-se aprender sobre fatos ocorridos, com conteúdo humanitário, além de destacar a ação para uma causa de caridade e compartilhar. O que coloca a utilidade percebida positivamente, no contexto humanizado, ou refere-se a fazer o bem, auxiliar positivamente com a intenção do uso de um SIG.

### **1.10.1.6. Hipótese 6 – Causa de envolvimento: as causas e predisposições de consumo para doações**

Com as hipóteses anteriores baseadas na área de games on-line e SNG, a segunda parte se concentra no “Cause-Related Marketing” – CRM – “Marketing por uma Causa”, por predisposição do consumidor. Refere-se ao grau em que um cliente considera a questão social problematizado ou projeto de alívio como pessoalmente relevantes (Grau & Folse, 2007), verificou o importante papel de causa a participação das pessoas, e encontrou um efeito positivo sobre várias variáveis de resultados, tais como a escolha do consumidor e predisposição para pagar por CRM, (e.g. Arora & Henderson, 2007; Koschate-Fischer et al., 2012; Prajecus & Olsen, 2004).

O presente estudo assume que a ligação entre o jogo com uma causa que é de importância pessoal para os jogadores poderem criar um vínculo emocional com o jogo, que por sua vez pode influenciar a sua intenção de jogar o game. Wübbe, (2015).

Refere-se com a seguinte hipótese:

## **H6. Causa de envolvimento dos usuários afeta positivamente a sua intenção de jogar um SIG.**

O fato de usar o CRM, como proposta para uma causa que pode abranger um comércio ligado na questão social, não apenas com influência de efeitos positivos, mas por manter um vínculo de poder participar com uso monetário para doações e com possibilidades de ter uma satisfação emocional com o game, a pessoa pode sentir-se influenciada por específicas causas, (nesta pesquisa de impacto social), no decorrer do game.

#### **1.10.1.7. Hipótese 7 – Satisfação Moral**

Numa investigação econômica, averiguou-se que poderia haver contradição com o consumo de interesse próprio, quando consumidores compraram produtos de CRM, a fim de se sentir bem, como resultado de atos de doações. Descrito como “Warm Glow” (Andreoni, 1989) ou “Satisfação Moral” (Kahneman & Knetsch, 1992). Ocorre quando as pessoas avaliam promoções, o que liga a escolha destas promoções para o bem coletivo, Henderson and Arora (2010). As pessoas não apenas preocupam com a doação para o destinatário, mas com o que esta doação produz de benefícios para este destinatário - Andreoni (1989), através do comportamento pró-social do indivíduo, como exemplo em pagar um CRM - Koschate et al. (2012), dentro de uma plataforma de SIG.

A pesquisa de fatores de sucesso da satisfação moral por Frier (2010), teve grande impacto sobre a força da preferência de marca facilitada por consumidores que têm a decisão de compra Wübbe, (2015). Seguindo esta argumentação, uma outra hipótese foi formulada:

#### **H7. A satisfação moral afeta positivamente a intenção dos usuários para jogar SIG.**

A satisfação moral pode ser interpretada no caso como atitude altruísta, envolvendo recurso monetário, dentro de um contexto de marketing por uma causa, que pode levar a um comportamento pró-social e afetar a intenção dos jogadores, que no caso são também consumidores com características pró-sociais.

#### **1.10.1.8. Hipótese 8 – Eficácia Percebida**

Ter a eficácia percebida, ao visualizar o dinheiro aplicado para beneficiar numa causa designada, foi outro fator de motivação extrínseca encontrada, (Scholder, Webb & Mohr, 2006). A idealização pode aumentar o sucesso de uma campanha de CRM segundo Frier (2010), porque a empresa tem de convencer o consumidor de que a campanha é legítima, Wübbe, (2015), pode-se formular a hipótese:

#### **H8. Eficácia percebida do jogo afeta positivamente a intenção dos usuários jogar SIG.**

Na colocação de idealizar, pode-se notar que a eficácia percebida dependerá da

prova, ou critérios que provão a garantia de doação à causa, (e) ou destinatário no SIG.

#### **1.10.1.9. Hipótese 9 – Altruísmo Percebido**

Além da eficácia percebida pode-se verificar que os consumidores percebem se as empresas estão verdadeiramente comprometidas com as causas altruístas, como exemplo, declarar aumento de vendas pode inibir o ceticismo, Chaney and Dolli (2001), o mesmo ocorre com SIG, no que diz respeito há um possível altruísmo percebido, que pode ser revisado como um recurso importante no game, o que segundo a pesquisa, quando é possível que exista uma mediação, pode-se perceber de forma sistemática que a intenção da relação de fatores de motivação levam o jogador, no papel de consumidor a jogar um SIG, (Sharma, Durand & Gurarie, 1981).

#### **H9. O efeito de fatores motivacionais sobre a intenção dos usuários para jogar jogos de impacto social será moderado por percepção no altruísmo do jogo.**

Ao ter um moderador, ou figura de mediador como um recurso dentro do game que tem a função de doação, e por parte da empresa, de ter cuidados de marketing e publicidade altruístas, percebido durante o game, pode caracterizar esta moderação, neste caso, como possibilidade na visão dos jogadores, como possível geradora de intenção mediante a percepção do altruísmo.

#### **1.10.1.10. Hipótese 10 – Interação Social**

A seguir será contemplado o estudo do jogo Half the Sky. A pesquisa de Wübbler, é quali-quantitativa, a primeira parte que está declarada nesta pesquisa como hipóteses vindas de fatores identificados na literatura, representa a qualitativa, e a segunda parte, demonstra-se quantitativa. A relação quantitativa não será contemplada em detalhes, porém a conclusão da pesquisa com fatos relevantes da primeira e segunda pesquisa estará disponível no fim deste capítulo.

Os participantes eram estudantes, graduandos em Estudos de Comunicação, Administração de Empresas, Psicologia e Estudos Europeus de 24 à 28 anos, sem ter experiência com o gênero de jogos de impacto social - SIG.

Ao usar o método “think-aloud” ou pensar em voz alta por Lewis (1982). Segundo

Cotton and Gresty (2006), permite a avaliação dos processos de pensamento ou de tomada de decisão de alguém executar uma tarefa específica. No contexto de jogos online tornou-se uma prática estabelecida para usabilidade, (Pagulayan, Keeker, Wixon, Romero, & Fuller, 2007).

Os participantes após leitura da descrição de *Half the Sky*, verbalizam sobre pensamentos e sentimentos quando jogam. Perguntas como “O que está fazendo?” e “O que está sentindo?”, são respondidas, gravadas e transcritas.

A análise procura identificar padrões e temas de cada participante e é feita a análise cruzada para identificar similaridades e diferenças entre dos participantes.

Os resultados qualitativos de fatores comportamentais e motivacionais foram abordados por participantes com frases e atitudes positivas com relação ao jogar, como “ser capaz de fazer algo de bom, estando longe e diverte-se jogando o jogo é impressionante! (Se você considerar que a ajuda acabará por alcançá-los, por isso é também dado como ato de fé)”. A satisfação teve sua consideração: "Eu gosto da ideia de ajudar outras pessoas ao jogar este jogo, mas a razão principal que eu iria continuar jogando depois desta sessão é para lazer e prazer". O estudo destas percepções teve seu foco no andar do jogo, com os diálogos, mini-jogos, entre outros, que proporcionaram a parte divertida ao jogar *Half the Sky*. A parte séria comentada por estes participantes, são entorno da eficácia do jogo – “effectiveness of the game”, que inclui observações para abordagem de quanto o jogo *Half the Sky* e seus “idealizadores” estarem comprometidos e quanto do valor arrecadado por doações irá ser destinado para a causa.

Um dos recursos do game “*Half the Sky*”, é a possibilidade de desbloquear doações convidando pessoas da lista de amigos, a participarem como jogadores, esta opção oferecida, integrando o SNG com os recursos de SNS, no caso Facebook, podem ocasionar uma maior interação social, e engajamento dependendo da finalidade do SNG, no caso do “*Half the Sky*”, os jogadores recebem energia extra ao convidar amigos, o que ocasiona fazer mais itens solicitados no game – Wübbe, (2015).

#### **H10. Experiência de interação social dos usuários em jogos de impacto social afeta positivamente a sua intenção de jogar.**

O caso apresentado é específico de games que possuem este recurso de integração

com o SNS. No caso Half the Sky é possível SNG, utilizarem recursos como lista de amigos, que é inerente ao SNS, como o Facebook, que permite gerenciamento da lista de amigos, opções de excluir, incluir, receber as mensagens. No caso do Half the Sky, a experiência social é quando o(s) amigo(s) aceitam o convite de participação.

#### **1.10.1.11. Hipótese 11 – Jogos com Causas Sociais**

Os participantes enfatizaram a relevância entre o jogo e a causa de caridade. O estudo indica que os jogadores apreciam muito as missões de conteúdo, a fim de desbloquear as doações que fazem sentido para eles, o fato de lidar com problemas da vida real, coincide com missão geral do jogo, no caso de ‘Half the Sky Movement’, o empoderamento de mulheres e garotas.

Com as declarações dos participantes: “O protagonista é uma mulher que, através de aprendizagem e esforço muda sua vida infeliz por ela mesma, e com a ajuda de outras mulheres, é ótimo e faz o jogo ser tão realista e autêntico”. E “é incrível estar jogando com uma índia nativa trabalhando com outras pessoas de cor e encontrá-los em seus próprios termos”. Este jogo por uma causa, permite aos jogadores criar empatia com os desafios e as questões sociais abordadas no jogo, é uma condição importante que pode afetar a motivação dos jogadores para jogar o jogo Wübbe, (2015). No contexto abordado é percebido um relacionamento entre a imagem da empresa, seu posicionamento e mercado-alvo e à imagem da causa (Varadarajan & Menon, 1988). O que leva o jogo-causa de aptidão a possibilidade de afetar a relação entre os fatores motivacionais intrínsecos e extrínsecos e intenção dos usuários para jogar. Wübbe, (2015).

#### **H11. O efeito de fatores motivacionais sobre a intenção dos usuários para jogar SIG será moderado através de ajuste do jogo por causas.**

O conteúdo do game, é o que define se é um game com relação as causas. No exemplo dado por participantes, houve um possível entusiasmo, e foi introduzido os fatores de mercado e de imagem que possibilitam a motivação através do ajuste dos fatores no jogo. Por ser um jogo por causas, ter imagens que relatam uma possível abordagem com relação a prosperidade, por ter um protagonista que visa o bom relacionamento entre culturas e o empoderamento de si e de outras mulheres e garotas, pode se talvez especular que os jogadores cativados por uma história de

melhorar a vida de mulheres de comunidades carentes e elevar toda a comunidade a um nível mais estável com relação as necessidades de base como descrita por Maslow, pode ser um fato considerável de altruísmo e comprometimento, mesmo que seja apenas um game que favoreça estímulos motivacionais.

#### **1.10.1.12. Hipótese 12 – Privacidade Percebida**

A privacidade percebida, no contexto do SNS – Social Network Games, é definido como “controle sobre o fluxo de informações pessoais de alguém, incluindo a transferência e o intercâmbio de informações” - (Shin, 2010, p.430). Neste caso aborda o uso monetário para doações. Inclusive o jogo oferece opção de subir de nível mais rápido com estas doações. Um dos entrevistados argumenta, “de repente, vejo-me a ser solicitado a digitar meu cartão visa, para fazer uma contribuição financeira. Bem, eu não tenho os recursos e eu não gostaria de partilhar os meus detalhes de cartão de credito com o Facebook”. A percepção dos usuários: 'demanda por proteção de privacidade, pode-se supor que as preocupações de privacidade com relação aos jogos de impacto social são uma questão crítica que possa ter impacto nos jogadores como um comportamento global de doação. Isto pode até afetar a intenção dos jogadores para jogar o jogo em primeiro lugar, ao moderar a relação entre os fatores motivacionais.

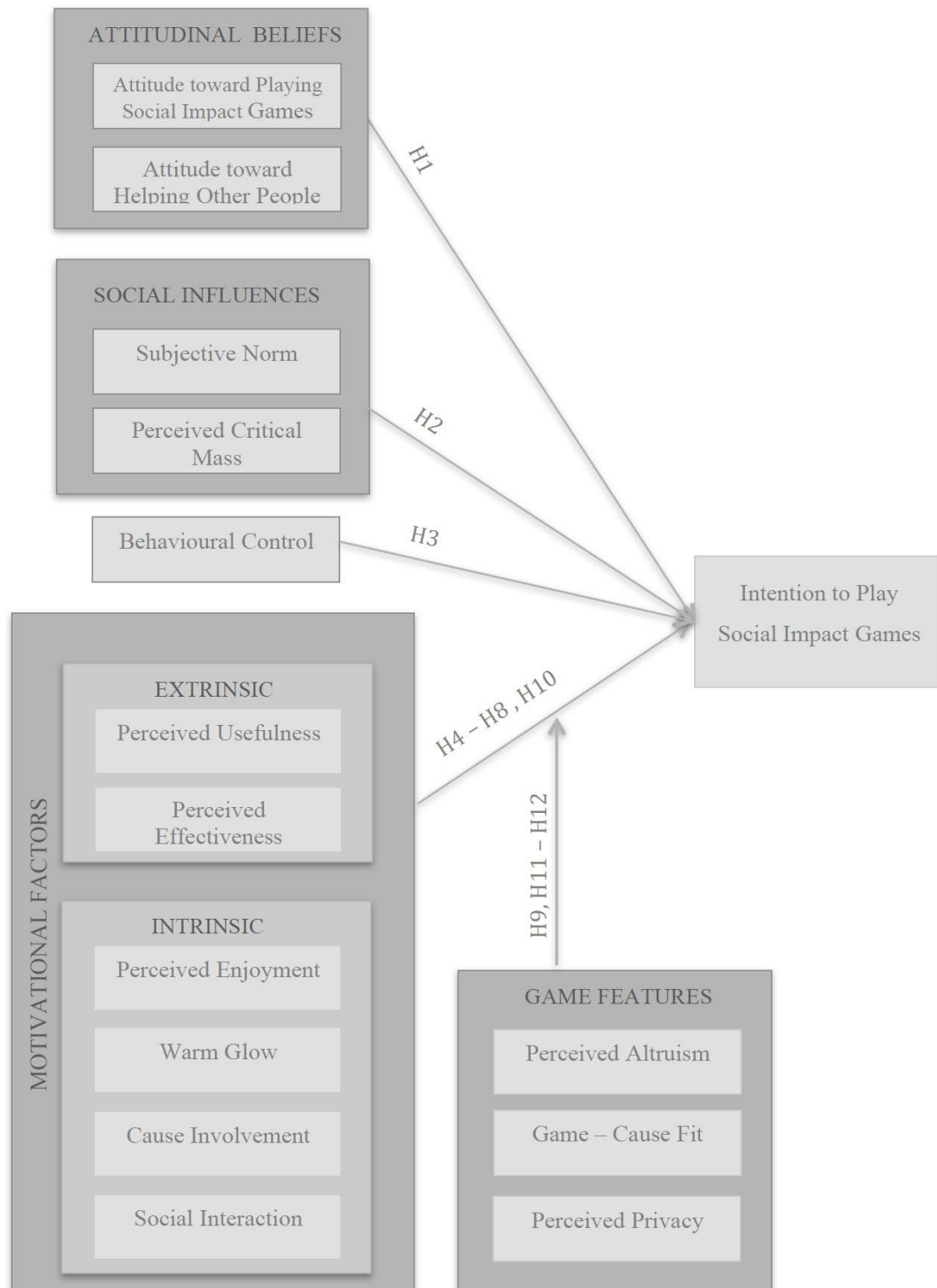
**H12. O efeito de fatores motivacionais sobre a intenção dos usuários para jogar jogos de impacto social será moderado por meio de privacidade do jogo percebida.**

A declaração sobre o fator de doação, acrescenta a viabilidade financeira dos jogadores no conjunto de causas motivacionais, o que gera dependendo do nível de aceitação de segurança por estes jogadores, a credibilidade para a doação.

Atitude em relação ao jogo, eficácia percebida do jogo e prazer percebido, formam os critérios primários percebidos, e logo após, o jogo por uma causa e privacidade percebida formam causas secundárias.

A autora do estudo colocou a criação do modelo exposto que resume de forma simplificada toda a relação de atitudes e motivações:

Figura 26 – Modelo Motivacional – Dirigido para Intenção de Jogar SIG.



Fonte: YOU PLAY. WE GIVE – Exploring the Factors that Drive Users' Intention to Play Social Impact Games



### 1.10.2. Avaliação de Hipóteses

De acordo com o levantamento quantitativo, houve a revelação de probabilidades consideradas como irrelevantes para as hipóteses formuladas. Segundo a autora contrariamente às expectativas, os efeitos diretos de hipótese influências sociais (H2), controle comportamental (H3), a eficácia percebida como fator motivacional extrínseca (H8), e causar envolvimento (H6), o efeito warm glow (H7), e interação social (H10) como fatores intrínsecos motivacionais não foram significativos. Adicionando os efeitos de interação com a hipótese as três variáveis moderadoras (altruísmo percebido, a privacidade percebida, e jogo por uma causa) não fez revelar resultados significativos e, portanto, hipóteses 9, 11 e 12 foram rejeitadas.

O modelo de pesquisa pode servir como um quadro robusto de estudos do SIG no futuro. No entanto, de 14 fatores incluídos no modelo final de investigação, apenas três construções, nomeadamente atitude para o jogo, utilidade percebida e prazer percebido provaram ser significativos e, portanto, responsável por 70% da variação na intenção de jogar.

A intenção dos usuários para jogar o jogo foi bastante influenciada pela apreciação percebida. Segundo a autora:

Os desenvolvedores de jogos de impacto social devem colocar ênfase na criação interativa, com experiência envolvente e jogo divertido que estimula e impulsiona o engajamento dos usuários para causas designadas. Tradução por autor

Os SIG com relação a outros SNGs, devem ter objetivos claros e definidos, (além de proporcionar uma divertida e envolvente experiência de jogo), poderia permitir aos jogadores usar o jogo com vantagem e reforçar a sua própria produtividade pessoal.

Como mencionado anteriormente, este achado pode ser devido ao fato de que os jogadores de 'Half Movimento Sky' têm pouca ou nenhuma experiência com jogos de impacto social e embora eles experimentaram o jogo como diversão e entretenimento, não há envolvimento com a causa social apresentado no jogo.

### 1.10.3. Resolução das Hipóteses

O que pode-se abordar é que houve um estudo sério para discernir vários tipos de motivações, mas para o público abordado, (no caso o segundo grupo que participou

voluntariamente do questionamento da autora Wübbe), o que realmente importa é o entretenimento, e não tanto a causa social, o que deixa realmente incógnitas. Pois algo novo como um jogo de causas como The Half The Sky, aceito por abordagens envolventes e divertidas, mais que a causa em si, de empoderar mulheres e garotas de comunidades carentes, revelando segundo experiência do autor perante o game, mensagens de sustentabilidade para áreas educacionais, de saúde, comércio e moradia, no roteiro, além de doações do jogo, o que gera um pouco de incomodo, devido a brilhante abordagem do game, e pouco explorada segundo o público entrevistado.

Como resultado pode-se ter em vista, que os jogos com causas, precisam superar expectativas nas áreas do entretenimento, interatividade e diversão, para talvez atingir experiências gratificantes entre seu público.

O próximo capítulo será relativo a uma revisão dos SIG, que tem como meta auxiliar no entendimento geral dos SIG.

### **1.11. Empreendedorismo no social impact games**

A questão de marketing pode ser importante em termos de comunicação e publicidade para auxiliar no projeto Half the Sky. As análises de entendimento dos SIG, desde os conceitos sociais até o de marketing focaram em um progresso teórico ao prático, para conceituar os SIG.

A questão a ser analisada após retratar a existência de marketing neste material, seguindo o fluxo teórico, são relativos a quais fatos podem ser abordados, com respaldo teórico, que podem concretizar uma um projeto com base no social. O levantamento de informações, relativas ao conceito empreendedor em relação ao SIG.

**Empreendedorismo social:** condiz com o empreendedor que opta por montar um negócio em que a responsabilidade social está no núcleo do negócio.

Os passos segundo o artigo para o entendimento do empreendedorismo social podem ser:

**Identificação do problema social:** análise de qual é o problema social.

**Imersão no público beneficiado:** o foco e atenção para as pessoas e conhecimento do que realmente ocorre no local.

**Ter um projeto de negócio:** levantamento de informações e convidar a indivíduos beneficiários serem co-criadores do projeto.

O artigo expõe que num estudo, uma fundação chegou à conclusão que todos os empreendedores sociais, bem-sucedidos, concentram-se em mudar dois aspectos num sistema existente para criar **modelos financeiros sustentáveis**, capazes de permanentemente deslocar o equilíbrio social e econômico em direção aos seus beneficiários-alvo. Uma interpretação do fato descrito, é relativo ao termo socioeconômico, que no artigo original exemplifica elaboração de campanhas para não comprar tapetes de certa marca que possa ser vinculada a mão de obra infantil Martin e Osberg, (2015), ou seja, uma possibilidade de gerenciar um negócio com certo equilíbrio social, com arrecadação para uma economia sustentável, direcionada a comunidade. Endeavor Brasil, 2016.

O termo responsabilidade social, refere-se a empresas que têm práticas voluntárias atreladas a posturas, comportamentos e ações para promoção do bem-estar, seja para um público-interno (funcionários) ou público-externo (comunidades, meio ambiente).

Algumas variantes do termo de responsabilidade social são:

**Responsabilidade Social Corporativa (RSC):** utilização em empresas, empresas de grande porte, voltadas a preocupações sociais, ao seu ambiente de negócios ou ao seu quadro de funcionários.

**Responsabilidade Social Empresarial (RSE):** envolve um aspecto maior que o RSC, como qualidade de vida e bem-estar do público-interno, mas também a redução de impactos negativos de sua atividade na comunidade e meio ambiente.

**Responsabilidade Social Ambiental (RSA):** considerada a mais abrangente, ilustra não apenas o compromisso de empresas com pessoas e valores humanos, mas verdadeira preocupação com o meio ambiente e socioambiental. O artigo esclarece que não é uma filantropia ou assistência social, mas um processo contínuo e de melhoria da empresa na sua relação com seus funcionários, comunidades e parceiros. Segundo o artigo. As empresas podem melhorar a relação com a sociedade de maneira a promover um desenvolvimento baseado na ideia do “triple bottom line”, que incluem o meio ambiente, a economia e o social. EON, 2015

A **filantropia** comentada anteriormente, significa humanitarismo, a atitude de auxiliar o próximo, fazer caridade, com origem na linguagem grega, apresenta “amor à humanidade”, com base no ano 363, um imperador romano, usava como sinônimo de caridade. Pode representar a atividade de fazer donativos para ONGs, comunidades ou trabalho de forma a ajuda direta ou indireta para com as pessoas. Significados, 2016.

Ao se tratar de **empreendedorismo social atrelado ao social impact games**, pode-se dizer que não há um conceito ou teoria exata ao tratar do assunto, porém a alguns exemplos e referências que podem ser explorados, para que haja um senso de projeto empreendedor, com possibilidade rentável, com relação ao social impact games.

As possíveis pesquisas, podem envolver empresas que tem por objetivo explorar o conceito social, através de games, seja na sociabilidade ou fatos que tem relação aos problemas sociais.

A Skyless Game Studios, por exemplo cria jogos projetados para impactos sociais. A partir de conceitos: de trabalho social, filantropia, causas educacionais, com games como meio de impactos e mudanças sociais.

A especialidade da empresa é ajudar ONGs, empresas socialmente conscientes, para desenvolver as ideias e causas em jogos para jogadores terem uma experiência significativa ao resolver problemas. Os jogos de conscientização inspiração para o agir.

A missão é usar games para capacitar causas sociais para criar uma mudança positiva. A ideia era combinar filantropia com jogos. Ao realizar pesquisas de “serious games”, perceberam que não era o que procuravam. Em 2013, com apoio de uma empresa, começaram a criar o jogo “Follow the Money”, que trata do tema corrupção, para detectar, investigar e reprimir crimes financeiros no setor público. Simula uma investigação baseada na realidade, segundo o artigo impede “palpites”, enfatiza compreensão conceitual e pensamento crítico.

A experiência através deste jogo, mostrou que existem muitas organizações que querem promover suas mensagens com o uso de jogos.

City Hall é outro game que através da gerência da cidade o jogador, através de dados extraídos de orçamentos, pode equilibrar uma variedade interesses públicos, com

limitações de recursos. A limitação ocorre em ter que investir em áreas como educação, segurança, transporte, sem comprometer o tempo e orçamento. Skyles (2016).

O empreendedorismo social através de meio de SIG, representa possibilidades de traçar diferentes projetos sociais criativos, com o uso de metodologias ligadas a game designers, com empreendimentos ligados a empresas e ONGs, que lidam com a questão social, de maneira a expor de forma interativa, educativa e inspiradora possibilidades de mudanças ao focarem no impacto social.

A abordagem prática, assim como a demonstração de jogos de impacto social, são contemplados no capítulo 3.

### **1.12. Definição de Termos:**

As siglas e termos usados na pesquisa, são encontradas no universo social, na tecnologia, nos jogos, no marketing e no social.

#### **Termos Sociais:**

**Looking-glass-self:** Termo psicológico para apreciação de si mesmo por enxergar metaforicamente através de como os outros te veem.

**D-Needs:** “Defficiency Needs” – a falta de necessidades ex.: comida, segurança, água.

**B-Needs:** “Being Needs” – relacionado à necessidade existencial, de encontrar um propósito para vida. Dr. Dewey, (2016)

**Altruísmo:** o termo **nesta pesquisa não possui conotação política**, mas sim para o entendimento do autoconhecimento, que cada leitor, referente ao seu livre arbítrio, possa ou não vir a experienciar.

#### **Termos Tecnológicos:**

**Retórica procedural:** em observação, está como abordagem de argumentos de jogos, com o uso de processos computacionais, fato este que possui utilização para sistemas e ambientes virtuais, utiliza táticas de comunicação persuasiva ou retórica

no meio digital.

**Lógicas e protocolos:** nesta pesquisa são relativos ao uso de regras e métodos computacionais para jogos. A lógica segundo o artigo podem ser a linha de raciocínio, pensamentos, idéias, relatos que são ligados ao pensamento filosófico.

A lógica de um sistema computacional são as regras e instruções, que dão validade a um resultado, software ou no caso da pesquisa, jogos.

O programador com o pensamento lógico, manipula os algoritmos, criando estruturas simbólicas ou funcionais que formaram sistema a ser desenvolvido. Nação Livre, (2010).

#### **Termos de marketing:**

**CRM:** “Cause Related Marketing”, refere-se ao uso comercial por uma causa social. No caso são citadas ações dentro da interface dos jogos que possuem uma causa para o bem social, como doações, **não confundir** com “Customer Relationship Management” que é a gestão de relacionamento com o cliente.

**Warm Glow:** expressão em inglês, que supõe satisfação moral ao realizar uma atividade benéfica. Segundo pesquisa científica, a sensação de calor na pele pode evidenciar a satisfação, que é alcançada por motivação extrínseca, exemplo: receber um prêmio, ou intrínseca, exemplo: percepção de ser uma pessoa boa, ao fazer o bem. Chilman, (2016).

#### **Termos de jogos:**

**Moodlets:** termo específico do jogo The Sims, são “moods” – humores e motivações, em relação ao personagem. A relação positiva é quando a barra do humor específico chega ao limite e é ganho pontos, caso negativa, a barra fica vazia, o personagem passa por maus humores, como tristeza. Estes moodlets são gerenciados por jogador, que atende ou não as necessidades do personagem durante um jogo.

**SNS e SNG:** Social Network Sites, conhecidos como mídias sociais, ou um meio para estabelecer as redes sociais, referente a websites sociais. Difere de SNG que são

Social Network Games, são os jogos que podem estar inseridas na SNS, mas segundo a dinâmica adotada, podem estar apenas como referência a SNS, exemplo: com uso de login mas hospedada em outro domínio que difere de SNS.

### **1.13. Revisão dos SIG**

O desafio dos SIG, assim como as demonstrações apresentam um possível relato de conscientização, por meios persuasivos, ou seja, por tentativa de convencer o jogador, que os problemas sociais relativos a cada situação, podem ser revistos seja por auxílio de personagens, ajuda humanitária, com caráter ético, por basear em fatos reais, ou utilizar fatos reais para simular de forma fictícia os cenários. A maneira de aprender de forma lúdica e interativa o que o game em questão pretende abordar.

#### **1.13.1. Revisão do Objetivo do SIG**

Com o objetivo de ter possibilidades de impacto social os SIG revelam um leque de opções relativas aos problemas sociais com abordagens humanitárias, educativas, que utilizam games em simulações, como meio de transmitir valores morais e conscientização social.

#### **1.13.2. Perguntas e Hipóteses sobre SIG**

Pode ser usado perguntas relativas ao tema, para possíveis estudos em futuros games ou no desenvolver de um, segundo os conceitos podem ser relacionados as seguintes questões:

O game em questão revela algum possível impacto social?

É possível utilizar a estratégia abordada de forma lúdica para representar o problema social, ou com um possível resultado ao contemplar o game como um todo, pode impactar socialmente?

O game está condizente com a abordagem de estudos sociais, ou seja, condiz com alguma literatura social ou fatos ocorridos?

É possível de forma criativa, fictícia ou realística, abordar o tema sem causar um futuro problema, e (ou) diminuir as causas dos problemas sociais?



Há possibilidades de incluir certo entretenimento, diversão ou que estimule o jogador a continuar com certo foco no game abordado?

A simulação do game pode eventualmente transmitir algum valor ético, moral, de conscientização ou relativo a pensar em bem-estar social ou individual?

O game em questão pode dar alguma inspiração benéfica, há aspecto motivacional, ou sensibilizar para o tema social que está sendo abordado?

Existe um projeto de empreendimento social acerca do jogo?

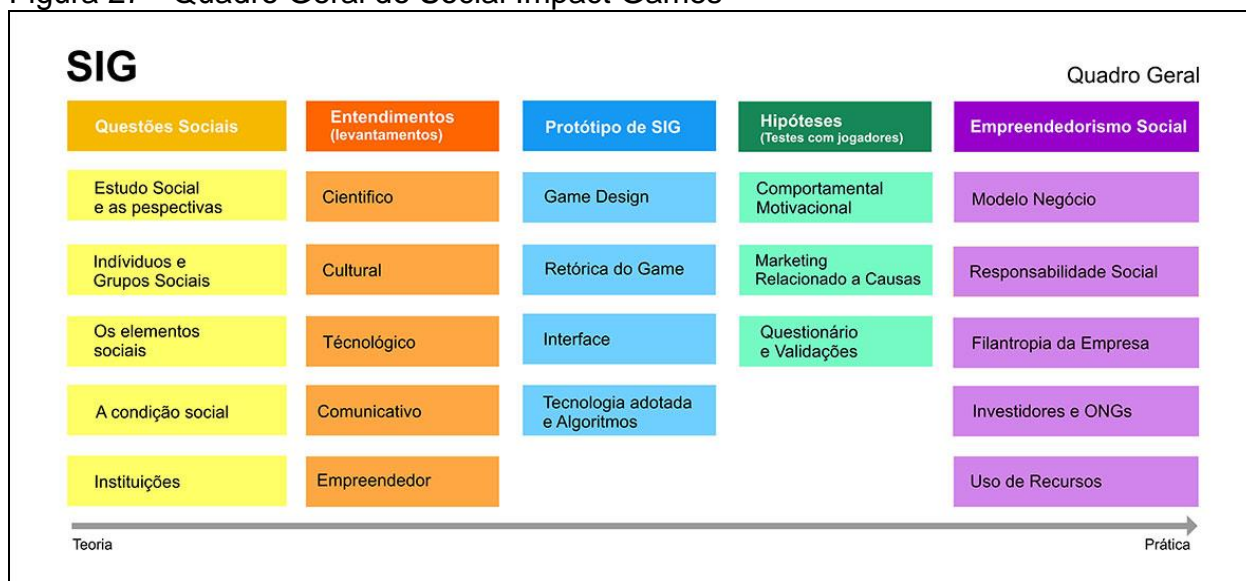
### **1.13.3. Revisão do Conhecimento dos SIG**

Em termos gerais, as metodologias colocadas no estudo fazem uma abordagem de forma a caracterizar a relevância de se existir o SIG, as diversas possibilidades de impactos dos games, o cruzamento das teorias sociais com foco nos problemas ou possíveis abordagens na resolução destes, com as simulações existentes nos games para conceituar se há possibilidades de ser um SIG, de ordem humanitária ou promove de forma específica a algum tema social.

#### **1.13.3.1. Revisão da Construção do Conhecimento dos SIG**

A construção do conhecimento de games que condiz a possibilidades de impactos sociais, tiveram as características apresentadas mediante vários projetos de simulação de situações sociais com games que resultaram no conceito do SIG. A seguir a revisão contará com um panorama do quadro geral, que poderá ser analisado conforme a imagem a seguir:

Figura 27 - Quadro Geral do Social Impact Games



Fonte: Criação do autor

A imagem representa a revisão num amplo contexto de como pode-se demonstrar da teoria a pratica a respeito da pesquisa.

Os principais conceitos para o SIG são as questões sociais, entendimentos, protótipos de SIG, hipóteses e empreendedorismo social:

As **questões sociais**: são a abordagem baseadas em fatos, ou novas perspectivas que abordam o social e/ou a sociabilidade. Segue algumas perguntas, que no contexto de revisão podem esclarecer, como meio de explorar as questões sociais:

Como surgiu e qual o **estudo científico social com relação as suas perspectivas**, seja de amplo aspecto social ao individual, podem refletir qual o critério na avaliação de uma questão/problema social?

- A análise inclui **indivíduos e grupos sociais** que podem explicar/relatar a questão?
- Quais **elementos sociais** têm maior incidência na análise?
- Qual a **condição social** que a questão levantada pode acarretar?
- As **instituições** envolvidas na questão social, e suas normas podem auxiliar na questão?

O caso explorado pode ter a verificação científica, sociológica do tema social proposto.

Os **entendimentos**: por meio de levantamentos do assunto, quais as características que este jogo pode condizer e sua múltipla abordagem no entendimento descritos:

científico, cultural, tecnológico, comunicativo e empreendedor, auxiliam a compreender os aspectos do jogo.

O **protótipo de um SIG**: ou o jogo em si, é principal meio dentro do quadro geral, para levar a mensagem social, e o objeto de pesquisa que poderá ter mais ênfase durante o processo de análise. O jogo que a partir da base de conceitos sociais, ou fatos ocorridos, refletem em seu mundo virtual.

A questão para chegar ao SIG, podem inclui **focos multidisciplinares** na área social, psicológica, de formação do caráter ético e sustentabilidade.

O **tipo de jogo**, pode-se basear por meio utilizado em plataformas tecnológicas, mídias sociais, caso usar jogos eletrônicos, ou em relevância de alguns casos, a exercícios de liderança e grupos de estudos com apoio de dinâmica em grupo. Por relevância desta pesquisa não há uma norma exclusiva para jogos eletrônicos, porém são sua maioria nos exemplos desta pesquisa.

O **Design e funcionalidades**: seja o conceito inserido, aos elementos do jogo, o Game Design é necessário para esquematizar e proporcionar o jogo em si.

A **retórica do game**: inclui a um roteiro com a história a ser analisada por jogador, o contexto persuasivo que o jogo passa e a ideia principal da existência deste jogo. O que durante o tempo de jogo, o jogador pode se interessar.

Assim como resultaram em diversas possibilidades de abordar os games como ferramentas de ensino e aspectos de conscientização e valorização social, ético e moral, para um público de possíveis jogadores que possam interpretar de forma dinâmica, interativa.

As **hipóteses**: são relativas a metodologia qualitativa ao levantamento da pesquisa científica das hipóteses, e quantitativa em relação a estatística amostral e validação. Em sua análise, a pesquisa das hipóteses tem uma relação psicológica, tecnológica, de conteúdo voltados para game design, SNS, SIG, e voltada ao Marketing relacionado a causas – CRM.

O **Empreendedorismo social**: no extremo prático da relação de conceitos do SIG, o empreendedorismo social, entra como modelo conceitual em vários casos do SIG, apesar de alguns não conter a camada de empreendimento em seu projeto de SIG. Para os projetos que possuem maior complexidades.

No quadro geral cada conceito define partes do SIG, e ao unir todas as partes, pode-se ter uma visão geral de como é composto, sua importância ao revelar questões sociais aos indivíduos por meio do jogo, e a possibilidade de conferir um impacto real.

## CAPÍTULO 2 - A METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa para chegar aos SIG com uso de dados biográficos segue uma estrutura, com planos de conceitos, formulação de hipóteses e revisão da literatura no capítulo 1. As definições da metodologia, está em contemplação neste capítulo. E o estudo com a apresentação de casos práticos de SIG, será demonstrada no capítulo 3.

A estrutura mencionada possui base na metodologia científica, adaptada ao tema vigente para proporcionar um entendimento científico, cultural, tecnológico, comunicativo e empreendedor.

**Científico** ao apontar teorias sociais, estudo técnico de gamificação, com teor conceitual, com atuação objetiva e subjetiva. O conceito objetivo como identificação do objeto de estudo, seja problemas sociais como no início do documento e uma aproximação com o uso de técnicas de padrões de design para regras e interface de jogos. E o conceito subjetivo, na análise de possibilidades e hipóteses para identificar os jogos que tendem a ter um impacto social.

**Cultural** ao expor fatos, exemplos, características sociais e de sociabilidades, seja por variáveis como a época, o local situado e a experiência promovida.

**Tecnológico** em relação ao meio inserido, as técnicas e mecanismos computacionais utilizáveis, as mídias sociais, a interoperabilidade técnica, a interface (tela) do jogo e interatividade com a internet.

**Comunicativo** ao ser uma ferramenta que possui em seu contexto, uma retórica persuasiva aplicada a conscientização social, ou seja, pode ser uma forma de comunicação e passar informações a respeito de acontecimentos sociais. Ao utilizar mídias sociais e ao englobar publicidades e marketing para um bem humanitário e altruísta.

**Empreendedor** no caso prático, é demonstrado não apenas o jogo, mas a relação com a teoria do SIG, o processo com relação a empresa e a repercussão do jogo com entrevistas e dados rentáveis.

O passo importante para potencializar o tema da pesquisa científica pode ser a **formulação da pergunta**. No caso desta pesquisa, a relação da experiência do autor com relação aos valores humanos e jogos, a observação de valores morais, a validade

da informação apresentada, contribuíram para o tema deste projeto e os assuntos abordados.

A **revisão da literatura** pode ser aplicada ao reler o material, o que fornece ideias mais relativas ao SIG, a relação do plano de conceito, com a argumentação do tema, a exemplificação e a escolha da pesquisa de hipóteses. A revisão serve como ferramenta de avaliação, no caso as fontes de informação, opiniões, matérias jornalísticas, estão condizentes? A resposta pode revelar um filtro para que obtenha o foco no tema da pesquisa, e também nos temas paralelos, que complementam o SIG.

A **variável** é qualquer evento, característica ou propriedade mensurável que sofre alteração. No caso no final da pesquisa de hipóteses, foi mensurado quais foram válidas através da parte quantificava por um questionário, (descrito como “survey” demonstrado no Anexo II) abordada de forma resumida, apenas para o esclarecimento das hipóteses.

## **2.1. Instrumentos**

A pesquisa em questão faz uso de artigos científicos, acadêmicos, não acadêmicos, e livros, para proporcionar o real entendimento do SIG.

Os artigos pesquisados na internet, com o uso do buscador “google” e “google scholar”, podem ser objetivos ao pesquisar palavras chaves, tais como “Problemas Sociais”, “Gamefication”, “Persuasive Games” e “Social Impact Games”.

## **2.2. Coleta de Dados**

A coleta de dados de uma pesquisa científica, ocorre nas experiências, pesquisa de levantamento, na pesquisa de campo e de dados secundários.

A experiência para esta pesquisa, ocorre na aplicação do questionário num grupo acadêmico, e para jogadores do “Half the Sky Movement: The Game”, que incluem pessoas de vários cantos do mundo. O modelo conhecido como pesquisa de levantamento ou “survey”, expõe um questionário para obter informações. O pesquisador precisará de uma amostra, que é recolhida por parte de uma população selecionada, o que caracteriza uma representação amostral. No caso das hipóteses,

a autora usou 2 representações, conforme já explanado. As entrevistas acadêmicas foram gravadas, o que corresponderia a autora transcrever, segundo o contexto da pesquisa, a abordagem do assunto e suas características. O questionário foi repassado com um endereço eletrônico, para os jogadores. Segundo o artigo que cita a metodologia científica, a desvantagem está na qualidade da resposta. Muitos não dedicam seu o tempo e esforço necessários para preencher um questionário, além das pessoas que podem não entender adequadamente, o que compromete respostas confiáveis.

A **pesquisa por questionário baseada na web**, segundo Farrel e Peterson, (2010), está cada vez mais crescente devido aos outros tipos de pesquisa como por telefone, atingirem uma menor abrangência de entrevistados devido a secretaria eletrônica, telefones com números equivocados, que tornam o uso com a internet melhor.

**Pesquisa de dados secundários:** Envolve pesquisar o que já existe relato, pesquisar outros pesquisadores, usar documentos históricos, relatórios, relatos policiais, registros escolares, registros de cartórios. A pesquisa atual procurou entender os artigos existentes, a pesquisa das hipóteses é um exemplo de dados prontamente existentes que pode proporcionar agilidade na pesquisa. Mooney A., Knox e Schacht, 2016.

### **2.3. Tratamento e Análise dos Dados**

Ao fim da coleta de dados, a análise de dados será o próximo passo. O uso da análise quantitativa por probabilidades resultantes dos cálculos de estatística, comprovaram 3 hipóteses aceitas perante o total de 14, o que gera veracidade na coleta dos dados.

Segundo Wübbe apud Yin's (1984), a proposição do método de estudo de caso, foram tomadas duas medidas para analisar os dados. A autora primeiro identificou padrões e temas para cada participante. Em segundo lugar, a análise cruzou semelhanças e diferenças entre os participantes. Como resultado, diferentes categorias emergiram, incluindo várias declarações e significados. Estes podem ser contemplados nas hipóteses. Wübbe, (2015).

### **2.4. Limitações do Método**

Por constatar relação com um caso de estudo, os resultados são apenas de



percepções construídas por jogadores de “Half the Sky Movement”, o que talvez possa diferenciar, é a expectativa de jogadores para outros jogos com possíveis impactos sociais (SIG).

No grupo amostral, 90% dos que participaram da pesquisa são do sexo feminino, o que ocasionou um certo comprometimento em relação a variação de pessoas. Uma possível causa ao citar os participantes, é intencionada ao personagem, que é uma mulher indiana com foco empoderamento econômico e acesso na educação.

A última limitação refere-se na quantidade de participantes, o que segundo a autora era relativamente baixo, fato este pois de 165 participantes, 126 foram validados), com relação a 3 meses do lançamento do jogo, em torno de 778.000. Wübbe, (2015).

## **2.5. Considerações da metodologia**

O método e abordagens para chegar aos SIG e explorar seus padrões e contextos, podem revelar diversos paralelos com a realidade e fatos. A consideração destes fatos, seja em âmbito diversificado entre científico, social, cultural, tecnológico, comunicativo e empreendedor, podem esclarecer que para certos objetos de estudo, no caso jogos, a relevância de demonstração por simulação interativa.

A veracidade do levantamento de dados, por método científico na pesquisa qualitativa, com a condução da autora ao revelar com uso biografias, quais são suas intenções com relação as hipóteses de SIG, podem ser fatores que tornem o SIG mais objetivos. A pesquisa quantitativa perante questionários para validação de hipóteses pode revelar tanto o fracasso quanto o sucesso das hipóteses formuladas, o que gera integridade e mais firmeza ao citar o caso do Half the Sky e como um SIG são e podem influenciar em relação a comunicação e atitudes comportamentais e motivacionais.

## CAPÍTULO 3 – O ESTUDO PRÁTICO DE SIG

A teoria dos SIG com relação a temas humanitários, abrangeram um conjunto de conceitos e intenções, que foram analisados do ponto de vista teórico ao prático, para possibilitar uma visão ampla em torno dos SIG.

O estudo prático para o entendimento geral, será exposto com a explanação, em torno das demonstrações, que serão analisadas e discutidas com casos comparativos.

### 3.1. A explanação prática do uso de SIG.

Os pontos propostos para a explanação prática do SIG e sua argumentação em torno do tema são:

O **uso de meios digitais interativos**, para abordar o conteúdo com atribuições benéficas para sociedade. A tecnologia e a mídia social que oferece um método de alocação de um espaço virtual para os jogos e sua interatividade.

As **causas sociais**, disponíveis nos jogos que serão citados, possam dar uma **perspectiva social ao jogador** e seu relativo resultado em **colaboração de campanhas ou fatos**, devido a sua estrutura interativa.

Consegue atrair por meio de seu **mundo virtual**, o que traz inovações em divulgação por mídias sociais digitais, e que pode expandir em vários fatos caracterizados no mundo real, ou padrões que figuram boas atitudes com relação aos fatos ocorridos, transpondo estes ideais numa realidade virtual.

No estudo prático, as utilizações de casos de games considerados humanitários que seguem aos critérios explorados nesta pesquisa, condizentes com games de impacto social e com diversas características discutidas na teoria do SIG.

### 3.2. A demonstração.

Ao considerar uma demonstração com análise comparativa, é necessário que alguns pontos sejam esclarecidos:

Os jogos contemplados usaram a **tecnologia SNG**: os Social Network Games - SNGs usam as mídias sociais, mas não significa, que todo SIG precisa possuir uma tecnologia SNG. Os SNGs foram escolhidos nesta demonstração, por inferir num

amplo projeto de SIG, com referências a teorias e conceitos citados nesta pesquisa.

**Ações humanitárias em comunidades carentes:** as ações humanitárias discutidas, são um fato que serão apresentados, porém o aspecto humanitário difere caso a caso, por existirem muitos jogos que relevam em seu conteúdo o social, com situações distintas. A escolha de relação entre jogos e comunidade carente, são exemplos de interesse da pesquisa, pois há uma diversificação de esclarecimentos, tanto teórico quanto prático, promovendo o uso do SIG, em cada exemplo citado.

A demonstração em si, segue artigos jornalísticos digitais e blogs, que analisam com perspectiva empreendedora, de marketing e social, as possibilidades e resultados dos SIG.

### **3.2.1. Casos de Games Humanitários para Comunidades**

Em consideração com games de impacto sociais, com relação a comunidades sugere-se como exemplos, o Half the Sky, Wetopia e Better World, por terem afinidade com o assunto.

#### **3.2.1.1. Wetopia**

O artigo de 30 de novembro, considera uma importância e otimismo dados a jogos de bem social, os estúdios da SOJO, demonstraram isso com o Wetopia, um jogo social orientado em torno de doações de caridade. A Wetopia juntou-se com um período inicial de 13 grandes organizações sem fins lucrativos como a Save the Children, BuildOn e Fundo de Saúde da Criança, cuja atividade caritativa dos jogadores irão beneficiar estas ONGs. A empresa com auxílio da atriz, apresentadora de televisão e comediantes Ellen DeGeneres pode dar apoio no projeto. Fundador e CEO Lincoln Brown diz a Gamasutra (responsável por este artigo), que ele estava motivado para enfrentar necessidade global através de jogos depois de anos de experiência em fazer missões para o Haiti. Depois que a nação foi devastada por terremotos, ele diz que viu em primeira mão o quão "precária" a experiência dando poderia ser para aqueles que queriam ajudar.

Através de jogos, Brown acredita Sojo Studios tem a oportunidade de ajudar a tornar parte do cotidiano das pessoas, agradável e livre de pressão. Levou um tempo para quebrar a cabeça em torno de como jogos de Facebook pode ser o melhor caminho,

no entanto. Enquanto os amigos da escola de negócios estavam compartilhando estudos fascinantes sobre o crescimento dos jogos sociais, este inicialmente não entendia por simpatia com sua experiência de ver os pedidos de ajuda "no jogo da fazenda", (respectivo a um jogo do Facebook). em seu "feed", (distribuição) de notícias continuamente. "Nós damos 50 por cento dos nossos lucros de volta aos nossos parceiros, não inferior a 20 por cento da receita. Isso é um mandato empresa", diz Brown. "Nós nos sentimos como que em si é única, porque ninguém jamais teve o compromisso de que o nível de verdadeira filantropia, não é pregado como uma mensagem de promoção ou de marketing." E também diz "Por que tentar reinventar a roda Se somos capazes de integrar a causa de uma forma significativa, que em si é uma oportunidade única vez de redesenhar o que os jogos sociais são? Ou o que todos os jogos são - nós pensamos que este era o lugar onde a oportunidade real encontra-se."

O Sr. Brown em sua intenção de usar um game para doações utilizou do Facebook e interface conectada com as ONGs, onde o meio ajuda humanitária era interativo, para mandar doações o jogador utilizava-se de toda abordagem criada de forma divertida e com entretenimento.

Figura 28 – Tela mostra doação para os jogadores



Fonte: Games for Change, 2015

A figura 28, indica o quadro de doação, dentro da interface do game, e conota a relação de jogo social orientado a caridade exposto no começo do artigo. Em si os principais fatores abordados podem ser:

- A união de ONGs que realizam os atos de doações para a comunidade abordada;
  - A colaboração do estúdio de games e seus desenvolvedores, no ato de produção e manutenção deste game;
  - O reconhecimento, e mídia para trazer a atenção de possíveis jogadores e futuros contribuidores de ações sociais;
  - A tecnologia de jogos em 3D com redes sociais;
  - E o CEO responsável por trazer e criar uma ponte com as ONGs e o estúdio de produção de games, no contexto de auxiliar na produção deste título.
- Alexander, (2011).

#### **3.2.1.1.2. Wetopia com relação ao Facebook**

Devido a mudanças no código do Facebook, o estúdio da Sojo revelou que não irá prosseguir com as atividades, por motivos de reprogramar com o novo ambiente do Facebook, o que segundo eles, iria acarretar num custo elevado o que dificultaria as doações, além da falta de tempo.

Os fatores declarados implicaram numa continuação com o envolvimento com o Wetopia, e para facilitar o desligamento do game com o seu público, medidas foram criadas. Os recursos do game foram gradativamente desligados como a opção de compras, e foi adicionado as últimas tarefas e informativo para os jogadores, além de se colocarem a disposição para responder as perguntas. Sojo, (2014).

Um fato que talvez possa ser positivo e negativo é a dependência de um ambiente como a rede social escolhida, no caso o Facebook.

Positivo por atrair, ter espaço para criar publicidade e alocar plataformas de games como o Wetopia.

E negativo caso a demanda de manutenção do game seja alta por mudanças na plataforma da mídia social, o que acarretaria em tempo para interligação entre o game e a plataforma da mídia social.

Em si o fator chave no caso, poderia ser a gestão do projeto e planejamentos que ocasionaram riscos financeiros, o que pode ter impedido a realização das doações.

A Wetopia por ter campanhas com ONGs, ser um game com uma plataforma divertida

e voltada ao entretenimento, com foco em doações e questões humanitárias, além de diversas características que atendem de maneira explícita a pesquisa de um game humanitário, pode ser considerado um exemplo importante.

### **3.2.1.2. A Better World - Institucional**

O lema do Empreendedorismo Social criado para “A Better World”, de “trazer games e apps inspiradores que promovam uma consciência esclarecedora no mundo”, pode ser considerado como o principal fator ao se ler a página sobre este game, que pode ser traduzido como “Um Mundo Melhor”.

Os objetivos da organização são: fazer o bem, divertir-se e mudar o mundo, comprometidos a criar materiais projetados com características de otimismo, altruísmo e caridade.

O contexto envolvendo o jogo é de promover positivismo, valores humanos, pensamentos e ações positivas.

Ao relacionar o empreendedorismo social, acreditam que empresas podem crescer, ter reconhecimento e lucro, enquanto fazem o bem. Segundo o artigo:

“Uma vez que cada empresa descobrir quais são as necessidades para fazer o bem, a fim de ser competitiva, a taxa de variação em fazer a diferença será surpreendente e imparável”. (ToonUps, 2015).

O trecho pode ser interpretado com relação a uma campanha social e empreendedora, ao mesmo tempo ser socialmente competitiva e ter lucros acima do normal, por ter um caráter ético com valores sociais em seu negócio.

Ao se tratar de negócios a empresa “A Better World”, é conhecida como ToonUps, que visa negócios e mercados de consumos a adotar o otimismo, altruísmo e diversão, através do game social e treinamentos para negócios, além de terem a “ToonUp Coach”, “ToonUp Presentations” e “BetterWorldians Radio”. ToonUps (2015).

A introdução à empresa e as moralidades envolvidas podem ser representadas no artigo a seguir que irá tratar melhor do jogo.

### **3.2.1.2.2. Jogo “A Better World”**

Gregory Hansell, diretor do game “A Better World”, que tem por objetivo ensinar as crianças sobre a bondade, atos de doação, anti-bullying, reciclagem e alimentação saudável.

O artigo expõe a escola de “Psicologia Positiva” começada por Dr. Martin Seligman, em 1998, que examina como ajudar as pessoas a levar vidas felizes e saudáveis, segundo uma pesquisa da área, mostrar que ser altruísta e ter uma vantagem de atitude positiva leva para uma maior felicidade pessoal e bem-estar.

Segundo Hansell, "Há vários jogos educativos e sérios para as crianças que trabalham em leitura, escrita, matemática, e até mesmo a programação de computadores, mas não há realmente um foco na bondade, gratidão, dando, anti-intimidação - ('anti-bullying'), alimentação saudável, e as outras áreas. "

Relativo a psicologia positiva também citada anteriormente por McGonigal (na teoria sobre as possibilidades de jogos impactarem o mundo), pode ser considerado com uma abordagem considerável por incluir temas de valores sociais benéficos e dentro do contexto de jogos, pode significar um modelo SIG, sociabilizável, com tendências morais e éticas.

### **3.2.2.2. Sistema de Recompensas**

O game se utiliza de um recurso nomeado “Do-Good Gold”, que é ganho quando o jogador realiza bons atos com a interface do game. As crianças podem usar esse ouro para personalizar seu avatar, casa, e outros aspectos de seu mundo. Um dos planos segundo o artigo é que os pais introduzam tarefas como limpar o quarto. O que Hansell propõe é dar incentivos para o que as crianças tentam evitar. No caso pode se referir há algumas crianças que não gostem de fazer uma limpeza de quarto, e com o jogo talvez haja uma forma mais interativa de expressar a importância de arrumar o quarto.



Figura 29 – Quadro de Pontuação do Jogador.



Fonte: Venture Beat, (2014).

O artigo expõe que Hansell acredita que a recompensa no jogo pode ser mais gratificante do que ter horas de recompensas usando a tv ou tablet, como exemplo.

O modelo proposto de recompensas pode ser gratificante e por conter mensagens positivas no âmbito social e ético, pode ser relacionado ao interesse em se divertir e aprender jogando. Crawley, (2014).

### 3.2.1.2.3. Marketing de Causas Sociais – Cause Gaming

A patente “Cause Gaming” da Toonups possuem detalhes de como é feito a metodologia do Marketing de Causa adotada em seus jogos, segundo o artigo:

“O poder profundamente imaginativo e interativa de jogos digitais, a paixão de mudar o mundo de organizações de caridade, e a flexibilidade e adaptabilidade das empresas”. (ToonUps, 2015).

Ao relacionar games com “Fazer-o-Bem” “Do-Good”, a Toonups expõe que incentivam jogadores para fazer o bem, expressar gratidão, apoiar uns aos outros, o que pode indicar um comprometimento de expressões sociais demonstrada através do jogo. Segundo o artigo os jogadores têm a possibilidade de sentirem-se bem, fazerem atos a nível local (no possível sentido de expressar bons atos no local e com as pessoas ao redor), e no sentido global (pode expressar o sentido relativo de crescimento social do jogador e relativo a auxílio a entidades como ONGs), neste sentido será tratado

em breve.

A missão relativa a iluminar o mundo, no possível sentido de trazer uma possível mudança de consciência com uma visão mais clara de ações benéficas ao mundo, acreditam que todos querem fazer o bem, que dentro de cada um há um desejo de deixar o mundo um lugar melhor. Segundo o artigo, por causa que o mundo está ocupado e complexo, com a ajuda da Toonups possa trazer causas sociais para pessoas e criar felicidades e facilidades para poderem se ajudar.

A Toonups declara que já existe o “Cause Gaming ®”, mas que é um negócio revolucionário. A Toonups quer desencadear o poder do capitalismo com as necessidades do mundo, utilizam a velocidade de Startups (empresas recém-criadas e inovadoras), e a força transformadora da tecnologia.

A citação a seguir informa melhor a projeção de empresas no ramo de fazer bons atos:

“Quanto mais as empresas demonstram que eles podem ganhar dinheiro fazendo o bem, mais o mercado vai exigir que as empresas deixem o mundo melhor do que o encontraram”.

A frase talvez possa simbolizar que várias empresas ao demonstrar atos bons, financiar projetos que façam o bem, causariam uma mudança que seria futuramente exigido por seu sistema, que no caso pode se referir a consumidores e gestores de negócio num modelo de mercado direcionado a bondade.

A Better World procura de parceiros que podem ter o impacto máximo com o mínimo de atrito, que estão dispostos a tentar algo diferente que isso signifique fazer de forma mais inteligente e melhor.

As instituições, ONGs e entidades jurídicas que possuem o conceito de possíveis impactos no mundo com pouco atrito que pode conceituar as diversas camadas sociais e poderes (no caso talvez seja político, social, ambiental), para trazer possíveis mudanças de forma inteligente, num possível sentido positivo de inovação, e melhor no sentido de caracterizar um progresso talvez visível geograficamente como em pessoas de comunidades carentes. ToonUps, (2015).

#### **3.2.1.2.4. Campanha Social**

A Toonups prometeu 10 mil dólares em dezembro de 2014 a ONG em caridade infantil

“CURE International”, caso os jogadores atingirem 1 milhão de boas ações em um mês, haverá a doação do dinheiro para cirurgias em crianças da ONG com intenção de cura para locomoção.

Figura 30 – Crianças da ONG CURE International



Fonte: Games.com, 2012.

Relatado no anúncio, após dois dias os jogadores já colecionavam 250 mil boas ações. 29 de dezembro obtiveram a metade, e 11 de janeiro trazido 750 mil. No dia 23 de janeiro de 2015 os jogadores atingiram a meta de um milhão (e depois alguns) antes do previsto. Então, o que exatamente significa isso para gerar um milhão de boas ações? Bem, a novidade de um mundo melhor é que é um jogo fortemente centrada em torno de positividade e boa vontade. As principais localidades no jogo têm nomes como “Gruta da Gratidão”, “Departamento de Fazer-o-Bem”, “Santuário da Esperança”, “Melhores Animais de Estimação”, e “Carrinho do Coração”. Muitas das atividades do jogo Facebook envolvem expressar gratidão e compartilhando as próprias esperanças e sonhos.

A gruta da gratidão é uma lagoa, os jogadores têm um espaço de 140 caracteres para escrever sobre algo que é grato. Estas expressões de gratidão aparecem aleatoriamente na lagoa e você pode avaliá-los anonimamente com rostos felizes ou tristes. No departamento de Fazer-o-Bem - “Do Good”, trabalha com as mesmas ideias, mas envolve contar histórias de boas ações. Cada uma dessas instâncias de

partilha contabilizados servem para a meta de um milhão. No caso ir ao local virtual e escrever algo disponibilizando para outros usuários, contabilizam para a Toonups fazer a ação.

A Toonups expõe que 90% do público alvo são do sexo feminino, incluindo avós mães que brincam com suas crianças, o que representa segundo o artigo a vários blogs utilizados neste caso como diário virtual, de mães comentando sobre o game, assim como blogs de cristãos, promovendo para o uso em família.

Outro dado apresentado é relacionado ao CURE International que mostra a partir do site “AppData”, que quantifica acessos a página com gráficos, no artigo comenta que quando há uma finalização de campanha a audiência do jogo diminui. Ng, (2012).

Ao disponibilizar o game para jogadores ajudarem indiretamente ONGs, com entretenimento, diversão, interatividade, minijogos que condizem com referências a Psicologia Positiva, que condiz com uma melhora no aspecto de sociabilidade de um indivíduo, além da abordagem de deixar os pais colocarem tarefas, o que caracteriza um game com foco no aspecto de educação moral, ética e social, com valores positivos para crianças e qualquer outro jogador, com possíveis ênfases em motivar jogadores a fazer o bem, ser uma pessoa melhor, no sentido de qualificação social e promover ações humanitárias com várias ONGs. No sentido geral representa um SIG, que atende requisitos de auxiliar no desenvolvimento social de crianças e auxilia por meio de ONGs a ajudar comunidades carentes.

### **3.2.1.3. Half the Sky**

O jogo que será exposto, tem relação com a pesquisa de hipóteses, abordada anteriormente. Este caso terá um critério de pesquisa mais elaborada por ter vários aspectos a ser colocados para esclarecimento específico do contexto SIG adotado por critérios dentro do jogo.

#### **3.2.1.3.1. Half the Sky – O movimento**

O movimento Half the Sky começou com uma possível intenção de ajudar a divulgar, educar sobre os problemas sociais com as mulheres como opressão, agressões as mulheres, divulgando em forma de livros, vídeos, jogos, websites, blogs para promover a capacidade que tem as mulheres em enfrentar e mudar a situação de tais

problemas. HalftheSky, (2014).

### 3.2.1.3.2. Half the Sky – Guia do Jogo

Como base o jogador precisa completar missões e fazer doações na vida real com o uso da tela de doações ou tela que compartilha de fatos. A protagonista e personagem principal inspirada na vida real é a Radhika, de origem Indiana. O jogador ajuda e cria oportunidades para a comunidade, a família e a ela mesma. É possível realizar viagens virtuais para Quênia, Vietnã, Afeganistão e os Estados Unidos, para se tornar uma líder global, em simulação com o que ocorre na vida real onde os parceiros: Fistula Foundation, GEMS, Heifer International, ONE, Room to Read, The United Nations Foundation, e World Vision trabalham sem ter fins lucrativos. Ao finalizar a missão o jogador visualiza uma tela para se envolver em alguma doação do mundo real com organizações sem fins lucrativos que lida com o problema específico semelhante a missão realizada.

Figura 31 - Tela mostrando opções de contribuição



Fonte: Facebook, 2014.

Alguns diálogos no jogo conotam que a vida real é mais complexa e se vive com menos de dois dólares por dia e que há possibilidades de não conseguir sair de casa sem a permissão de um homem. Sendo que há um ambiente virtual que simula alguns dos desafios reais que as mulheres enfrentam.



### 3.2.1.3.3. HalftheSky, (2014). A interface do game Half the Sky

Com os conceitos de gameificação citados por Kevin Werbach na teoria de gamificação, e a experiência do autor sobre este jogo, é possível avaliar a interface e durante a avaliação serão citados o grupo dos itens. Ao lado esquerdo chamado no jogo de “meter”, onde mostra os seus pontos e de seus amigos. Acima começando pela esquerda contém o “Hope Bond” que é o dinheiro investido, “Coins” moeda virtual e “Energy” que é no caso é a energia para realizar atividades, estes seriam as “Coletas de Recursos” para conseguir realizar as atividades, servem para utilizar como itens de troca no jogo. “Partners” e “one-click giving” são componentes para realizar doações, os “Status Rank Meters e Life Parameters” são utilizados como progresso para personagem chegar a ser uma ativista, “Active Quests and Activities”, são atividades propostas para conseguir mais progresso. Abaixo encontra os gráficos sociais onde é possível interagir com alguns amigos, (“Friends”), ou convidar novos amigos, (“Invite Friends”), com as flechas é possível ver mais amigos, O componente “Options” oferece opções de gráfico e áudio para ajustes. O “Inventory” é onde ficam coleções de recursos para completar a atividade, geralmente há uma necessidade de algum personagem dentro do jogo solicitar um ou mais itens.

Figura 32- Interface do game Half the Sky



Fonte: Facebook, 2014.

A interface tem a importância de facilitar a interatividade do jogador, ao utilizar os vários elementos de jogo disponíveis, como as “quests” ou “missões”, para completar e ir ao próximo nível, ou “Friends”, que podem auxiliar em alguma missão.

#### **3.2.1.3.4. Primeiros passos ao jogar Half the Sky**

Com a perspectiva da personagem, protagonista do jogo Radhika, o jogador irá realizar as ações como exemplo: falar com o marido e filha ao começar o jogo, com escolhas criteriosas e possivelmente difíceis. A personagem precisará de moedas e itens, enfrentar desafios, conforme o desenrolar da história. O guia do jogo sugere pegar manga e vender ao mercado. Com as moedas é possível neste começo ter como levar a filha que necessita usar o hospital para tratamento. Neste ponto é possível pagar a opção com uso de moedas ou a personagem se candidatar a ser voluntaria. Ao termino é visto a filha com saúde e encerrado a primeira parte.

A história fictícia envolve o personagem a focar em bons atos, empoderamento da mulher frente a situações que podem ser desafiadoras, principalmente por o jogo comparar a situação de Radhika com alguém na vida real. A interface oferece ferramentas que a personagem precisa durante as missões.

#### **3.2.1.3.5. Minijogos**

Durante o progresso das missões há mini games que possibilitam aquisição de materiais necessários para cumprimento de tarefas.



Figura 33 - Mini game de educação, os itens desejados são os livros



Fonte: Facebook, 2014.

No lado esquerdo da tela, você verá cinco tipos diferentes de power-ups, (podem ser interpretados como auxílio para ter mais itens, como “poderes especiais”), que você pode comprar com créditos de esperança, e na parte superior da tela, você vai ver as medidas cambiais e de energia padrão.

### 3.2.1.3.6. Progressos e utilidades do game

O jogo têm 12 níveis, com o aumento do seu nível em cada um destes quatro parâmetros desbloqueia novas missões para Radhika. Ao passar o mouse sobre o ícone da busca que está tentando desbloquear, vai ver qual parâmetro precisa para subir de nível. Para localizar uma oportunidade de aumentar o seu nível em um dos parâmetros que são segurança, educação, economia e saúde, procure o ícone desejado no mapa (por exemplo. Um coração vermelho para a saúde ou um cofre para a economia). Ao realizar as missões a energia irá diminuir e irá aumentar o nível de parâmetro para auxiliar a desbloquear mais missões!

Figura 34- Imagem com informação de novo nível com nomeação da posição e recompensa.



Fonte: Facebook, 2014.

A importância de recompensas e posição alcançada, talvez possa favorecer a motivação do jogador a realizar mais missões e contemplar histórias que fazem parte do grupo de mulheres e pessoas que vivem nas vilas e ações sociais que são realizadas por ONGs e demais participantes que vivem em relação as aldeias do mundo real.

A opção de convidar amigos aumenta barra de energias, auxilia em missões virtuais que solicitam recrutamento – baseado em ações voluntárias, ou para apoiar a causa social no game.

Pode-se com o fato de incluir conhecidos, aumentar a divulgação de causas sociais que são reveladas no game, com possibilidades de aumento também nas doações.

### 3.2.1.3.7. Doações no jogo

As doações ocorrem durante o jogo ou com o uso da interface de 3 maneiras:

**No fim de cada história** – As doações podem ser: vacinações, livros, serviços de apoio, e até mesmo uma cabra na vida real. Para isto o manual solicita que se clique em “Doar” – “Give”, ou “Não Obrigado” – “No Thanks”.

Um Clique - Centro de Presentes “One-Click Gift Center” – localizado no topo da janela, ao observar a figura 31 - página, pode-se ler “One Click GIVING”.

**Compra de itens no jogo** - Como power-ups, moeda e energia adicional.

Segundo o artigo a receita obtida através destas compras irá para as causas de parceiros sem fins lucrativos. O artigo indica que maiores explicações são dadas a respeito para qual lugar o recurso monetário irá, com aceso ao seguinte link: [https://1-live-cdn-hts.halftheskymovementgame.com/Policy/where\\_money\\_goes.html](https://1-live-cdn-hts.halftheskymovementgame.com/Policy/where_money_goes.html). O site revela que todo dinheiro vai para caridade, 80% das doações vão para parceiros que no caso são ONGs e 20% - destes 17% para “Games for Change”, que usará para gerenciar e hospedar o jogo e 3% para Tides Foundation para gerenciar as doações. A Tides Foundation é uma instituição de caridade pública organizada, fornece uma plataforma e serviços para que possa ocorrer uma possível mudança social. Cada participante tem a opção de escolher qual é o destino de 80% da doação feita no jogo comunicadas para Tides Foundation.

Cada organização, tem uma janela que dá uma breve descrição da organização, juntamente com três opções de como ajudar. Alguns deles são simples como a assinatura de uma petição ou ler um artigo sobre as questões. Outras envolvem uma contribuição monetária para seus esforços. Também pode acessar o site da organização e continuar a aprender sobre o seu trabalho lá.

Ao visualizar que o game oferece vários pontos para doar, pode-se caracterizar que um dos objetivos do game é uma possível gestão de ganhos para manter ONGs e seus projetos, o que facilitaria estas ONGs a continuar auxiliando com materiais de educação, segurança, cirurgias e em diversas áreas de uma comunidade assistida.

#### **3.2.1.3.8. Half the Sky – Pontos positivos e negativos do Game**

Ao verificar o website “Games for Change” anunciado no artigo anterior, foi localizado uma reportagem separada em vários artigos com ações corretas e incorretas, por motivo de especificar o assunto será revelado alguns destes itens do que foi realizado e a lições que foram revisadas, com uma pequena descrição para pontuar as principais características de cada um.

“Enquanto nós estamos orgulhosos do impacto significativo nesses estágios iniciais, sabemos que alguns destes significados seria perdido se não compartilhar as lições aprendidas com outras pessoas que possam estar interessados em embarcar em um projeto similar”. (Games for Change, 2014).

Primeiro, Asi Burak expõe detalhes o que deu certo e após o errado em termos de produção executiva em um projeto como de grande alcance.

Tabela 2 - Ações realizadas de forma "Corretas e Incorretas - 1ª. Parte".

<b>Ações Realizadas de Forma Correta</b>	<b>Ações Realizadas de Forma Incorreta</b>
<p><b>1. A construção de uma coalizão de grandes financiadores e parceiros</b> Reunir um conjunto das principais organizações do setor público e privado para apoio.</p>	<p><b>1. Demasiado ambicioso em muitas frentes.</b> Gostariam de 3 ao invés de 7 ONGs, utilizar estruturas prontas de doação, ao invés de criar uma para o Facebook. Várias frentes com vários objetivos em vez de ter poucos (comenta 2 ou 3).</p>
<p><b>2. Produzir um jogo de nível comercial envolvente para a mudança (social).</b> Principais apoios de desenvolvedores de Facebook / Análise de Viabilidade Financeira da Zynga para o projeto.</p>	<p><b>2. Nós investimos muito no desenvolvimento pré-lançamento, não o suficiente no serviço pós-lançamento.</b> Por muito gastos, ter criado um beta (teste detalhado), não houve recursos adicionais para implementar pós criação.</p>
<p><b>3. Protegido por doações patrocinadas</b> A doação patrocinada é um possível fator para que uma grande quantidade de jogadores com características de doadores ou ativistas sociais, auxiliem com pouco tempo no jogo.</p>	<p><b>3. Sem modelo de negócio sustentável.</b> Com 80% em doação, 17% para sustentar o jogo e 3% para transições financeiras, torna-se necessário novos contatos para futuros projetos.</p>
<p><b>4. Comercialização e distribuição</b></p>	<p><b>4. Deveria ter alinhado e as partes</b></p>

<p><b>foram sempre uma prioridade, como era de angariação de fundos, (no sentido de captar recursos).</b></p> <p>Vários jogos independentes ou com relação a mudanças, gastam muito no desenvolvimento, apesar disso houve 40 a 50 por cento de captação deste projeto nesta etapa.</p>	<p><b>interessadas orientada desde o início.</b></p> <p>Muitos parceiros nunca participaram da formação de um jogo e também não obtiveram informação no início, outro erro foi dos parceiros não terem investido até estágios avançados por não informar sobre o fato (do jogo), antes (logo no início).</p>
<p><b>5. Nós navegamos com sucesso uma rede extremamente complexa de relações e agendas.</b></p> <p>O jogo com questões complexas trouxe nervosismo e tempo escasso para as partes envolvidas no projeto, a ideia foi conseguir agendas compartilhadas semanais e diárias.</p>	<p><b>5. Nós entramos tarde para o Facebook.</b></p> <p>Houve muito tempo no projeto, antes de colocar no Facebook, no artigo comenta que se fosse antes de 2013 pela fama dos jogos e do Facebook iria ter uma ampliação de jogadores.</p>
<p><b>6. Nós sempre trabalhamos com objetivos de audiência e de impacto na mente.</b></p> <p>Usar o Facebook para atingir pessoas, como principal mulheres e crianças, que não conheciam via outras mídias que continham informação do jogo.</p>	<p><b>6. Engajar nossa própria rede e da comunidade.</b></p> <p>Houve tensão entre fazer o papel de organização e o papel na comunidade além de ser produtores de jogo. As cautelas para visão marco, não houveram facilidades com diálogos.</p>
<p><b>7. Transparência</b></p> <p>Envolve no caso, mostrar para onde está indo a doação, quem o jogador irá apoiar, além de expor que a “Games for Change” beneficia mulheres e meninas e para games de impacto social.</p>	<p><b>7. Nós não somos interessantes para a comunidade de jogadores.</b></p> <p>O game social baseado no Facebook, não impressiona a indústria de jogos, mesmo com aparição na CNN (noticiário de TV), apoio de celebridades, não houve menção nas grandes publicadoras de games, pode-se referir às revistas online e marketing.</p>

Ao verificar os itens da primeira parte, pode-se ver uma possível importância para visão macro do projeto, abrangendo o início da campanha e seus componentes. A parte positiva pode considerar num amplo aspecto os itens para realização do projeto: Como financeiro, com parcerias públicas e privadas, marketing para o bem, utilizando o próprio trabalho humanitário como argumento para doações.

A realização de tarefas e métodos incorretos, são demonstrados na comunicação entre ONGs e parceiros, a falta de doações e um modelo não sustentável para futuros projetos, podem em parte comprometer viabilidades para futuras manutenções e novas realizações.

A qualificação de um bom projeto, com as estratégias vindas de parcerias que já conheciam do ramo, uma boa comunicação compartilhada, que segundo o contexto pode viabilizar mais oportunidade, e incrementar projetos com garantias de recursos futuros, podem trazer benefícios as ONGs e permanência no projeto. Porém uma gestão de comunicação em várias instancias, como neste projeto, que não seja eficiente pode comprometer toda evolução no desenvolvimento e futuros projetos.

O jogo Half the Sky, se mostrou num possível modelo baseado em novas parcerias para continuar funcional. Elaborado para causas específicas com relação a mulheres e meninas que sofrem na vida real, parte de uma campanha que contém publicações online, livros, filmes além de vídeos curtos, e o jogo propriamente dito. Recebe apoio internacional de vários órgãos sem fins lucrativos e parcerias compromissadas. Possui um visual, interatividade e divertimento para atingir um grande público. Além de proporcionar uma história motivadora para sustentabilidade e segurança não só das mulheres e meninas, mas na comunidade como um todo, com a condução por mulheres que lutam com utilização da moralidade nas diversas frentes da sociedade como educação, saúde e segurança.

### **3.3. Comparação entre Wetopia, A Better World, Half the Sky Movement**

A relevância de se tratar os títulos citados em comparação com os modelos que eles adotaram podem gerar possíveis entendimentos do método e processo utilizado por cada um.

Ao rever os casos, a análise comparativa pode identificar, o modelo de processo,



existentes para esclarecer de um modo geral, a ocorrência de pontos importantes para os SIG.

A seguir o autor simplifica a explicação com um gráfico que compara o processo do ponto de vista empreendedor do SIG.

Figura 35 - Processo dos casos de estudo comparativo com relação ao SIG



Fonte: Criação do autor.

Os argumentos em relação aos processos dos casos comparativo, segundo os artigos propostos, constituem num ciclo de relacionamentos entre: **instituições, jogo, jogadores, ONGs e Comunidades atendidas.**

**As instituições:** São as empresas que mantêm a estrutura estratégica, gerencial e funcional do empreendimento, elas por meio de negócios e trabalhos voltados a jogos e mídias digitais, em relação ao seu projeto, criam e mantêm todo o fluxo do negócio. O **jogo:** é o projeto, que nos casos apresentados, passam mensagens humanitárias por meio da tecnologia e interatividade.

**Jogadores:** o público quando utiliza o jogo, e seu papel que por meio da dinâmica do jogo, podem ser altruístas com relação ao ativismo, ou fazer atos de bondade, durante o tempo de jogo. Também podem ser doadores por sistemas de arrecadação monetária incluída nos três casos.



**ONGs e as Comunidades:** refere-se à utilização dos recursos arrecadados, e utilizados por ONGs e sua relação direta com a comunidade assistida. Os artigos citam que as ONGs beneficiam os indivíduos na saúde, educação e moradia.

O processo citado para os três casos, definem numa visão ampla, um fluxo de processo, que engloba negócios que por meio benéfico da utilização monetária, auxiliam comunidades. Porém não confere uma forma exclusiva e criteriosa de fluxo de processo, para SIG, pois cada caso e sua apresentação difere um do outro. Na teoria há exemplos que não houve relação com ganhos. O que demonstra que para ser um SIG, não há uma necessidade específica com relação à monetização, mas sim ao lado humanitário, mas também representa uma oportunidade empreendedora e inovadora de criação de jogos.

Tabela 3 - Comparativos entre Wetopia, A Better World, Half the Sky Movement

<b>Componentes &amp; Métodos</b>	<b>Wetopia</b>	<b>A Better World</b>	<b>Half the Sky Movement – Game</b>
<b>Possíveis Destaques na Interface</b>	Qualidade em 3D	Desenhos para crianças	Personagens
<b>Mundo Virtual</b>	Parque de Diversão	Cidades e Campos	Comunidades Carentes
<b>Adotam ONGs</b>	Sim	Sim	Sim
<b>Contém Parcerias “Empresas”</b>	Sim	Sim	Sim
<b>Qual a forma de arrecadação?</b>	Por empresas e jogadores.	Por jogadores e website de crowdfunding	Por empresas e jogadores.
<b>Qual o método de lucro e doações?</b>	Por itens, compra de dinheiro virtual e apoio de empresas.	Soma de pontos, compra de dinheiro virtual e apoio de empresas	Por itens, compra de dinheiro virtual e apoio de empresas.

Fonte: Material recolhido na pesquisa do autor, 2015.

A importância demonstrada em vários aspectos sociais, podem conotar uma experiência de relativa importância ao público interessado numa experiência motivacional com relação a ativismo, assuntos humanitários e que sejam de impactos sociais. Ao ser aberto, ou seja, público, qualquer pessoa está apta a experienciar, desde que tenha uma conta no Facebook como pré-requisito. Os títulos apresentam possibilidades de formas diferentes de arrecadação, porém com foco em doação e auxílio de marketing e financeiro para projetos em ONGs. Estes casos podem ter semelhanças com fluxos de processos para negócios, no caso terceiro setor – ONGs. Processos estes que segundo esta pesquisa, vão desde abordagem tecnológica, sistêmica, administrativa, financeira, de marketing social e humanitária, para criarem resultados com possibilidades de gerar o benefício sustentável a pessoas necessitadas, carentes, com diversos níveis de dificuldades na saúde, na segurança, no social, cultural, educacional e financeiro.

Os fluxos de processos por estes jogos, podem ser pontes que interligam o público e parceiros, a projetos com estúdios de games e ONGs, com a colaboração, num possível método inovador em tecnologia com alto risco financeiro e com viabilidades de impactos sociais.

Os objetivos dos jogos apresentados em amplos aspectos, são de comunicar interativamente o que existe no âmbito social, moral e ético, com possível imersão do jogador ao conteúdo apresentado de forma a abranger os tópicos sociais, de maneira a ensinar num mundo virtual com mais fácil acesso as informações de homens, mulheres e crianças de comunidades adotadas por ONGs, com vários incentivos, motivacionais e inspiradores que englobam causas sociais, ao redor do mundo.

Os títulos com características de SIG, podem talvez conseguir uma transformação benéfica em consideração ao humanitarismo, relações sociais com impacto comunitário sustentável, economia baseada causas sociais e possíveis pontes que ligam pessoas que veem ao encontro destes games criado em estúdios, e são transformadas durante o jogo em ativistas sociais, humanitários com possíveis auxílios as ONGs que cuidam de várias pessoas com necessidades, realizam cirurgias, dão abrigo, segurança, educação, não só garantindo a sobrevivência mas há possibilidades neste meio, das pessoas se permitirem acessos ao realizar algum propósito que elas queiram, ao vincular com a pirâmide de Maslow podem ter acesso ao social, estima e auto realização.

### 3.4. Futuras pesquisas e possibilidades de continuidade do SIG

Todos os anos, aparecem mais games com propósitos e semelhanças ao SIG, algumas ferramentas disponíveis na internet, podem facilitar a pesquisa. Os links a seguir foram selecionados por conterem em alguns pontos, conteúdo relacionado ao SIG, não são inteiramente dedicados, porém são úteis para futura pesquisa:

As principais fontes como “conselho” à uma pesquisa de artigos para o SIG:

Games For Change Internacional: <http://www.gamesforchange.org>

Games For Change América Latina: <http://www.gamesforchange.org.br/>

IGF – Independent Games Festival: Reúne num evento diversos games independentes, com possíveis games com perfil de SIG, em alguns deles. Ao explorar foi possível constatar muitos games com as características por completo, ou parcialmente com abordagens referentes ao SIG. Para ver a lista de games vencedores de 2014 utilize o link [www.igf.com/2014winners.html](http://www.igf.com/2014winners.html), a lista de edições anteriores do IGF, pode ser localizado do lado esquerdo para exploração de games com foco em SIG.

GAMASUTRA: A página é uma divisão da UBM, United Business Media LLC, e revela notícias aos games designers, desenvolvedores e programadores. Com o link a seguir é possível encontrar, com a utilização do mecanismo de pesquisa interno do site, alguns artigos sobre SIG e sobre as equipes que trabalham com games e dispõem para realizar serviços sociais. Disponível em: [http://www.gamasutra.com/search/?search\\_text=humanitarian](http://www.gamasutra.com/search/?search_text=humanitarian).

Games para o bem social, com conceitos de empatia, podem ser analisados nas referências bibliográficas e nos sites da descrição do seguinte vídeo: <https://youtu.be/tYA-TfDUjek>.

Skyless: Estúdio de games, com vários títulos para causas sociais, comentado no capítulo 1. Disponível em: <http://skylessgames.com/>.

**Os eventos:** Games for Change - G4C, Microsoft Imagine Cup e o IGF são os que foram pesquisados, mas o autor também participou do Big Festival, (exclusivo para o Brasil), e comenta que todos estes são indicados para serem explorados com possibilidades de ocorrer futuros projetos de SIG.

Outro evento brasileiro que pode conter jogos para bem social, é o SBGames, em seu website: <http://www.sbgames.org> contém vários artigos científicos.

Os autores e instituições, usam mídias sociais para compartilhar alguns artigos relacionados com as suas pesquisas, além de utilizar para outros propósitos:

- Games For Change Brasil - @g4c\_br - [https://twitter.com/g4c\\_br](https://twitter.com/g4c_br)
- Games For Change - @g4c - <https://twitter.com/g4c>
- Skyless - <https://www.facebook.com/SkylessGames/?fref=ts>
- Jane Mggonigal - @avantgame <https://twitter.com/avantgame>
- Ian Bogost - @ibogost <https://twitter.com/ibogost>

### **3.5. Game Insight Care**

Como proposta futura e continuação do estudo, o autor propõe relacionar esta e outras pesquisas similares no site: <http://gameinsightcare.com>.

## 4. CONCLUSÃO

A pesquisa procurou identificar por meio de conceitos, métodos, e casos práticos, quais são os meios reais para se chegar à possibilidade de auxílio aos problemas sociais, utilizando a tecnologia digital e seu mundo virtual caracterizado por jogos, para explorar a realidade.

Os conceitos sociais, seus métodos e processos entre instituições e grupos sociais, instigam a pesquisar as bases dos problemas sociais. Ao tentar referenciar o sistema social ao comparar em metáfora com sistema do corpo humano, pode-se argumentar que um órgão que não funciona bem afeta outros, assim instituições e grupos sociais que tem problemas afetam o sistema. As hipóteses e possíveis respostas geradas da metodologia, podem depender de indivíduos e não apenas da representação coletiva inserida.

Fato que levou o autor a exploração destes problemas, que pode ser revisto desde o conceito de jogos, até a prática nesta pesquisa. A observação das várias linhas de pensamento, incentivam os homens a recriar de forma lúdica e com possibilidades de livre expressão os desafios da vida e auxiliam a extrapolar a realidade em busca de respostas para os próprios jogadores.

A gamificação e as diversas formas de ampliar o entretenimento, o entendimento, e modo de vida, de maneira tecnológica e inovadora fazem os jogos terem possibilidades de serem ferramentas para os mais diversos usos, inclusive o de passar mensagens, ao fazer bom uso da retórica, de maneira a abordar diversos assuntos.

A escolha da abordagem de problemas sociais nos jogos, para retratar a realidade, é uma forma que o autor considera um modo paralelo, por representação virtual, mas que aos poucos revela sua importância, e que possa ser mais valoroso do que resolver de forma direta e rápida o problema, que segundo seja a gravidade, pode voltar a acontecer. Em sua maioria os jogos de impacto social, não resolvem de maneira direta os problemas sociais ou individuais, mas gradativamente oferecem através de seus recursos, uma conscientização maior, e podem ter a possibilidade de alterar a perspectiva da pessoa em relação ao problema.

Os fatores humanitários e sociais demonstrados, são as chaves para o estudo do SIG, a representação dos atributos de ajudar ou guiar, de refletir sobre a moral e ética, os problemas na sociedade e questões sociais, podem ser a base para estes jogos, pois refletem os problemas sociais de maneira a dar uma oportunidade exclusiva, e de boa intenção, para o que pode ser refletido, ou até mesmo feito.

Trazer à tona o problema, viabilizar mais alternativas em relação a ele, de maneira lúdica, com responsabilidade e estudo, com uma experiência ou pensamento verdadeiro de seu idealizador, com ideais, valores éticos e humanos, trazem uma motivação intrínseca, motivação esta que traz mais felicidade, e com isto pode inspirar e dar novos insights. Pensamentos estes que podem transformar as perspectivas das pessoas e mesmo que seja complexo e agravante certos problemas, através dos jogos podem originar soluções inovadoras e criativas.

Ao expor o empreendedorismo social nos casos, e as ideias inovadoras com todos os vínculos entre as entidades e seus processos, que agem como uma espécie de criação de pontes entre o público e as pessoas auxiliadas em ONGs por meio de games, capazes de gerar um fluxo mais humanitário, pode-se obter recursos para realizações na área da saúde, com cirurgias e medicamentos, educação, segurança e empoderamento pela autoconfiança e autoconhecimento.

Ao final, ao espelhar a realidade por meio de games, e conectar os jogadores para campanhas em apoio de atividades altruístas e comunidades carentes, os jogadores podem ter a possibilidade de complementar ao mundo virtual em jogos eletrônicos, ou mundo real ao usar dinâmica de grupo, ter uma identificação com outras pessoas e elas mesmas, talvez ao pensar na visão total do SIG e jogos que declaram uma postura de ações corretas, com base em valores humanos, éticos, que motive e inspire pessoas, possa gerar um sentimento de cooperação, gratidão e empatia. Os SIG além de ser uma ferramenta de apoio a campanhas sociais e difusão por meio de jogos, podem promover um entendimento às questões sociais.

Assim os SIG, são um reflexo da realidade, que usam o foco humanitário, para de uma maneira lúdica, terem possibilidades de impacto social.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Huizinga**, Johan. Capítulo 7 - O Jogo e a Poesia. Homo Ludens, São Paulo. Editora: Perspectiva, 1990, p.149.

**Mcgonigal**, Jane. Capítulo 7 - O benefício das Realidades Alternativas. A Realidade em Jogo, Rio de Janeiro, Editora: BestSeller, 2012 p.139-148.

**Schwartz**, Gilson. Brinco, Logo Aprendo – Educação, videogames e moralidades pós-modernas. São Paulo. Editora: Paulus, 2014.

**A Better World.** About A Better World. Disponível em: <<http://www.abetterworld.com/About.aspx>>. Acesso em: 09/05/2015 19h 53.

**A Better World.** AppData. Disponível em: <<http://www.appdata.com/apps/facebook/137532732952633-a-better-world>>. Acesso em: 16/05/2015 – 15h 27.

**A Better World.** About Cause Gaming. Disponível em: <<http://www.abetterworld.com/CauseGaming.aspx?1>>. Acesso em: 16/05/2015 – 12h 55.

**Alexander**, Leigh. Wetopia, The Social Impact Social Game. GAMASUTRA. 30 de novembro de 2011. Disponível em: <[www.gamasutra.com/view/news/128133/Wetopia\\_The\\_Social\\_Impact\\_Social\\_Game.php](http://www.gamasutra.com/view/news/128133/Wetopia_The_Social_Impact_Social_Game.php)>. Acesso em: 05/05/2015 – 12h 06.

**Alves Onça**, Fabiano. A era dos Games na Sociedade da Escolha. In: Smith, Sutton. São Paulo, 2014 p.40-41.

**Anastas Maraslis**, Alexandros et. al. Programa Sathya Sai Educare EDUCANDO COM VALORES HUMANOS. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/7236443-Programa-sathya-sai-educare-educando-com-valores-humanos.html>>. Acesso em: 25/12/2014 – 10h 27.

**Aranha**, Gláucio. Jogos Eletrônicos como um conceito chave para o desenvolvimento de aplicações imersivas e interativas para o aprendizado. Periódicos Eletrônicos em Psicologia. Março, 2006. Instituto de Ciências Cognitivas (ICC) Juís de Fora, MG e Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1806-58212006000100009&script=sci\\_arttext](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1806-58212006000100009&script=sci_arttext)>. Acesso em: 20/02/2016 – 15:28.



**BABA**, Sathya Sai. Pensamento para o dia. 01 de junho de 2006. Disponível em: <[http://www.sathyasai.org.br/pensamento/consulta\\_por\\_palavra.php?ts\\_word=Um%20homem%20comum%20transforma-se%20em%20um%20grande%20s%C3%A1bio](http://www.sathyasai.org.br/pensamento/consulta_por_palavra.php?ts_word=Um%20homem%20comum%20transforma-se%20em%20um%20grande%20s%C3%A1bio)>. Acesso em: 13/01/2015 – 23h 37.

**BABA**, Sathya Sai. Sri Sathya Sai Baba Organization in Canada. Disponível em: <<http://www.sathyasai.ca/content/view/19/49/lang,fr/>>. Acesso em: 10/05/2016 10h 45.

**Bartelson**, Eric. EMPATHY GAMES: BIRTH OF A GENRE? An increasing number of developers is creating games with a focus on empathy. Is this the birth of a new genre? 26 agosto 2014 Disponível em: <<http://ctrl500.com/developers-corner/empathy-games-%E2%80%A2-fighting-tears/>>. Acesso em: 30/08/2014 – 11h 32.

**Blizzard Entertainment**. Adote Argi e ajude a American Red Cross. 04 de dezembro de 2014. Disponível em: <<http://us.battle.net/wow/pt/blog/17047515>>. Acesso em: 16/01/2014 – 01h 05.

**Blizzard Entertainment**. Argi Raises More Than \$1.9 Million. Disponível em: <<http://us.battle.net/wow/en/blog/17938072/argi-raises-more-than-19-million-2-11-2015>>. Acesso em: 15/11/2015 – 09h 45.

**Blizzard Entertainment**. Cenarion Hatchling for Japan Earthquake Relief. 2 de maio de 2011. Disponível em: <<http://us.battle.net/wow/en/blog/2717672>>. Acesso em: 16/01/2014 – 01h 25.

**Blizzard Entertainment**. Cinder Kitten Raises More Than \$2.3 Million. 10 de janeiro de 2013. Disponível em: <<http://us.battle.net/wow/en/blog/8376066>>. Acesso em: 16/01/2014 – 01h 13.

**CARL'S SIMS 4 GUIDE**. THE SIMS 4: SIMS & GAMEPLAY - LIFESPAN SETTINGS, NEEDS, WHIMS, AND HOW TO CARE FOR SIMS. disponível em: <<http://www.carls-sims-4-guide.com/tutorials/sims.php>>. Acesso em: 14/11/2015 – 13.55.

**Chilman**, Timothy. Doing good for the environment gives you a warm glow. Disponível em <<http://www.sustainablebusinessstoolkit.com/good-environment-gives-warm-glow>>. Acesso em: 13/01/2016 - 9h 45.

**Crawley**, Dan. This video game reckons it can get your kids to tidy their rooms. VentureBeat. 20 de dezembro de 2014. Disponível em: <<http://venturebeat.com/2014/12/20/this-game-reckons-it-can-get-your-kids-to-tydy-their-rooms/>>. Acesso em: 13/05/2015 – 10h 24.

**Deep Silver**, Developer Q&A: Interview with Ralph Stock. Disponível em: <<http://e2012.deepsilver.com/en/developer-qa-ii/index.html>>. Acesso em: 13/12/2014 – 10h 58.

**Dr. Dewey**. B-needs and D-needs. Disponível em: <[http://www.intropsych.com/ch09\\_motivation/b-needs\\_and\\_d-needs.html](http://www.intropsych.com/ch09_motivation/b-needs_and_d-needs.html)>. Acesso em 02/04/2016 – 09h 35.

**Dimopoulos**, Thomas. 'Humanitarian Games' to be Announced as Part of Saturday Fundraiser. Grid Saratoga. 12 de setembro de 2013. Disponível em: <<https://www.gridssaratoga.com/130912-youth2-fundraiser-saturday-humanitarian-2/>>. Acesso em: 17/06/2014 – 23h 36.

**EFE**. Brasil ganha prêmio nas olimpíadas de tecnologia da Microsoft: Equipe de Curitiba venceu com game que exige resolver problemas da cidade. Nona edição da Imagine Cup teve participação de 358 mil estudantes. G1. Julho de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/07/brasil-ganha-premio-nas-olimpiadas-de-tecnologia-da-microsoft.html>>. Acesso em: 9/07/2014 - 22h 15.

**Endeavor Brasil**. Empreendedorismo social: lucro e transformação social numa coisa só. Agosto, 2015. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/empreendedorismo-social/>>. Acesso em: 22/03/2016.

**Emergency 5**. Disponível em: <[http://emergency5.deepsilver.com/index\\_eng.html#prettyPhoto\[screens\]/1/](http://emergency5.deepsilver.com/index_eng.html#prettyPhoto[screens]/1/)>. Acesso em: 13/12/2014 – 11h 26.

**EON**, Fábio. O que é responsabilidade social? Revista ResponsabilidadeSocial.com, 2015. Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social/>>. Acesso em: 24/02/2016 – 21h 43.

**Ferreira**, Emmanoel. Oliveira, Thaianne. Jogos Persuasivos: Por uma investigação das potências de afecção dos jogos eletrônicos. Universidade Federal Fluminense. São Paulo. 15 e 16 de outubro de 2012. Disponível em: <[https://www.academia.edu/4161938/Jogos\\_Persuasivos\\_Por\\_uma\\_investiga%C3%](https://www.academia.edu/4161938/Jogos_Persuasivos_Por_uma_investiga%C3%)

A7%C3%A3o\_das\_pot%C3%AAsncias\_de\_afec%C3%A7%C3%A3o\_dos\_jogos\_eletr%C3%B4nicos>. Acesso em: - 20/06/2015 – 15h 29.

**GAMASUTRA.** Search. Disponível em: <[http://www.gamasutra.com/search/?search\\_text=humanitarian](http://www.gamasutra.com/search/?search_text=humanitarian)>. Acesso em: 15/08/15 – 17h 23.

**Gamasutra.** Video: What's next for empathetic games? 7 de maio de 2014. Disponível em: <<http://www.gamasutra.com/view/news/217212>>. Acesso em: 14/06/2015 – 07h 35.

**Games for Change.** Can Food Force and Wetopia Change the Social Gaming Industry. Disponível em: <<http://www.gamesforchange.org/2011/12/can-food-force-and-wetopia-change-the-social-gaming-industry/>>. Acesso em: 02/05/2015 – 18h 46.

**Portal Aprendiz.** Game de Empreendedorismo “Subindo na Vida”. 1 de março de 2013 Disponível em: <<http://www.folhavoria.com.br/geral/blogs/educacaoeempreendedorismo/2013/03/01/game-de-empreendedorismo-subindo-na-vida/>>. Acesso em: 03/01/2015 – 15h 23.

**Game Insight Care.** Disponível em: <<http://gameinsightcare.com>>. Acesso em 18/10/2015 – 15h 08.

**Games For Change América Latina.** Disponível em: <<http://www.gamesforchange.org.br/>>. Acesso em: 15/08/15 – 10h 45.

**Games For Change Internacional.** Disponível em: <<http://www.gamesforchange.org>>. Acesso em: 15/08/15 – 10h 12.

**Facebook.** Getting Started Guide. Facebook. Disponível em: [https://www.facebook.com/HalftheGame/app\\_128953167177144](https://www.facebook.com/HalftheGame/app_128953167177144) >. Acesso em: 18/06/2014 19h 07.

**GlassLab.** SimCityEDU: Pollution Challenge, disponível em: <[https://s3-us-west-1.amazonaws.com/playfully-games/SC/brochures/SIMCITYbrochure\\_v3small.pdf](https://s3-us-west-1.amazonaws.com/playfully-games/SC/brochures/SIMCITYbrochure_v3small.pdf)> - Acesso em: 10/11/15 – 11h 15.

**Greene, Jonathan.** “Rape or Regret? A Jury’s Dilemma” Screens Tonight at Saratoga Film Forum. Grid Saratoga. 16 de abril de 2014. <https://www.gridsaratoga.com/140408-saratoga/> Acesso em: 14/01/2015 – 0h 24.

**Greene, Jonathan.** Let The Games Begin: YOUTH SQUARED Launches Philanthropic Web-Based Game. Grid Saratoga. 31 de março de 2014. Disponível em: <<https://www.gridsaratoga.com/130331-saratoga-2>>. Acesso em: 13/01/2015 – 23h 12.

**Games for Change.** HALF THE SKY GAME: WHAT WENT RIGHT AND WHAT WENT WRONG? (PART 1). Disponível em: <<http://www.gamesforchange.org/2013/04/half-the-sky-game-what-went-right-and-what-went-wrong-part-1/>>. Acesso em: 24/05/2015 – 15h 40.

**Half the Sky Movement: Movement.** Disponível em: <<http://www.halfthesky.com/movement.org/pages/movement>>. Acesso em: 18/06/2014 20h 15.

**YouTube.** How Can Videogames Make You a Kinder Person? | Game/Show | PBS Digital Studios. Junho de 2015. Disponível em: <<https://youtu.be/tYA-TfDUjek>>. Acesso em: 26/09/15 – 10h 12.

**ICare Games.** O que é sério pode ser divertido. Social Good Brasil. Disponível em: <<http://socialgoodbrasil.org.br/2013/icare-games-jogos-sociais>>. Acesso em: 03/01/2015 – 16h 07.

**ICare Games.** Subprodutos. Disponível em: <<http://www.icaregames.com.br/subprodutos.html>>. Acesso em: 03/01/2015 – 16h 40.

**ICom.** A história do Conecta: jogando pela transformação. Disponível em: <<http://www.icomfloripa.org.br/icom/a-historia-do-conecta-jogando-pela-transformacao/>>. Acesso em 03/01/2015 – 13h 29.

**ICom.** Conecta: próximos passos. Disponível em: <<http://www.icomfloripa.org.br/icom/conecta-proximos-passos>>. Acesso em: 03/01/2015 – 14:47.

**IGF – Independent Games Festival.** 2014 Independent Games Festival Winners. Disponível em: <[www.igf.com/2014winners.html](http://www.igf.com/2014winners.html)>. Acesso em: 15/08/15 – 12h 11.

**iCivics.** Disponível em: <<https://www.icivics.org/our-story>>. Acesso em: 02/01/2015 – 14:55.

**iCivics.** Executive Command. <[https://cdn.icivics.org/sites/default/files/uploads/Guide\\_ExecutiveCommand\\_0.pdf](https://cdn.icivics.org/sites/default/files/uploads/Guide_ExecutiveCommand_0.pdf)>. Acesso em: 29/12/2014 – 07:50.

**Infopédia - Dicionários Porto Editora.** Disponível em: <[http://www.infopedia.pt/\\$problemas-sociais](http://www.infopedia.pt/$problemas-sociais)>. Acesso em: 14/05/2016 – 22h 14.

**Ingress.** #ingress #missionforgood. Google+. Disponível em: <<https://plus.google.com/s/%23ingress%20%23missionforgood>>. Acesso em: 27/06/2015 – 23h 45.

**Ingress.** #MissionsForGood. Google+. Disponível em: <<https://plus.google.com/+Ingress/posts/Nctw1u1gbXK>>. Acesso em: 25/06/2015 – 11h 20.

**Ingress.** Escolher sua facção. Disponível em: (<https://ingresshelp.zendesk.com/hc/pt-br/articles/207441277-Escolher-sua-fac%C3%A7%C3%A3o>) Acesso em: 26/06/2015 – 10h 39.

**Instituto Elos Brasil.** Manual de bolso: Metodologia Elos para uso do movimento Oasis. 2012. Disponível em: <[http://issuu.com/elos/docs/metodologiaelo\\_manualdebolso\\_pt](http://issuu.com/elos/docs/metodologiaelo_manualdebolso_pt)>. Acesso em: 06/01/2015 – 07h 34.

**Kahne, Joseph,** Ellen Middaugh, and Chris Evans. The Civic Potential of Games. John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning. 2009. Massachusetts Institute of Technology. Disponível em: <[http://dmlcentral.net/wp-content/uploads/files/Civic\\_Potential\\_of\\_Games.pdf](http://dmlcentral.net/wp-content/uploads/files/Civic_Potential_of_Games.pdf)>. Acesso em: 18/04/2016 – 10:34.

**Last Pick Productions.** Homeless. Disponível em: <<http://lastpickproductions.com/homelessgame/>>. Acesso em: 17/06/2014 – 23h 42.

**Lumb,** David. Can Humanitarian Gamers Really Save The World? Fast Company. 15 de agosto de 2013. Disponível em: <<http://www.fastcolabs.com/3015825/can-humanitarian-gamers-really-save-the-world>>. Acesso em: 14/01/2015 01h 11.

**Martin,** Roger L. Osberg, Sally R. Dois fatores-chave para o empreendedorismo social sustentável. Dois fatores-chave para o empreendedorismo social sustentável. Harvard Business Review. Maio 2015. Disponível em: <<http://hbrbr.com.br/dois-fatores-chave-para-o-empreendedorismo-social-sustentavel>>. Acesso em: 26/03/2016 – 10h 17.

**Mcgonigal,** Jane. Jane McGonigal: Jogando por um mundo melhor. 20 de março de

2010. Disponível em: <[http://www.ted.com/talks/jane\\_mcgonigal\\_gaming\\_can\\_make\\_a\\_better\\_world?language=pt-br](http://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world?language=pt-br)>. Acesso em: 25/07/2014 – 01h 29.

**Mcgonigal**, Jane. Why I Love Bees: A Case Study in Collective Intelligence Gaming Disponível em: <[http://www.avantgame.com/McGonigal\\_WhyILoveBees\\_Feb2007.pdf](http://www.avantgame.com/McGonigal_WhyILoveBees_Feb2007.pdf)>. Acesso em: 05/07/2014 17h 12.

**Conception, Miguel**. How entertainment and 'life' give life to The Sims. Venture Beat (VB). Setembro de 2014. Disponível em: <<http://venturebeat.com/2014/09/19/how-entertainment-and-life-gives-life-to-the-sims/>>. Acesso em: 12/11/2015 – 9h 15.

**MIT GAME LAB**. Raise the village. Purposeful Games for Social Change. Disponível em: <<http://purposefulgames.info/post/17528621162/raise-the-village>>. Acesso em: 17/06/2014 – 23h 36.

**Mooney A.**, Linda, Knox, David e Schacht, Caroline. Problemas Sociais: uma análise sociológica da atualidade – Tradução da 9ª Edição norte americana. Cengage Learning. São Paulo, 2016. Disponível em: <[https://issuu.com/cengagebrasil/docs/9788522121991\\_problemas\\_sociais\\_iss](https://issuu.com/cengagebrasil/docs/9788522121991_problemas_sociais_iss)>. Acesso em: 20/02/2016 – 10h 15.

**Nação Livre**. Algoritmos – Lógica Computacional. Agosto, 2010. Disponível em: <<http://www.nacaolivres.com.br/algoritmos/algoritmos-logica-computacional/>>. Acesso em: 30/03/2016 – 9h 47.

**Nerburn**, Kent. Nem cão, nem lobo, psicologia de um velho índio. A mente é maravilhosa. Disponível em: <<http://amenteemaravilhosa.com/nem-cao-nem-lobo-psicologia-de-um-velho-indio/>>. Acesso em: 26/12/2014 – 19h 52.

**Ng**, Jenny. A Better World Facebook game helps real kids walk again. Games.com. 24 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://blog.games.com/2012/01/24/a-better-wold-toonups-cure-international/>>. Acesso em: 14/05/2015 – 13h02.

**Instituto Elos**. O que é o jogo Oasis? Disponível em: <<http://institutoelos.org/jogo-oasis/>>. Acesso em: 04/01/2015 – 10h 12.

**Objetivos do Milênio**. Centro de Voluntariado. Disponível em: <<http://www.objetivosdo milenio.org.br/>>. Acesso em: 26/06/2014 02h. 40.

**Pb Agora.** Jovens brasileiros estão se destacando na criação de games e abrindo empresas próprias. Julho de 2011. Disponível em: <<http://www.pbagora.com.br/conteudo.php?id=20110731101827>>. Acesso em: 9/07/2014 – 23h 15.

**Ruggiero, Dana.** The Four Keys of Social Impact Games. Bath Spa University Disponível em: <[http://www.fdg2013.org/program/workshops/papers/IDGEI2013/idgei2013\\_2.pdf](http://www.fdg2013.org/program/workshops/papers/IDGEI2013/idgei2013_2.pdf)>. Acesso em: 31/10/2013 – 22h 18.

**SB Games.** Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital. Disponível em: <<http://sbgames.com>>. Acesso em: 18/05/2016 22h 50.

**Scholastic.** Food Force. Disponível em: <<http://teacher.scholastic.com/scholasticnews/indepth/foodforce/articles/index.asp?article=intro&topic=0>>. Acesso em: 07/12/2014 - 13:44.

**Sgarbe, Vinícius.** Game tem Curitiba como pano de fundo para solução de problemas: Jogo de estratégia tem funcionamento parecido com 'The Sims'. Sistema disputa final do Imagine Cup 2011 em Nova York. G1. Paraná, junho de 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2011/06/game-tem-curitiba-como-pano-de-fundo-para-solucao-de-problemas.html>>. Acesso em: 29/07/2014 – 23h 15.

**Shapiro, Dr. Lawrence.** Hidden Rules: A Game That Teaches Every Day Social Skills. 24 de janeiro de 2011. Disponível em: <<http://www.amazon.com/Hidden-Rules-Teaches-Social-Skills/dp/1588151344>>. Acesso em: 24/12/2014 – 21h 15.

**Significados.** Significado de Filantropia. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/filantropia/>>. Acesso em: 25/03/2016 – 10h 27.

**Silva, Luiz.** Games for Change convoca desenvolvedores e estudantes para a 2ª edição da Gelly Jam. 05 de setembro de 2014. Disponível em: <<http://gamereporter.uol.com.br/2a-edicao-da-gelly-jam/>>. Acesso em: 27/06/2015 – 9h 43.

**Skyless Game Studios.** Video Games for a Better Tomorrow. Disponível em: <<http://skylessgames.com/wp-content/uploads/2015/07/SkylessGameStudiosPressKit.pdf>>. Acesso em: 23/03/2016 10h 21.

**Sojo Studios,** 8 de agosto de 2014. Disponível em: <<https://www.facebook.com/>>



WeTopiaOfficial/posts/786435448084112>. Acesso em: 09/05/2015 – 09h 14.

**Social Good Brasil.** Marco Conceitual. Disponível em: <<http://socialgoodbrasil.org.br/marco-conceitual>> Acesso em: 26/06/2014 – 03h 50.

**Souza Barros, Maisa.** Estudo de Usabilidade em jogos Educativos 3D: Um estudo de caso. Lavras – MG, 2011. Disponível em: <[http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/5319/1/MONOGRAFIA\\_Estudo\\_de\\_usabilidade\\_em\\_jogos\\_educativos\\_3D\\_um\\_estudo\\_de\\_caso.pdf](http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/5319/1/MONOGRAFIA_Estudo_de_usabilidade_em_jogos_educativos_3D_um_estudo_de_caso.pdf)>. Acesso em: 23/04/2016 as 14h 22.

**The Social Express.** Teaching Your Child How to Start Conversations: 3 Brilliant Basics. 11 de março de 2014. Disponível em: <<http://thesocialexpress.com/teaching-child-start-conversations-3-brilliant-basics/>>. Acesso em: 26/12/2014 – 16h 45.

**United Nations World Food Programme.** Lições importantes sobre o que está sendo feito para combater a fome no mundo. Disponível em: <<http://food-force.educacional.com.br/professores.html>>. Acesso em: 07/12/2014 – 14h 27.

**Urban Ministries of Durham, (UMD).** McKinney launches mobile version of SPENT: The online game about homelessness created for Urban Ministries of Durham in 2011 goes mobile in 2014. 29 de julho de 2014. Disponível em: <[http://www.umdurham.org/assets/files/PR\\_UMD\\_SPENT%20tablet\\_final.pdf](http://www.umdurham.org/assets/files/PR_UMD_SPENT%20tablet_final.pdf)>. Acesso em: 02/12/2014 26h 56.

**Video on “impact types” - brainstorm at G4C 2014.** Impact with Games: A Fragmented Field. 19 de abril de 2015. Disponível em: <<http://gameimpact.net/video-brainstorming-impact-types-session/>>. Acesso em: 20/06/2015 - 11h 15.

**Web game as political argument: September 12th.** 27 de setembro, 2004. Infocult: Uncanny Informatics. Disponível em: <[http://infocult.typepad.com/infocult/2004/09/web\\_game\\_as\\_pol.html](http://infocult.typepad.com/infocult/2004/09/web_game_as_pol.html)>. Acesso em: 25/10/2014.

**Werbach, Kevin.** Deifnition of Gamification. Disponível em: <<https://class.coursera.org/gamification-002/lecture/22>>. Acesso em: 14/06/2015 – 16h 22.

**Werbach, Kevin.** Gamification for Good. Disponível em: <<https://class.coursera.org/gamification-002/lecture/68>> Acesso em: 20/06/2015 – 10h 14.

**Werbach, Kevin.** Gamification in Context. Disponível em: <<https://class.coursera.org/gamification-002/lecture/27>> Acesso em: 19/06/2015 – 09h 35.

**Whales Revenge**, 2013. Disponível em: <<http://whalesrevenge.com/>>. Acesso em: 01/12/2014 – 07h 41.

**Wikia**. Beyond Two Souls: Homeless. Disponível em: <<http://www.beyond.wikia.com/wiki/Homeless>>. Acesso em: 29/11/2014 – 16h 32.

**Wikia**. Brent Walker. Disponível em: <[http://infamous.wikia.com/wiki/Brent\\_Walker](http://infamous.wikia.com/wiki/Brent_Walker)>. Acesso em: 03/11/2014 – 07h 11.

**Wikipédia**. Inteligência Coletiva. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Intelig%C3%AAncia\\_coletiva](https://pt.wikipedia.org/wiki/Intelig%C3%AAncia_coletiva)> Acesso em: 26/06/2014 – 03h 22.

**Wikipedia**. Infamous: Second Son. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Infamous:\\_Second\\_Son](http://pt.wikipedia.org/wiki/Infamous:_Second_Son)>. Acesso em: 25/10/2014 – 23h 51 17.

**Wikipedia**. Lila (Hinduism) <[https://en.wikipedia.org/wiki/Lila\\_\(Hinduism\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Lila_(Hinduism))>. Acesso em: 19/9/2015 - 10:35.

**Wübbe**, Julia. YOU PLAY. WE GIVE – Exploring the Factors that Drive Users' Intention to Play Social Impact Games. University of Twente. Disponível em: <[http://essay.utwente.nl/63550/1/Wuebbe\\_Julia\\_-s\\_9986\\_scriptie.pdf](http://essay.utwente.nl/63550/1/Wuebbe_Julia_-s_9986_scriptie.pdf)>. Acesso em: 07/07/2015 – 10h 15.

**TED**. Our Organization. Disponível em: <<http://www.ted.com/about/our-organization>>. Acesso em: 13/07/2014 - 16:55.

**The Social Express**. Benefits. Disponível em: <<http://thesocialexpress.com/product-listing/benefits/>>. Acesso em: 26/12/2014 – 16h 52.

**The Social Express**. Do You Need Help Teaching Social Skills? Disponível em: <<http://thesocialexpress.com/what-is-the-social-express/>> Acesso em: 25/12/2014 - 20h.

**UNIP – UNIVERSIDADE PAULISTA**

**ANEXO I – Artigo: The Four Keys of Social Impact Games**

**São Paulo**

**2016**

**UNIP – UNIVERSIDADE PAULISTA**

**ANEXO II – Questionário: YOU PLAY. WE GIVE – Exploring the Factors that  
Drive Users' Intention to Play Social Impact Games**

**São Paulo**

**2016**

**UNIP – UNIVERSIDADE PAULISTA**

**ANEXO III – Website Game Insight Care**

**São Paulo**

**2016**