

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN E EXPRESSÃO GRÁFICA**

Rafael Marques de Albuquerque

**DIVERSÃO NOS VIDEOGAMES:
PERFIS DE USUÁRIOS DE JOGOS ELETRÔNICOS**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Mestre em Design e Expressão Gráfica
Orientador: Prof. Dr. Francisco Antonio Pereira Fialho

Florianópolis
2011

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária
da
Universidade Federal de Santa Catarina

A345d Albuquerque, Rafael Marques de
Diversão nos videogames [dissertação] : perfis de usuários
de jogos eletrônicos / Rafael Marques de Albuquerque ;
orientador, Francisco Antônio Pereira Fialho. - Florianópolis,
SC, 2011.
166 p.: grafs., tabs.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-
Graduação em Design e Expressão Gráfica.

Inclui referências

1. Desenho gráfico. 2. Diversões. 3. Comportamento -
Avaliação. 4. Jogos eletrônicos. 5. Motivação (Psicologia). I.
Fialho, Francisco Antonio Pereira. II. Universidade Federal de
Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Design e
Expressão Gráfica. III. Título.

CDU 744.42

Rafael Marques de Albuquerque

**DIVERSÃO NOS VIDEOGAMES:
PERFIS DE USUÁRIOS DE JOGOS ELETRÔNICOS**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de Mestre em Design e Expressão Gráfica, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica

Florianópolis, 5 de abril de 2011.

Prof. Eugenio Andrés Díaz Merino, Dr.Eng.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Francisco Antonio Pereira Fialho, Dr.Eng.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a, Dulce Márcia Cruz, Dr.^a Eng.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a, Alice Theresinha Cybis Pereira, PhD
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a, Marília Matos Gonçalves Dr.Eng.
Universidade Federal de Santa Catarina

Agradeço a
CAPES, pelo financiamento,
Fialho Falcão pela orientação para o trabalho e para a vida,
Dulce Márcia Cruz, pela co-orientação e sincronia,
Gilson Braviano, pela ajuda com a estatística,
Rafael Tezza, pelo socorro com a estatística,
Richard Perassi, pelas idéias inspiradoras,
Márcio Bess, por abrir uma porta [ou um portão!],

Alice Therezinha Cybis Pereira, Marília Matos Gonçalves, Marisa Carvalho, Mônica Renneberg, as professoras plantonistas do Instituto Estadual de Educação, a direção da Escola Autonomia, os voluntários do Games na Escola, Fernanda Delatorre, Juliano Miranda, Bruno Pavani Bertolino, Thiago de Souza Vaz, e aos amigos que participaram dos testes; pois este trabalho não seria possível sem dezenas de doses de boa vontade.

Minha família, por ser perfeita [até demais, às vezes].

RESUMO

Os jogos eletrônicos surgiram na segunda metade do século XX e ainda levantam questionamentos sobre seu funcionamento e sobre suas potencialidades. Este trabalho tem o objetivo de aprofundar a compreensão do fenômeno da diversão nos jogos eletrônicos. Para isto utiliza das respostas de questionários para dividir jogadores de jogos eletrônicos em perfis de usuário, baseando-se nos fatores que os mesmos respondem que consideram mais divertidos. Para a formulação do questionário foi feita uma revisão de fatores de diversão em algumas áreas do conhecimento, e criada uma lista de vinte e sete fatores de diversão utilizada no trabalho, organizados baseando-se em oposições entre conceitos e divididos em quadrantes. O questionário foi aplicado em duas escolas e uma universidade totalizando 636 respondentes. Os dados obtidos foram utilizados para dividir os usuários em oito perfis através da técnica de análise de agrupamentos (*clusters*), estes perfis de usuário apelidados como competitivos entusiastas, competitivos egoístas, competitivas superadoras, superadores amigáveis, imersivas na beleza, escapistas egoístas, distraídas desinteressadas e desistentes. Alguns métodos estatísticos foram utilizados para entendermos mais sobre o os elementos que podem compor a experiência da diversão. O método de análise fatorial permitiu aglomerar os vinte e sete itens do questionário em seis dimensões distintas, revelando quais fatores estão mais correlacionados conforme os respondentes, sendo elas: destaque, imersão, amor, grotesco, crescimento e decoração.

Palavras-chave: diversão, perfis de usuário, jogos eletrônicos, motivação intrínseca

ABSTRACT

The first digital games were created in the end of the XX century and it is still raising questions about its potential. The objective of this work is to improve the comprehension of the phenomenon of fun in electronic games. To reach this goal we used questionnaire answers to split game players in user profiles based in the factors they considered more fun. To the development of the questionnaire we did a revision of fun factors over some fields of knowledge and created a list of twenty seven fun factors used in this work, organized using opposition between concepts and divided in four groups. The questionnaire was answered by students of two schools and one university in a total of 636 respondents. The data collected was used to divide the users in eight profiles with cluster analyses technique; these profiles were called: enthusiastic competitors, selfish competitors, competitive improvers, friendly improvers, beauty immersed, selfish escapist, distracted uninterested and quitters. Some statistic methods were used to reach a deeper understanding about the users based on the items that can compound the fun experience. The factorial method allowed us to merge the twenty seven items in six dimensions, revealing which factors presented more correlation in the respondents' point of view. The new dimensions are comparison, immersion, love, grotesque, improvement and decoration.

Keywords: fun, user profile, electronic game, intrinsic motivation

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de Experiência de Jogo Digital.....	52
Figura 2: 12 Parâmetros de diversão nos jogos eletrônicos	54
Figura 3: Frequência de idade	62
Figura 4: Frequência dos gêneros de jogo.....	65
Figura 5: Jogos citados	67
Figura 6: Média aritmética dos 27 itens.....	69
Figura 7: Média dos itens de cada quadrante	70
Figura 8: Número de respostas "Nunca fiz isso"	71
Figura 9: "Fazer ou manter amizades jogando games" conforme a idade	76
Figura 10: "Perceber que há pessoas me admirando quando estou bem no jogo" conforme a idade	76
Figura 11: "Sentir que estou dentro do jogo e parece que aquilo tudo é real" conforme a idade.....	77
Figura 12: 12 Parâmetros de diversão nos jogos eletrônicos.....	88
Figura 13: “Conseguir completar os objetivos com sucesso”	91
Figura 14: “Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquistei”	92
Figura 15: “Aprender algo novo enquanto jogo, mesmo que não seja um conhecimento útil, gosto de aprender”	93
Figura 16: “Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido”	94
Figura 17: “Colaborar com outros jogadores com objetivos comuns” .	95

Figura 18: “Perceber que há outras pessoas me admirando quando eu estou bem no jogo”	96
Figura 19: “Comparar meus resultados com o de outros para ver quem é o melhor ou o mais habilidoso”	98
Figura 20: “Jogar contra outros jogadores e tentar vencê-los”	99
Figura 21: “Sentir que eu consigo controlar o que está acontecendo, sabendo o que pode acontecer e como reagir”	101
Figura 22: “Sentir que estou no comando, que sou poderoso e posso escolher como eu quero as coisas e deixá-las do meu jeito”	102
Figura 23: “Saber que o resultado também depende da sorte e do azar, além de minha habilidade”	103
Figura 24: “Perceber que alguma coisa que eu não previa acontece e me surpreende”	104
Figura 25: “Admirar mundos cheios de fantasia e coisas impossíveis”	106
Figura 26: “Jogar em mundos onde posso fazer o impossível, coisas que não consigo fazer no mundo real”	107
Figura 27: “Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir”	109
Figura 28: “Observar a destruição, a morte e a violência dentro do jogo”	110
Figura 29: “Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita”	111
Figura 30: “Fazer com que as coisas fiquem bizarras e que pareçam fora de ordem”	112

Figura 31: “Ver imagens, cenários e personagens bonitos e agradáveis ao olhar”	113
Figura 32: “Fazer com que as coisas fiquem de um jeito que eu ache bonito e harmonioso”	114
Figura 33: “Fazer o que é bom e correto e assim melhorar o mundo do jogo”	115
Figura 34: “Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza”	116
Figura 35: “Ver no jogo lugares e personagens tão convincentes que pareçam existir de verdade”	117
Figura 36: “Sentir que estou dentro do jogo e parece que aquilo tudo é real”	118
Figura 37: “Fazer ou manter amizades jogando games”	119
Figura 38: “Conversar com meus amigos sobre games”	120
Figura 39: “Jogar para me distrair e passar o tempo”	121
Figura 40: Distribuição entre perfis	128

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Categorias e fatores da motivação para a aprendizagem – Síntese dos fatores.....	36
Tabela 2: Fatores que podem gerar o estado de fluxo.....	37
Tabela 3: Taxonomia das motivações intrínsecas. Fonte:	38
Tabela 4: Categorias das heurísticas do PLAY.....	40
Tabela 5: Fatores de diversão em Fullerton (2008).....	43
Tabela 6: Resumo de fatores de diversão (A)	44
Tabela 7: Resumo de fatores de diversão (B).....	45
Tabela 8: Motivadores dos jogos em Poole (2000).	47
Tabela 9: Diferenças entre Heurísticas e Questionários.....	50
Tabela 10: Itens prediletos pela escola IEE.....	73
Tabela 11: Diferença entre idades	78
Tabela 12: Jogos preferidos por jogadoras do gênero feminino.....	80
Tabela 13: Jogos preferidos por jogadores do gênero masculino.....	81
Tabela 14: Itens mais populares entre jogadoras do gênero feminino... 81	
Tabela 15: Itens mais populares entre jogadores do gênero masculino. 82	
Tabela 16: Itens que jogadores hardcore gostam mais do que casuais.. 85	
Tabela 17: Dimensões e cargas fatoriais dos itens (A).....	123
Tabela 18: Dimensões e cargas fatoriais dos itens (B).....	124
Tabela 19: Perfil 1: Competitivos entusiastas	130
Tabela 20: Perfil 2: Competitivos egoístas.....	132
Tabela 21: Perfil 3: Competitivas superadoras.....	135
Tabela 22: Perfil 4: Superadores amigáveis	136
Tabela 23: Perfil 5: Imersivas na beleza	138

Tabela 24: Perfil 6: Escapistas egoístas	141
Tabela 25: Perfil 7: Distraídas e desinteressadas	143
Tabela 26: Perfil 8: Desistentes	144

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO: TEASER – PROVOCANDO E PROMETENDO	21
1.1 JUSTIFICATIVA	23
1.2 QUESTÕES DE PESQUISA	26
1.3 OBJETIVOS	26
1.3.1 Objetivos específicos.....	26
1.4 LIMITAÇÕES	27
1.5 CARACTERIZAÇÃO DO TRABALHO EM TERMOS DE PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	29
2. REVISÃO: PRÓLOGO – APRESENTANDO OS PERSONAGENS	31
2.1 DIVERSÃO E O PROBLEMA DA SEMÂNTICA	31
2.2 FATORES DE DIVERSÃO.....	33
2.2.1 Motivação e psicologia.....	34
2.2.2 Heurísticas: usabilidade e diversão	38
2.2.3 Diversão e Design.....	41
2.2.4 Diversão e design de jogos.....	42
2.2.5 Outros olhares.....	46
2.3 PESQUISANDO DIVERSÃO.....	48
3.1 OS PARÂMETROS DA EXPERIÊNCIA	53
3.2 TESTE DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	55
3.3 APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO.....	56
3.4 TRATAMENTO DOS DADOS.....	57

3.4.1	Análise fatorial	58
3.4.2	Análise de agrupamentos (clusters).....	60
4.	RESULTADOS E DISCUSSÃO: DESAFIO – ENFRENTANDO	
	O QUE ESTÁ ALI	61
4.1	DIFERENÇAS PELO LOCAL DE ESTUDO.....	71
4.2	DIFERENÇAS PELA IDADE	74
4.3	DIFERENÇAS PELO GÊNERO	78
4.4	DIFERENÇAS PELA EXPERIÊNCIA DE JOGO	83
5.	CONTRIBUIÇÃO: LEVEL UP! A RECOMPENSA!	87
5.1	LISTA DE FATORES DE DIVERSÃO.....	87
5.1.1	Realização e recompensa	91
5.1.2	Superação e aprendizado	93
5.1.3	Colaboração e reconhecimento	95
5.1.4	Competição e comparação	97
5.1.5	Controle e poder	100
5.1.6	Não-controle e aleatoriedade	102
5.1.7	Falso e fantasioso	105
5.1.8	Mau e cruel.....	107
5.1.9	Feio e esquisito	110
5.1.10	Belo e agradável	112
5.1.11	Bom e justo	115
5.1.12	Verdadeiro e verossímil	116
5.1.13	Vida social além do jogar	118
5.1.14	Amotivação.....	120
5.2	SIMPLIFICANDO OS ITENS.....	122
5.2.1	Destaque	124
5.2.2	Imersão	125

5.2.3 Amor	125
5.2.4 Grotesco.....	126
5.2.5 Crescimento.....	126
5.2.6 Decoração	127
5.3 PERFIS DE JOGADORES	127
5.3.1 Competitivos entusiastas	129
5.3.2 Competitivos egoístas	131
5.3.3 Competitivas superadoras.....	133
5.3.4 Superadores amigáveis.....	135
5.3.5 Imersivas na beleza.....	137
5.3.6 Escapistas egoístas	139
5.3.7 Distraídas desinteressadas	141
5.3.8 Desistentes	143
6. CONSIDERAÇÕES: EPÍLOGO – UM FIM COM PROMESSAS	145
REFERÊNCIAS.....	147
APÊNDICE.....	158

1. INTRODUÇÃO: TEASER – PROVOCANDO E PROMETENDO

Aqueles entre nós que querem que os jogos sejam divertidos estão lutando uma batalha perdida contra o cérebro humano porque diversão é um processo e rotina é seu destino. (Koster, 2005, p. 118, tradução nossa)

Um *teaser*¹ é uma curta demonstração de um trabalho futuro com a intenção de instigar o público sobre a versão final da obra. Este capítulo é o *teaser* deste trabalho, pois apresenta a idéia, mas ainda não traz o gostinho dos resultados. Por hora, apenas promessas: a resposta deve ser buscada nos capítulos seguintes.

O tema desta dissertação é o jogo eletrônico. Este pode ser visto como um ramo recente da indústria do entretenimento. Como tal, objetiva causar no público o sentimento de diversão², de prazer, de satisfação. Cada uma dessas palavras pode ter significados diversos, pois são sentimentos genéricos conseqüentes de uma infinidade de circunstâncias diferentes. O que há em comum entre um filme, um jogo de quebra-cabeça e uma massagem? A princípio, apenas a diversão ou prazer, mas as causas dessa são completamente diversas.

Alguém também poderia dizer que algum dos três elementos – o quebra-cabeça, por exemplo – não é prazeroso. É outro fator que circunda o conceito de diversão: por mais que as pessoas entendam (ou achem que entendam) o que é a diversão para elas, precisam aceitar que os elementos que ocasionam tal sensação é diferente para cada um dos seres humanos. Turkle (1995) evidencia essa subjetividade associada ao jogo eletrônico ao descrever depoimentos de diversos usuários com

¹ Do inglês, “aquele que provoca”.

² No início deste trabalho, os termos diversão e motivação intrínseca serão utilizados como sinônimos, e os dois termos serão discutidos posteriormente. O primeiro no item “2.1 Diversão e o problema da semântica”, e o segundo em “2.2.1 Motivação e psicologia”.

diferentes jogos eletrônicos. Fica claro que cada um dos jogadores – uma criança, um advogado, um professor de literatura – possui seus motivos para interagir e a natureza destas interações com os jogos são diversos, além das propostas de cada um dos jogos. Um universo cheio de variáveis e uma evidente complexidade.

Como se a palavra “diversão” ainda não fosse obscura o suficiente ela também varia de acordo com o momento, o humor, as expectativas, e diversos fatores referentes a cada situação específica, um quebra-cabeça pode parecer uma boa alternativa para alguém que está doente, mas poderá ser detestável depois de três dias sobre o mesmo jogo, assim como alguém pode vir a divertir-se com algo que não se divertia antigamente – ou o contrário. Estes gostos subjetivos “nascem de nossas experiências e de associações positivas e negativas que fazemos com estas experiências” (Schuytema, 2008, p. 9), que não são racionais, e que são individuais.

A mais vasta literatura na área de diversão nos jogos eletrônicos está escrita em inglês, o que provoca um novo problema, a palavra *fun*, como é comum na língua inglesa, apresenta um grande número de significados, alguns deles apresentando grandes diferenças entre si. A literatura acadêmica, em especial a psicologia, frequentemente utiliza o termo motivação intrínseca³, podendo assim contar com muitos trabalhos da área da psicologia para conceituar o termo.

Não se trata, no entanto, de uma imprecisão apenas do interpretante imediato, mas do objeto dinâmico. O fenômeno da diversão em si também é múltiplo e subjetivo aos gostos pessoais dos indivíduos, e o aparecimento dos jogos eletrônicos é um evento relativamente recente, de forma que a pergunta de como – ou por que – as pessoas se divertem enquanto jogam ainda merece investigação.

São as diferenças individuais que, quando falamos em produto de massa passam a ser uma dificuldade para o projetista. A proposta deste trabalho é mostrar não as diferenças individuais, mas as similaridades dos grupos, ou nichos, de forma a dar argumentos para o

³ O termo intrínseco determina que o motivo faz parte da atividade. O oposto disso seria um motivo ou motivação externa: a atividade de buscar comida possui uma motivação externa a atividade: a fome, e não algo da própria ação de buscar o alimento, por exemplo.

projetista realizar seu trabalho com mais eficácia em um cenário onde o mercado cada vez mais se volta aos pequenos grupos, sejam eles chamados de nichos (Anderson, 2006) ou de tribos pós-modernas (Maffesoli, 2000).

Existem resultados de pesquisas que apontam algumas diferenças entre grupos nas relações com os jogos eletrônicos. Normalmente fala-se muito de relações de gênero (Prensky, 2001; Crawford, 2003; Koster, 2005; Gee, 2007, Hoffman e Nadelson, 2010) ou de idade (Prensky, 2001, Greenberg et al, 2008), pesquisando grupos específicos, como usuários de meia-idade (Quandt, Grueninger e Wimmer, 2009) ou crianças (Barendregt, Bekker e Speerstra, 2003; Eglesz et al., 2005; Read e MacFarlane, 2006).

Pode parecer um desafio encontrar similaridades entre as subjetividades dos usuários já que suas experiências podem ser muito diversas. Os jogos eletrônicos são objetos complexos e muito diferentes entre si. Há, porém, estruturas similares que se repetem e que constituem a experiência do usuário, como desafios, fantasia, sensação de realização, competição, entre muitos outros. É com base nestes elementos genéricos e na experiência prévia dos usuários sobre os mesmos que pretendemos propor os perfis de usuário de forma a classificá-los e entender melhor o processo de diversão.

1.1 JUSTIFICATIVA

“Diversão e games: um caminho de busca que vale a pena.”

Donald Norman, 2008, p. 125.

A questão da diversão é central no papel do Game Designer – ou Projetista de jogos⁴ – já que é este seu objetivo final, se ignorarmos qualquer possível prioridade puramente mercadológica. A experiência

⁴ O termo *game* pode ser utilizado por vezes como sinônimos de jogos eletrônicos, assim como o termo *design* para projeto, ou *designer* para projetista.

pessoal do profissional – como jogador e como projetista – podem guiar o trabalho desse profissional, além de suas observações e conversas com outros jogadores, inclusive os *game testers*⁵. Alguns autores da área de Game Design certamente acrescentarão alguma clareza às idéias, definindo diferentes aspectos da diversão nos jogos eletrônicos em livros e artigos (Fullerton, 2008).

Mas como saber se os princípios de diversão descritos por autores renomados, na forma de heurísticas ou na literatura, irão se adequar a uma situação específica, a um público um pouco diferente e que dificilmente se diverte da mesma forma como as teorias genéricas descritas pelas leituras? Ou mais, como combinar os diversos artifícios do jogo de forma a ser coerente com o que o jogador quer e aprecia?

Ao comentar sobre a pesquisa na área de game design, Mäyrä (2008, p. 164, tradução nossa) comenta sobre as ferramentas do pesquisador na área de design:

A experiência do jogador com o jogo pode inclusive ser estudada com a ajuda de entrevistas em grupos focais, observações, etnografia e métodos de pesquisa em usabilidade. [...] Uma combinação de múltiplas metodologias é novamente recomendada: por exemplo, se houver questionários, entrevistas e gravações de jogos estes irão oferecer ao pesquisador com uma vasta quantidade de informação – com a desvantagem de ser um desafio considerável sua análise e interpretação.

O questionário que este trabalho desenvolveu pretende ser uma ferramenta que possa auxiliar nesse processo de compreensão da relação de um público específico com os fatores de diversão freqüentemente encontrados na literatura, com o objetivo de fundamentar o trabalho do game designer com informações mais precisas para o bom desenvolvimento do projeto.

⁵ *Game tester* (ou *playtesters*) é o profissional da indústria dos jogos eletrônicos que joga o jogo em suas diversas etapas buscando problemas e gerando *feedback* para a equipe de desenvolvimento.

Propondo fatores de diversão nos jogos eletrônicos e demonstrando como utilizá-los em um questionário, este trabalho pretende trazer alguma compreensão sobre o misterioso conceito de diversão/motivação nos jogos, de forma a ajudar o game designer a desenvolver sua árdua tarefa: projetar um produto único para um público que sempre será – mesmo que limitado a uma pequena tribo – diversificado em sua maneira de se divertir.

Os perfis que podemos considerar como populares e utilizados na classificação dos jogos são bastante espontâneos. Existe a popular classificação de usuários entre *hardcore* ou casuais⁶, e as categorias de jogos também poderiam sugerir os perfis: usuários que gostam de jogos de estratégia, usuários que gostam mais de jogos de luta, e sobre gêneros de jogos encontramos diversas categorizações. Este trabalho pretende sugerir uma classificação de usuários que envolva os elementos abstratos, envolvendo como ele se diverte, e não apenas os jogos que escolhe, já que um mesmo jogo pode ser jogado e admirado de diversas formas. Algumas séries mais populares de jogos, como *The Sims* (Maxis, 2000) e *Grand Theft Auto* (Rockstar Games, 1997), podem ser jogados considerando os desafios que o jogo propõe, mas também oferecem outras possibilidades mais livres de jogar.

Malone e Lepper (1987, p. 246, tradução nossa), ao descrever uma taxonomia para a motivação intrínseca para os jogos, enfatizam as diferenças individuais no processo de motivação e sugerem que sejam criados perfis de usuários:

[...] é possível utilizar nossa taxonomia para classificar indivíduos respeitando a importância que eles associam a diferentes categorias de recursos motivacionais [...] ou a importância por eles associada para diferentes recursos dentro de uma categoria particular.

⁶ A divisão entre jogadores *hardcore* e casuais inicialmente define uma divisão de envolvimento com os jogos, entre aqueles que se envolvem muito (*hardcore*). Segundo a Wikipedia (2011), “Diferentemente dos jogos tradicionais que são mais complexos e exigem tempo de dedicação do jogador, os jogos casuais são simples e rápidos de aprender. Desta forma podem ser uma opção de diversão para um simples passatempo de alguns minutos.”

A variedade de autores utilizados neste trabalho pretende ser mais abrangente do que Malone e Lepper propõem, incluindo autores mais recentes e que tenham baseado seus trabalhos em trabalhos mais novos do mercado de jogos eletrônicos, já que este mostra-se muito diferente da realidade encontrada na década de 80. Mas excetuando este fato, este trabalho se propõe a fazer pontualmente o que Malone e Lepper sugeriram ao final de seu famoso capítulo de livro.

1.2 QUESTÕES DE PESQUISA

- Como dividir os jogadores de jogos eletrônicos em perfis de usuário tendo como parâmetros os elementos que os divertem?

1.3 OBJETIVOS

Identificar perfis de usuário de jogos eletrônicos baseados em suas preferências pessoais.

1.3.1 Objetivos específicos

- Propor uma lista de fatores de diversão nos jogos eletrônicos.
- Elaborar um instrumento de coleta de dados baseado nos fatores de diversão propostos.
- Identificar e descrever perfis de usuário.

1.4 LIMITAÇÕES

O trabalho irá propor uma lista de fatores de diversão baseada em aspectos genéricos de diversão e estará, portanto, ignorando um fator muito importante da motivação nos jogos: usuários não se motivam apenas pela forma do jogo, mas também pelo seu conteúdo. Um jogo de estratégia, por exemplo, pode se passar na Roma Antiga ou em uma Guerra Espacial, e talvez o usuário sinta-se motivado a jogar pelo tema “Roma Antiga”, e não pelas propostas de desafio e funcionamento que um jogo de estratégia oferece.

Estes temas estariam intimamente relacionados ao que será descrito adiante como narrativa. Portanto o item não está sendo ignorado por completo, pois há itens relacionados com a narrativa, porém, de forma muito genérica. Assim sendo, se a narrativa e o contexto do jogo – ou tema – for o fator mais relevante e divertido na opinião do usuário, foge ao alcance desta pesquisa conhecer quais são estes temas prediletos. A pesquisa de Inal e Cagiltay (2007) já demonstra alguma predileção por narrativas por parte do público feminino, e talvez para projetar para este grupo os resultados deste questionário sejam menos úteis do que para um outro público, já que a narrativa em si já abriria todo um novo aspecto da diversão pouco abordado neste trabalho.

A crença do autor é que buscando as preferências relacionadas às estruturas dos jogos pode-se chegar a um conhecimento ao menos parcialmente mais generalizável do que um conhecimento sobre os gostos temáticos, que seriam mais flutuantes: como sugere a rápida aceitação de produtos e conceitos na mídia após a divulgação de um produto que venda uma experiência significativa ao usuário, como um filme ou livro que proponha um novo tema, e que certamente influenciará a relação subjetiva do público com objetos culturais semelhantes. Um jogo sobre vampiros provavelmente fará mais sucesso logo após o lançamento de um *blockbuster* sobre o mesmo tema.

A competência do usuário em responder aos itens também é um fator que pode distorcer os resultados encontrados. A capacidade de interpretação das questões tentará ser resolvida pelos testes aos quais o questionário será submetido, mas é inevitável que o usuário precise de certo repertório de jogos eletrônicos e alguma capacidade de abstração para que possa compreender a situação a que a pergunta está se

referindo. Rouse III (2000, p. 19, tradução nossa) é um autor que possivelmente discordaria da efetividade do que se está propondo:

Jogadores são bons, obviamente, para julgar quando um jogo que eles estão jogando é divertido ou não. Eles podem não ser capazes de explicar de uma forma útil o que exatamente eles gostam ou não gostam sobre um jogo específico, mas eles certamente sabem quando estão se divertindo, quando estão tendo suas fantasias preenchidas, quando estão sendo apropriadamente desafiados, se um jogo os excita. Mas apenas porque eles apreciam uma grande variedade de jogos não significa que eles estão qualificados para criticar idéias brutas de jogos. De forma similar, idéias de jogos adquiridas por eles não necessariamente são boas.

Vale destacar, no entanto, que esta é uma opinião de um profissional da área, e que a situação descrita não é exatamente a deste trabalho, mas que o quanto o usuário pode ser subestimado – em sua capacidade de abstração – é certamente um fator de grande relevância nesta pesquisa. Os perfis serão baseados no que o usuário diz que gosta, e tal classificação será mais inútil se os respondentes forem menos capazes de definir do que gostam.

De forma similar, um usuário que joga apenas um estilo de jogo, como um jogo de tiro em primeira pessoa, por exemplo, não saberá responder a muitas das questões que sugerem situações que não podem ser encontradas nestes jogos. Por isso o questionário precisará de – a cada item – uma resposta possível indicando que o usuário não consegue se remeter a uma experiência como a descrita.

A amostragem irá incluir grupos diversos dentro das possibilidades de aplicação de usuário, e os parâmetros e escolha em cada contexto variam. Esta questão tentará ser amenizada na análise e tratamento dos dados, ao se considerar que pode haver diferenças devido a não uniformidade de parâmetros na escolha da amostra, e portanto pode exigir que os grupos sejam separados para que a análise seja coerente.

1.5 CARACTERIZAÇÃO DO TRABALHO EM TERMOS DE PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa pode ser dividida em duas partes: a primeira caracteriza-se por um procedimento dedutivo, pois irá aplicar e conferir a interação entre um enunciado geral que foi obtido através da literatura da área de game design em usuários reais. Após esta verificação dedutiva, o processo torna-se indutivo: o mesmo questionário pretende aprofundar um conhecimento sobre o público utilizando-se de técnicas quantitativas para sugerir algum nível de generalização (Marconi e Lakatos, 2007).

De maneira similar, o trabalho é caracterizado por duas fases quanto à técnica de documentação utilizada, já que a primeira fase, de proposta do instrumento de coleta de dados utiliza documentação indireta secundária ao apoiar-se na bibliografia existente. Na segunda fase a documentação é considerada direta, pois irá envolver pesquisa de campo, na forma de aplicação de questionários (Souza, Fialho e Otani, 2007).

Quanto à natureza da pesquisa será básica, e não aplicada, pois pretende gerar um conhecimento, e não envolve a resolução de um problema prático local. Quanto aos objetivos, caracteriza-se como descritiva, pois utilizará de levantamento, relações entre variáveis e questionários para descrever o fenômeno. Utilizará uma abordagem quantitativa do problema, e as técnicas utilizadas serão pesquisa bibliográfica e levantamento (Souza, Fialho e Otani, 2007).

2. REVISÃO: PRÓLOGO – APRESENTANDO OS PERSONAGENS

“Diversão”, de acordo com LeBlanc, é apenas um termo para um fenômeno mais complexo que ninguém de fato compreende.
(Salen e Zimmerman, 2004, p. 334, tradução nossa)

Quando você começa a jogar um jogo de fantasia, nem sempre você está familiarizado com o contexto. Assim como em uma estrutura narrativa vastamente utilizada no cinema, um jogo também pode começar situando o jogador no mundo do jogo. Onde se passa esta saga? Como este mundo funciona? Quem são os personagens principais e secundários? Este capítulo contextualiza o leitor no alienígena contexto científico dos jogos eletrônicos.

A literatura na área de game design ainda está amadurecendo – principalmente dentro da academia. Por muito tempo os jogos eletrônicos foram associados a hobbies de adolescentes. “Demorou cerca de quatro décadas para os videogames conquistarem o interesse do meio científico” (Ranhel, 2009, p. 3). Este desenvolvimento da área acadêmica tende a crescer com o aparecimento de cursos superiores específicos da área, que estabelecem a ponte entre teoria e prática (Galisi, 2009).

Por enquanto foram investigados textos que vão além da área de game design. A proposta é trazer pesquisas de outras áreas e com propostas similares de forma a contribuir para a lista de fatores de diversão.

2.1 DIVERSÃO E O PROBLEMA DA SEMÂNTICA

Ao se falar em diversão nos jogos eletrônicos, alguns termos precisam ser apresentados e discutidos. Encontramos nos Estados Unidos a indústria de jogos eletrônicos com maior destaque mundial: é natural que a maioria do conteúdo da área seja escrito em inglês, onde temos o termo *fun* como o termo normalmente traduzido para diversão. Crawford (2003) vê isso como um problema, pois historicamente o

termo, junto com jogo (*game*) e jogar (*play*) foram associados com atividades infantis. O mesmo termo usado para atividades de adultos – como admiradores de pássaros ou praticantes de jardinagem – soa estranho. Tal autor considera o termo impreciso e mutável demais para ser utilizado com seriedade, e prefere utilizá-lo apenas informalmente (como seriam o termo “legal”, em português, por exemplo). A respeito da ambigüidade da palavra *fun*, Prensky (2002) coloca que ao tratar de termos como *fun learning* ou *hard fun*, por exemplo, aqueles que apóiam tais propostas associam *fun* a prazer e a apreciação de forma positiva, enquanto aqueles que recusam tais concepções associam a ridículo, frívolo ou até mesmo a sexual. Opiniões diferentes encontram na ambigüidade da palavra apoio para sustentar diferentes interpretações.

Salen e Zimmerman (2004) demonstram uma preocupação similar com o termo *pleasure* (prazer). Tais autores utilizam o termo para falar sobre um sentimento difícil de descrever (mas que geralmente as pessoas querem experimentar), defendendo que este termo pode muito bem ser utilizado para as experiências geradas pela prática dos jogos eletrônicos, embora o termo *pleasure* seja freqüentemente associado com sexo, drogas, gula ou outras formas de lazer como amizade ou música.

Ao tratar do mesmo tema, alguns autores preferem utilizar o termo motivação em vez de diversão ou similar. É o caso de Eglesz et al. (2005), Malone e Lepper (1987) e Prensky (2002). Outros, como Quinn (2005) e Calleja (2007a) preferem usar o termo *engagement*, que traduziríamos como envolvimento. Csikszentmihalyi (1991), em seu trabalho sobre fluxo – que freqüentemente é associado à prática dos jogos eletrônicos (Schuytema, 2008; Salen e Zimmerman, 2004; Fullerton, 2008; Prensky, 2001) – utiliza termos como *enjoyable* (prazeroso) ou *happiness* (felicidade), embora o trabalho original do fluxo não aborde jogos eletrônicos.

Huizinga (1993, p. 5), um dos autores mais utilizados na área de jogos, pouco aprofunda o conceito de diversão em seu livro *Homo Ludens*, defendendo que a origem semântica já demonstra a natureza essencial do termo e, portanto, a grande dificuldade em ser explicado. Dirá ainda que “Este último termo, o *divertimento* do jogo, resiste a toda análise e interpretação lógicas. [...] E é ele precisamente que define a essência do jogo”, evitando então aventurar-se neste mar.

Além de existirem vários termos com significados similares, estes mesmos termos, como diversão, não significam algo simples, mas uma mistura de elementos que combinamos em um termo apenas.

Os jogos eletrônicos são um fenômeno relativamente recente, e é normal que os termos da área ainda não estejam muito claros – principalmente quando tratamos de termos conceituais e teóricos, ou seja, pouco técnicos. Alguns dos autores mencionados acima são profissionais que trabalharam por muito tempo na área, cuja produção literária objetiva a produção e desenvolvimento de jogos e não o aprofundamento da teoria dos jogos eletrônicos – o que não é de se estranhar ao tratarmos de uma área tecnológica.

Apesar da utilização dos diversos termos todos eles parecem circular ao redor de uma idéia central que responde a seguinte pergunta: por que as pessoas jogam jogos eletrônicos? O objetivo deste trabalho não se distancia desta pergunta, cuja resposta parece ainda não estar totalmente explicitada. Justamente porque este sentimento – a diversão – é algo complexo e variado, compreender este fenômeno é uma tarefa árdua, e a confusão ontológica não colabora com a simplificação do tema.

Utilizaremos neste trabalho preferencialmente o termo diversão para que o texto não fique confuso, porque parece ao autor que o termo na língua portuguesa que melhor expressa o fenômeno, como na tradução de Ana Deiró do livro de Norman (2008). Will Wright, no prefácio do livro de Koster (2005), defende a utilização acadêmica do termo *fun*, valorizando a necessária aproximação dos jogos eletrônicos e a academia: para ele, os jogos precisam de abordagens mais sérias e profundas, e a academia precisa direcionar mais o olhar para o que não é sério: para o que nos dá prazer, satisfação, entretenimento, felicidade, diversão.

2.2 FATORES DE DIVERSÃO

É senso comum que jogos eletrônicos são divertidos para aqueles que os apreciam, mas este tema – diversão, prazer, entretenimento, lazer – não são um tema em que acadêmicos tem se dedicado muito. O rigor científico não parece se adequar muito bem a um sentimento tão multifacetado como a diversão e, no espaço criativo da produção

comercial, escritores, diretores, game designers e outros profissionais do entretenimento conseguem trabalhar melhor tais conceitos do que pesquisadores (Norman 2008).

O crescimento dos jogos eletrônicos como fenômeno cultural e comercial faz com que novas questões ligadas à diversão sejam discutidas: baseadas em artefatos digitais multimídia, interativos, adaptativos, e extremamente variados, os recursos multimídia interativos diferenciam os jogos comuns dos eletrônicos e digitais. Algumas iniciativas consideram o jogo no geral como algo digno de pesquisa antes dos jogos eletrônicos (Juul 2001), como o livro “Homo Ludens” de Huizinga (1993), cujo trabalho sobre jogos ainda é adaptado para os jogos eletrônicos. No entanto, é somente no século XXI que Aarseth (2001) considera o primeiro ano dos estudos sobre jogos eletrônicos como um campo emergente, viável, internacional e acadêmico, e hoje já conta com periódicos internacionais no tema, como o *Game Studies* (2010) e o *Games and Culture* (2010).

Estudos sobre jogos como disciplina ainda são uma novidade, alguns consideram que tais estudos seriam um campo de pesquisa multidisciplinar (Mäyrä 2008), apesar de alguns defenderem que as características particulares dos jogos e sua relevância na sociedade do século XXI sugerem um campo específico (Arseth 2001).

E mesmo dentro do mesmo campo são possíveis diversas visões. Na visão do game designer, ou projetista de jogos, a experiência do usuário é importante. Ao tentar explicá-la, Johnson (2005) sugere que o impacto dos jogos na sociedade e seu poder de envolvimento (e até de vício) são justificados por interagirem com a estrutura do cérebro de liberação de substâncias químicas que provocam o prazer. Baseando-se na neurociência, ele afirma que a base da diversão é o sistema de recompensas ao se atender a expectativas, o que libera as substâncias. Este certamente é um ponto de vista sobre a diversão, mas que outros olhares, que, mesmo diferentes, não precisam ser excludentes, tentam explicar este fenômeno?

2.2.1 Motivação e psicologia

Se adentrarmos na área da psicologia, que a princípio tem a motivação como uma área de estudo, perceberemos que as terminologias não são comuns entre os diversos autores, e termos como cognição, afeto,

conação, pulsão, volição e motivação adquirem significados diferentes para diferentes autores (Godoi, 2001), e não é objetivo deste trabalho aprofundar estes conceitos, mas apresentar algumas contribuições desta área da ciência para os jogos.

Ao tratarmos de diversão estamos tratando de um tema ligado a emoções: as motivações do indivíduo para jogar videogame, ou o que causa maior prazer: são todas questões que a Psicologia aborda; em especial a psicologia positiva (Seligman e Csikszentmihalyi 2000) ou, no caso dos jogos eletrônicos, psicologia associada a mídias. Nestas áreas, a subjetividade do indivíduo e a forma como ele se diverte, considerando que fatores de personalidade influenciam na interação com as mídias (Weaver III 2000) e compreendem que possivelmente jogadores poderiam ser divididos em perfis de usuário, de acordo com seus gostos individuais (Malone e Lepper 1987).

Sobre os termos intrínseco e extrínseco referentes à motivação, há alguns fatores que tornam-se um pouco confusos quando se aborda a questão dos jogos eletrônicos. Pois a motivação extrínseca está intimamente relacionada com recompensas que estão fora da atividade em si, e nos jogos eletrônicos é comum um sistema de recompensas: Johnson (2005) descreve que alguns jogos eletrônicos devem ser a forma de entretenimento com gratificação mais atrasada que encontramos atualmente, de forma que a recompensa pode ser algo a longo prazo. De maneira similar, alguns autores consideram que a motivação social de uma atividade seria extrínseca por não pertencer a própria atividade, mas por pertencer ao contexto social. Consideraremos neste trabalho que estamos trabalhando apenas a motivação intrínseca, com a idéia de “recompensa intrínseca” (Lawler III, 1997, apud Godoi 2001) e considerando o fator social como sendo intrínseco à atividade (Deci e Ryen, 1992, apud Godoi, 2001), considerando apenas que as motivações sociais se diferenciam das outras por serem interpessoais, mas ainda intrínsecas, como sugere Malone e Lepper, (1987).

Godoi (2001) apresenta uma síntese das motivações intrínsecas voltadas para a aprendizagem. Seu trabalho parece ser relevante por sua vasta revisão literária de autores da psicologia, apesar de seu trabalho voltar-se para a aprendizagem, e não para o entretenimento. Vale lembrar que alguns autores aproximam estes dois conceitos: Gee (2007) considera que o aprendizado é uma constante nos jogos, e para Koster (2005) a aprendizagem é o elemento central na diversão dos jogos. Por

isso, mesmo que adaptado, iremos considerar as categorias propostas por Godoi (2001).

Categoria Pulsional	Categoria Cognitiva	Categoria Social
- Envolvimento emocional com a tarefa	- Objetivos de desempenho	- Integração com o grupo
- Amor pelo conhecimento	- Domínio do conhecimento	- Possibilidade de participação
- Necessidade de auto-estima	- Desenvolvimento de habilidades	- Necessidade de reconhecimento
- Necessidade de preservação do eu	- Desenvolvimento de atitudes	- Influência familiar
- Desejo de autonomia	- Percepção do valor da tarefa	- Percepção dos colegas
- Desejo de desafio	- Associação entre tarefa e objetivos pessoais	- Percepção dos professores
- Curiosidade intelectual		- Percepção da instituição acadêmica

Tabela 1: Categorias e fatores da motivação para a aprendizagem – Síntese dos fatores. Fonte: Godoi (2001, p. 256).

A divisão desta autora entre Pulsional – que inclui o afetivo – Cognitivo e o Social, apesar de não ter sido concebida para jogos eletrônicos, poderia ser utilizada para as motivações dos jogos eletrônicos. Sua categorização é lógica e poderíamos encontrar motivações nas três categorias citadas em pesquisadores da área de jogos, alguns enfatizando a categoria pulsional (Schuytema, 2008), cognitiva (Koster, 2005) ou social (Malone e Lepper, 1987). No entanto, estas apresentações das motivações não estão focadas no objeto (jogos eletrônicos), mas no indivíduo, e assim não apresenta formas de suprir estas motivações e portanto oferecer suporte para uma atividade “divertida”.

Um autor que merece destaque entre os muitos utilizados por Godoi é Csikszentmihalyi (1991), que nos oferece a teoria do fluxo, que fala de envolvimento, felicidade e satisfação. Na tabela 2 observamos apenas o que causa o estado de fluxo, sem nos preocuparmos, agora, com a descrição ou consequência deste. Sua maior contribuição é aprofundar o conceito de desafio e propor um desafio crescente que acompanhe a habilidade em desenvolvimento do usuário, e é

provavelmente o pesquisador de fora da área dos jogos eletrônicos mais citado por game designers, além de Huizinga (1993).

Csikszentmihalyi (1991)
Competição
Complexidade
Controle (paradoxo do controle)
Desafio
Desenvolvimento de uma habilidade
Feedback imediato
Objetivos claros
Realização

Tabela 2: Fatores que podem gerar o estado de fluxo. Fonte: baseado em Csikszentmihalyi (1991).

Apesar de importante, esta teoria não pretende abordar várias motivações, mas um estado específico, e não apresenta uma divisão clara, as características são descritas ao longo de todo seu livro. Apesar de ser útil para a área de game design, Fullerton (2008) nos lembra que os jogos – e os sentimentos por eles provocados – são mais amplos do que apenas o fluxo, que é uma boa ferramenta para compreender a diversão nos jogos, mas que este fenômeno é mais abrangente que a teoria do fluxo.

Enquanto a teoria de Csikszentmihalyi (1991) não aborda especificamente os jogos eletrônicos, Malone e Lepper (1987) oferecem uma taxonomia das motivações intrínsecas para o contexto dos jogos. Sua divisão é entre as (i) motivações individuais, que independem de outros jogadores, e (ii) motivações interpessoais, que se afirma na relação com o outro. É um dos poucos trabalhos que se referem a jogos eletrônicos que utilizam uma categorização clara e conceitos bem aprofundados.

Individuais	Controle	Contingência
		Escolha
		Poder
	Curiosidade	Curiosidade sensorial
		Curiosidade cognitiva
Desafio	Objetivos	Resultado indefinido
		Feedback
	Auto-estima	Aspectos emocionais
		Aspectos cognitivos
Fantasia	Endogeneidade	
	Interpessoais	
	Competição	
Cooperação		
Reconhecimento		

Tabela 3: Taxonomia das motivações intrínsecas. Fonte: baseado em Malone e Lepper (1987)

As categorias de Malone e Lepper (1987) são provavelmente a mais famosa e eficiente tentativa de criar uma taxonomia, nomeando e organizando os fatores de diversão. Apesar dos autores tentarem associar aos aspectos intrinsecamente motivadores com a aprendizagem, sua taxonomia e suas hipóteses e testes apresentam resultados muito úteis mesmo décadas após sua publicação.

2.2.2 Heurísticas: usabilidade e diversão

Saindo da área científica da psicologia e entrando nas áreas tecnológicas encontramos abordagens práticas que auxiliam o desenvolvimento e avaliação de produtos gráficos que visam a diversão, como *websites* e jogos eletrônicos. As chamadas heurísticas⁷ são mais conhecidas na área

⁷ As heurísticas são como itens muito pontuais baseados no princípio de um bom design que servem como recomendações, geralmente propostos por especialistas experientes. Eles podem

de usabilidade, mas recentemente trabalha-se com heurísticas também nos jogos eletrônicos.

Federoff (2002) baseia-se na literatura e em profissionais da área para propor uma lista de heurísticas que focam a usabilidade do jogo, e considera alguns elementos – em especial os de *gameplay* – como essenciais para a diversão do jogo. O conceito de usabilidade, normalmente definida como eficiência, eficácia e satisfação se relaciona intimamente com a diversão do jogo não apenas pelo índice de satisfação (ou falta de frustração com a interface), mas considerando que a eficiência e eficácia da interface promovem a percepção do usuário de que a interface não existe, o que facilita a imersão e evita situações frustrantes. A autora então divide todas as suas heurísticas em três categorias: aquelas relativas a (i) interface do jogo, (ii) mecânica do jogo e (iii) jogabilidade (traduzido do original *Game Play*).

Possuindo a área de usabilidade um enfoque para eficácia e satisfação, a inclusão de conceitos dos jogos trouxe também problemas de utilização. Barendregt, Bekker e Speerstra (2003) ao utilizarem testes de usabilidade de interface tradicionais e testes de diversão, perceberam que há não apenas diferenças, mas itens que são contraditórios; e que avaliadores tradicionais – mesmo com treinamento – têm dificuldade em determinar o que é um problema de usabilidade e o que é um problema de diversão. O que provoca esta dúvida é o desafio: em interfaces normais, tudo deve ser o mais simples possível, enquanto no jogo a dificuldade é proposital. As autoras então propõem um procedimento para diferenciar problemas de usabilidade de problemas de diversão, baseando-se principalmente na pergunta: “A intenção é que isso fosse difícil?”, para dar suporte à tarefa do avaliador.

Sweetser e Wyeth (2005) criticam essas tentativas de utilizar heurísticas de usabilidade e misturá-las com heurísticas de diversão, e propõem um modelo de heurísticas específicas para avaliar a diversão nos jogos chamado “GameFlow”, baseando-se no conceito de fluxo. Embora limitado pela teoria de Csikszentmihalyi – o que também define

sua classificação, completamente baseado nos oito conceitos principais de fluxo – as heurísticas de Sweetser e Wyeth se destacam por conseguirem trabalhar com heurísticas específicas para diversão.

Usabilidade mecânica do jogo	Jogabilidade (<i>Game Play</i>)	Diversão/ Entretenimento/ Humor/ Emocional/ Imersão
<ul style="list-style-type: none"> - Tutorial - Status e pontuação - Feedback - Terminologia - Carga de trabalho - Layout da interface - Navegação - Prevenção de erros - Imersão da história do jogo 	<ul style="list-style-type: none"> - Permanência no jogo - Desafio, estratégia e ritmo - Consistência do mundo virtual - Objetivos - Variedade de jogadores e estilos de jogo - Percepção de controle do jogador 	<ul style="list-style-type: none"> - Conexão emocional - Diversão/ entretenimento - Humor - Imersão

Tabela 4: Categorias das heurísticas do PLAY. Fonte: baseado em Desurvire e Wiberg (2009)

Com concepção similar, Desurvire e Wiberg (2009) apresentam o conceito de Heurísticas para Jogabilidade (chamado HEP: *Heuristics for Evaluating Playability*) e Heurísticas de Jogabilidade (chamada apenas de *PLAY*). Esta seria uma versão melhorada daquela, com a intenção de criar heurísticas adaptadas para cada situação – como gênero de jogo – em vez de termos gerais. A proposta volta a mesclar conceitos de usabilidade tradicional, mas já separa uma categoria específica para a diversão, além de considerar o *gameplay*.

A utilização de heurísticas apresenta algumas limitações. Todos os itens são tratados como de igual importância, quando deve haver uma diferença entre eles na percepção do usuário e em sua diversão. Um aprofundamento neste sentido poderia vir a contribuir para com o trabalho que é executado através das heurísticas. Preece, Rogers e Sharp (2005) também alertam que as heurísticas são muito específicas, e que precisam sempre ser atualizadas para acompanhar as mudanças e para adequar-se às diversas mídias.

Mäyrä (2008) ainda acrescenta que testes de usabilidade, além de adaptar-se à característica de desafios, deveriam considerar as diferentes preferências de jogadores, dificilmente abordadas nestas heurísticas. Este trabalho pretende contribuir para a produção de jogos voltados ao usuário, somando-se à técnica de heurísticas e testes de usabilidade no conhecimento e ferramentas disponíveis ao game designer.

2.2.3 Diversão e Design

A tradição na pesquisa em design – e principalmente, na área da ergonomia – não se dedica à satisfação como prazer ou diversão. Tradicionalmente estas pesquisas consideram que é aceitável quando os produtos não oferecem insatisfação ou desconforto, pouco se dedicando ao real prazer do usuário (Jordan 2000). A tendência, no entanto, é que com o desenvolvimento da ergonomia tradicional, novas necessidades surjam; a partir do momento em que as necessidades funcionais e de usabilidade (facilidade de aprendizagem, eficiência, facilidade de memorização, minimização de erros) sejam satisfeitas, as necessidades de projeto passam a ir além, sendo o diferencial de mercado a experiência prazerosa e a individualização (Hancock et al. 2005). Tais necessidades sugerem a criação de termos que nomeiam este novo enfoque de pesquisa, que poderia ser chamado de hedonomia (Helander e Tham 2004) ou divertimentologia (Norman 2008), apesar dos mesmos ainda não contarem com grande disseminação.

Algumas pesquisas em design pretendem ir além, considerando valores culturais e sociais, considerando as particularidades dos seres humanos, especificações de cada experiência, abandonando o design estritamente técnico e passando a valorizar estudos sobre cognição no que Niemeyer (2008) nomeia Design Atitudinal. De forma coerente com esta proposta, Russo e Hekkert (2008) propõem 5 princípios fundamentais do amor para com um produto. São eles a (i) interação fluida, onde o usuário sente-se no controle e a utilização é fácil e prazerosa, a (ii) lembrança de memória afetiva, em que os objetos funcionam como lembretes de situações passadas prazerosas, como souvenirs, (iii) significado simbólico/social, que faz com que os indivíduos se sintam bem pelos significados sociais que agregam a objetos, (iv) compartilhamento de valores morais, que está relacionado

ao que o indivíduo acredita que é certo e que é compartilhado por uma marca, como proteção ao meio ambiente ou inclusão de grupos sociais, e (v) interação física prazerosa, que acontece quando o tato ou outro sentido é estimulado de forma que o usuário sente prazer, baseado no material ou na forma. Embora se possa projetar com estes princípios em mente, a relação do usuário com o objeto é sempre subjetiva.

Considerando as subjetividades do público, Jordan (2000) divide os prazeres advindos das interações com produtos em quatro categorias: prazeres físicos, sociais, psicológicos e ideológicos. Tais categorias são maleáveis o suficiente para conceber que cada produto irá utilizar-se de estratégias de prazer específicas, e cada indivíduo irá ter uma relação complexa com cada uma das categorias: Jordan considera que o indivíduo deve ser visto holisticamente, considerando seus traços subjetivos. Tal ferramenta nos mostra uma abordagem prática e uma teoria que concebe as múltiplas complexidades do prazer, onde não há fórmulas prontas, mas uma necessidade do designer contextualizar a estrutura proposta para cada projeto. No entanto, Jordan ainda tem sua ênfase em produtos, e não em games.

2.2.4 Diversão e design de jogos

Nos autores da área de projeto de jogos podemos encontrar um conteúdo mais voltado para a diversão e em termos mais práticos. Fullerton (2008) apresenta uma lista de elementos de diversão dos jogos de forma bastante pontual, e contribui também com uma importante lista chamada “matadores de diversão”⁸ que aborda o oposto a diversão, isto é, os fatores que podem causar frustração e desânimo.

⁸ Matadores de diversão é uma tradução nossa do termo “Fun Killers”.

Desafio	Jogar	Outros
Alcançar limites pessoais	Coleção	Antecipação
Alcançar objetivos	Construção	Decisões
Competição	Desconstrução	Estória
Escolhas interessantes	Estimulação	Progresso
Utilizar habilidades difíceis	Exploração	Punições
	Expressão	Recompensas
	Fantasia	Surpresa
	Interação social	

Tabela 5: Fatores de diversão em Fullerton (2008). Fonte: baseado em Fullerton (2008).

Fullerton apresenta elementos que são específicos dos jogos eletrônicos e uma tentativa de organizá-los, em Desafios, Jogar e Outros. Esta divisão não é tão sistemática como as classificações encontradas nos autores da psicologia antes citados e parece não ser prioridade para o autor, o que demonstra ainda um espaço para amadurecimento da literatura da área.

Outros autores também irão mencionar muitos destes aspectos e incluir outros, porém de forma menos sistemática. Quinn (2005) traz de forma muitíssimo resumida nove elementos comuns das abordagens de game design para se conseguir um jogo envolvente. Mas seu objetivo não é aprofundar este conhecimento, e sua abordagem é apenas uma compilação de outros autores.

Schuytema (2008) traz 4 elementos essenciais para a diversão, que chama de receptividade, expectativas, gostos subjetivos e o “elemento X”, mas sua descrição é breve sobre estes elementos e pouco contribui para o design do jogo. O mesmo autor contribui com vários átomos⁹ de jogo, além de citar os fatores que podem envolver emocionalmente os jogadores. Sua abordagem é pragmática e específica

⁹ Schuytema (2008) define um átomo como uma orientação ou regra essencial para o projeto de games. São como dicas para que o jogo funcione bem e seja divertido.

demais, de forma que apenas algumas de suas idéias podem ser aproveitadas para uma categorização mais abrangente.

Rouse III (2000)	Salen e Zimmerman (2004)	Crawford (2003)
Autoestima	Desafio	Autoestima
Consistência	Descoberta	Conflito
Desafio	Estímulos	Desafios
Emoções fortes	Expressão	Interatividade
Fantasia	Fantasia	
Fracasso	Narrativa	
Independência	Risco protegido	
Objetivos claros	Socialização	
Socialização	Submissão	
Vitórias aninhadas		

Tabela 6: Resumo de fatores de diversão (A)

Salen e Zimmerman (2004) trazem uma abordagem ampla sobre diversão e compilam vários autores sobre o assunto. Crawford (2003) comenta sobre aspectos que considera importantes dos jogos eletrônicos, sem se prender muito ao que está relacionado especificamente à diversão. Sua prioridade é quanto aos novos rumos da indústria de jogos e inovação na área, e não uma análise tão profunda e minuciosa dos elementos existentes.

Schuytema (2008)	Koster (2005)	Quinn (2005)
Elementos aleatórios	Apreciação estética	Coerência Temática
Feedback	Autoestima	Desafios balanceados
Entender o contexto	Competição	Elementos aleatórios
Entender as regras	Cooperação	Feedback claro
Intervenção do jogador	Desenvolver habilidades	Feedback significativo
Narrativa	Reações viscerais/físicas	Interesse
Objetivos claros	Reconhecimento de jogador	Intervenção do jogador
Punição	padrões	Objetivos claros
Realização	Resolução de problemas	Tomada de decisão
Socialização	Socialização	
Usar habilidades		
Variedade de		

desafios	Trapacear
Variedade	de
habilidades	
Vitórias aninhadas	

Tabela 7: Resumo de fatores de diversão (B). Fonte: baseado nos autores citados.

Koster (2005) dedica seu livro inteiro a explicar sua teoria da diversão, e defende que a diversão é primordialmente cognitiva e relacionada à resolução de problemas que simulem habilidades de sobrevivência. Em sua teoria, que encontra idéia similar em Poole (2000), os jogos possibilitam que os jogadores aprendam algo que será útil posteriormente, podemos dizer que sua teoria é quase evolucionista, como se aqueles que hoje vivem fossem exatamente aqueles que conseguiram se divertir – e portanto demonstrar motivação intrínseca – naquilo que os possibilitaria praticar a sobrevivência. Seu livro é um pouco propositivo, pois sugere que muitos jogos ainda valorizam habilidades primárias, que já não são mais tão úteis, e que deveriam se adaptar às novas necessidades do ser humano. Esta visão de Koster não é exatamente nova, podemos encontrar pensamento similar em Descartes no século XVII:

[...] a utilidade de todas as paixões consiste unicamente em que elas dispõem a alma a querer coisas que a natureza estipula que nos são úteis e a persistir nessa vontade; [...] (Descartes, 1998, p. 68)

No entanto, aplicar esta visão para os jogos eletrônicos é importante pois reforça o potencial dos jogos de utilidade, na forma de jogos sérios, e de educação, já que o autor enfatiza que o aprender, desvendar e o solucionar está na base da diversão nos jogos.

Tanto Koster quanto Crawford, Salen e Zimmerman não se preocupam em classificar ou ordenar os fatores que resultam em diversão, apenas os descrevem sequencialmente.

Rouse III (2000) traz uma abordagem diferente: ele divide as motivações do jogador entre o que os jogadores querem e o que eles esperam encontrar no jogo. Por não aprofundar a concepção desta divisão, ela acaba por tornar-se bastante subjetiva.

Analisando os autores de game design acima citados podemos perceber que eles não usam os mesmos termos e não explicitam como se relacionam vários dos fatores de diversão. A autoestima, fator recorrente

na literatura, é considerado como uma das características do desafio para Crawford (2003) e Malone e Lepper (1987), por exemplo, enquanto Rouse III (2000) os coloca como itens separados. Uma compilação destes fatores, agrupando itens similares, revelou uma lista de fatores bastante confusa, como descrito em Albuquerque e Fialho (2010). Não há uma uniformidade nos termos e nas concepções de fatores de diversão que possibilite uma sistematização rígida, o que motivou a criação de uma nova lista – apenas inspirada nos fatores descritos neste capítulo – reorganizando e conceituando cada um dos fatores em uma estrutura organizada.

2.2.5 Outros olhares

Autores de outras áreas também analisaram os jogos eletrônicos, e alguns deles têm contribuições para a literatura na área de game design.

O escritor Steven Johnson (2005) observa a diversão nos jogos eletrônicos e sugere que os jogos eletrônicos são tão divertidos (e até viciantes) por interagirem com a estrutura do cérebro de liberação de substâncias químicas que provocam o prazer. Baseando-se na neurociência, ele afirma que a base da diversão é o sistema de recompensas ao se atender a expectativas, o que libera as substâncias, e evidencia outro fator importante: a possibilidade de exploração incitada pela curiosidade que os jogos eletrônicos possibilitam.

O escritor e jornalista Steven Poole (2000) também se debruça sobre o fenômeno dos jogos eletrônicos, abordando ao longo de seu livro diversos aspectos da diversão nos jogos eletrônicos. Entre as características que chamam atenção em seu trabalho é a comparação da função de deslumbramento das antigas catedrais com o deslumbramento do jogo, evidenciando o prazer estético.

Poole (2000)
Amplificação
Controle
Desafios
Desenvolver habilidades
Emoções fortes (animais, fundamentais)
Exploração
Fantasia
Instinto de destruição
Personagem
Recompensas significativas
Socialização

Tabela 8: Motivadores dos jogos em Poole (2000). Fonte: Baseado em Poole (2000).

Alguns autores trabalham ainda aspectos específicos dentro dos jogos eletrônicos e que certamente se relacionam com outros fatores de diversão. O escritor da área de jogos eletrônicos Dansky (2007) escreve sobre narrativa nos jogos eletrônicos, e apesar deste termo ser citado como um fator de diversão por diversos autores, o trabalho de Dansky acrescenta profundidade de relacionamento da narrativa com outros fatores. Enquanto muitos autores falam dos objetivos, Dansky comenta que o desejo para alcançá-los é criado pela narrativa, que justifica o *gameplay*. A narrativa ainda estaria relacionada com a (i) imersão, enquanto torna a situação do jogo mais verossímil, criando um contexto lógico que facilita seu realismo, (ii) recompensas, como também menciona Fullerton (2008), uma das mais significativas recompensas para o jogador são relacionadas à narrativa, que pode vir aos poucos de forma a estimular continuamente o jogador, (iii) identificação, que irá contribuir para o apego para com o personagem descrito por Poole (2000) e que irá possibilitar que o jogo possua mais apelo emocional.

O jornalista e escritor de quadrinhos Gerard Jones (2004) discute a violência nos jogos eletrônicos, e ao longo de seu livro comenta de certa importância da violência, o que exerce, também, certa fascinação. Sua idéia principal é que jogadores se sentem poderosos e conseguem amadurecer sua relação com as próprias emoções ao brincar com elas em um local seguro: entre estas emoções está seu medo da violência e a insegurança. Podemos perceber que a violência, neste caso, se relaciona

diretamente com vários fatores de diversão: como o de autoestima, amplamente citado, as emoções fortes (Rouse II, 2000), o conflito (Crawford, 2003), o instinto de destruição (Poole, 2000). Pode-se ainda relacionar-se indiretamente com as punições, risco protegido, sensação de controle, e ser um elemento enriquecedor da narrativa.

Ao analisar a geração dos jogos eletrônicos, apelidada de *Homo zappiens*, Veen e Vrakking (2009) consideram que existem três elementos dos jogos eletrônicos que explicam o investimento de atenção e energia destas crianças em desafios cada vez mais complexos. Eles são atividade (a exigência de um comportamento ativo), o controle exercido pelo jogador, e a imersão (a capacidade do jogo de fazer com que o jogador se sinta dentro do mundo virtual).

Estes outros olhares podem trazer visões interessantes, publicadas nos livros dos autores citados, baseados principalmente em suas experiências e análises. Outros autores, no entanto, possuem publicações envolvendo pesquisas de campo, envolvendo usuários e normalmente publicados em periódicos, e os resultados obtidos tem um caráter diferente. É o que será revisado a seguir.

2.3 PESQUISANDO DIVERSÃO

Norman (2008) lamenta o fato da diversão não ser algo muito pesquisado pela academia. Mesmo quando a diversão é algo que está distanciando-se cada vez mais da esfera do entretenimento puro, quando se fala em projetar experiências e produtos – mesmo aqueles cuja ênfase não é a diversão – em agradáveis, divertidos, motivadores e emocionalmente atraentes (Preece, Roger e Sharp, 2005; Norman, 2008). Para que seja possível projetar produtos com tais qualidades, é necessário que o olhar se volte para o usuário. Entre algumas contribuições que a pesquisa em design poderia contribuir para este mercado e área do conhecimento é – além de pesquisar e discutir métodos e etapas de design – fornecer para os desenvolvedores de jogos *feedback* sobre os usuários de jogos eletrônicos (Mäyrä, 2005).

Hanna, Neapolitan e Risdén (2004) vão além disso, pensando no usuário como participante do processo de design: os autores propõem a utilização de crianças não apenas durante os estágios de testes e avaliação, mas também nos processos iniciais de concepção, com bons

resultados. Tal experiência contrapõe a opinião de Rouse III (2000) de que os usuários não sabem definir o que resultará em um bom jogo – utilizando metodologia para integrar um grupo especialmente subestimado: as crianças.

Outros autores já começaram um estudo com o intuito de aprofundar o conhecimento sobre as preferências do usuário. Apesar do questionário utilizado por Eglesz et al. (2005) não ser disponibilizado com o artigo, supõe-se que seu questionário apresente algumas similaridades com o proposto neste trabalho através dos resultados encontrados e comentados. De forma similar, tais autores questionaram sobre motivações dos jogos, gêneros prediletos e idade, com o objetivo claro de investigar a relação entre gostos pessoais e faixa etária. Hoffman e Nadelson (2010) utilizaram questionários e entrevistas com jogadores para aprofundar as motivações em três contextos: motivações para que eles comecem a jogar, suas expectativas, seus motivos para continuar jogando, para voltar a jogar, e o que faz com que eles se envolvam. O enfoque, no entanto, é educativo, e os autores tentam entender o valor que os jogos podem possuir para a educação. Um dos fatores interessantes apontados pela dupla de pesquisadores é a necessidade de cognição. Eles perceberam que muitos estudantes associavam o jogo eletrônico com atividades escolares, por ser a atividade do jogo eletrônico associada a um pensar e a resolver problemas difíceis, que exigem um esforço cognitivo, e que isto lhes dá prazer: o aprender e o pensar em desafios.

Albuquerque, Cruz e Azevedo (2009) mencionam brevemente as motivações dos jogos eletrônicos em seu questionário para crianças com aproximadamente 13 anos, onde a competição e a socialização são os fatores mais valorizados no jogo. Apesar de algumas similaridades encontradas com o trabalho de Edlesz et al., as diferenças sugerem que o contexto – como nacionalidade e acesso às mídias – influenciam os gostos pessoais. Greenberg e colegas (2008) também utilizam questionários para entender as diferenças de gênero e de idade nas preferências e nos hábitos de jogo de estudantes, e as especificidades de seus resultados são comparadas com as desta pesquisa nos capítulos seguintes.

Outra ferramenta para pesquisa sobre usuários pode ser encontrada na tese de Kiili (2005), onde percebemos uma tentativa de utilizar o estado de fluxo para fins educativos para demonstrar quais elementos do fluxo são mais importantes em jogos educativos. Uma

contribuição importante de Kiili é a construção de um questionário que avalia se o jogador entrou ou não em estado de fluxo, que Inal e Cagiltay (2007) utilizaram para investigar as diferenças entre estudantes com relação ao estado de fluxo. Tais autores observaram e entrevistaram crianças, percebendo que garotos alcançam o estado de fluxo mais facilmente, e dependem mais da jogabilidade, enquanto garotas se envolviam mais com a narrativa, e que o desafio e a complexidade deste eram mais importantes do que o *feedback* de qualidade. Pearce (2004) também tentou medir o estado de fluxo, mas em alunos de cursos online, e percebeu que este estado poderia ser melhor descrito como um processo do que como um estado. O que só revela mais da complexidade deste estado que é relacionado à diversão: ele não apenas acontece ou deixa de acontecer, mas pode acontecer gradualmente ou de diferentes formas.

O estado de fluxo também foi utilizado como base para Fu, Su e Yu (2009) adaptarem as heurísticas de Sweetser e Wyeth (2005) para um questionário que possa ser aplicado ao usuário e que englobe questões relativas ao aprendizado, já que pretendem utilizar na educação a distância. O interessante no trabalho de Fu, Su e Yu (2009) é a mescla que fazem entre questionários e heurísticas.

Heurísticas	Questionário aplicado ao usuário
Mede principalmente usabilidade	Nossa medida: prazer, diversão
Visão do especialista	Visão dos usuários “subjéitiva”
Informação instantânea	Auto reflexão depois dos eventos ocorridos
Emoção/Comportamento observados	Emoções auto avaliadas
Interpretação do contexto	Interpretação pessoal do contexto
O ponto de vista de apenas alguns especialistas é agrupado	Um grande volume de pontos de vista de usuários é agrupado

Tabela 9: Diferenças entre Heurísticas e Questionários. Fonte: Retirado de Fu, Su e Yu (2009, p. 104).

De forma similar à presente proposta, Fu, Su e Yu (2009) pretendem utilizar o conhecimento de especialista – no caso deles, através de heurísticas principalmente – para construir uma ferramenta diferente, o questionário: mostrando outra possibilidade de aplicação e

de fundamentação do conhecimento. Eles explicitam estas diferenças na tabela 9, onde pode-se notar que os métodos não pretendem excluir, mas complementar, já que os dois possuem vantagens e desvantagens.

Enquanto os autores acima preocupam-se em descrever seus resultados, este trabalho propõe uma lista de fatores organizados. Quem nos apresenta uma das mais acadêmicas e sistemáticas estruturas de diversão nos jogos eletrônicos é o professor da área de mídias, jogos e literatura Gordon Calleja (2007a; 2007b). Baseando-se em uma série de técnicas de pesquisa qualitativa com jogadores de jogos massivos, propõe um Modelo de Experiência de Jogo Digital (*Digital Game Experience Model*). Este modelo utiliza seis categorias de relações: Afetiva, Espacial, Narrativa, Tática, Compartilhada e Controlada¹⁰. Cada uma das seis categorias pode ser dividida em duas subcategorias: Macro-envolvimento (ou a longo termo) e Micro-envolvimento (ou imediato), que representam dois aspectos de cada uma das categorias: essa as motivações de cada momento do jogo e aquela responsável pela motivação sustentada por um longo tempo. O usuário move-se entre os modos de interação do modelo de forma fluída e rápida.

¹⁰ O termo original é “Performative”, e refere-se a possibilidade de controle do avatar ou dos mecanismos do jogo, por isso traduzimos como “Controlada”.

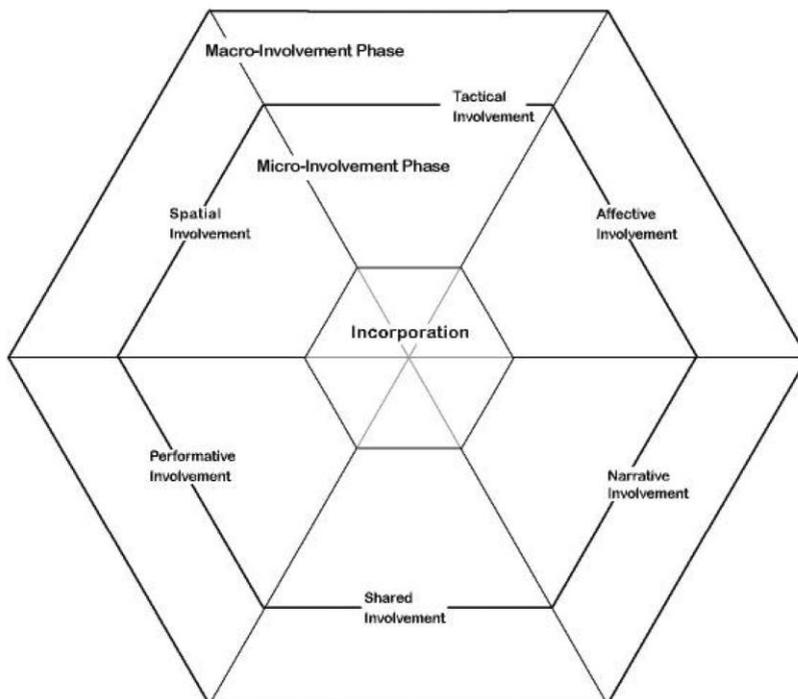


Figura 1: Modelo de Experiência de Jogo Digital (Fonte: Calleja, 2007a, p. 134)

No centro do modelo está o conceito de “Incorporação”, que é como Calleja (2007a) chama um conceito que inclui a imersão e a presença sendo estes o foco de seu trabalho. Este modelo acrescenta muito para a conceituação da área, sendo uma das raras tentativas de categorizar e estruturar a diversão nos jogos. O modelo de Calleja (2007b) no entanto, não possui um caráter prescritivo, mas descritivo, já que o autor não é de áreas tecnológicas, mas científicas. Mesmo assim, sua conceituação parece válida para embasar a estrutura de fatores de diversão neste trabalho.

3. MÉTODO: TUTORIAL – APRENDENDO A JOGAR

O tutorial de um jogo é quando o jogador descobre suas possibilidades de atuação: como usar seus poderes, golpes, e estratégias. Como apertar os botões certos para alcançar seus resultados. Neste capítulo serão então mostradas as armas mágico-científicas que foram utilizadas neste trabalho: a proposta da lista de fatores de diversão, o questionário, o teste piloto, a aplicação definitiva e os métodos de análise quantitativa dos dados.

3.1 OS PARÂMETROS DA EXPERIÊNCIA

No capítulo anterior foi possível conhecer o cenário das pesquisas sobre a experiência do jogador de jogos eletrônicos. Como algumas pesquisas já utilizavam alguns parâmetros (como os baseados no estado de fluxo, e outros) para mapear os gostos de grupos de estudantes, preferimos propor uma nova lista para aplicação neste contexto de pesquisa, revelando uma nova perspectiva. Estes parâmetros não precisam limitar-se a esta pesquisa – mesmo não tendo a pretensão de serem universais ou absolutos, se apresentados e discutidos poderiam contribuir para pesquisas futuras que queiram uma referência de onde partir, mesmo que como objeto de crítica ou comparação.

Pode-se dizer que as referências utilizadas na criação dos parâmetros foram os diversos autores que escrevem sobre jogos, mas a experiência pessoal como jogador do pesquisador mostrou-se presente. Mesmo que não de forma sistemática, as centenas de horas em frente a monitores ajudaram a conceber parâmetros como os propostos na figura 2. O pesquisador não pode evitar colocar-se no trabalho de pesquisa, aliás, é sua experiência que define a perspectiva do trabalho e o enriquece (Morin, 2010).

Esta organização dos parâmetros de diversão (figura 2) foi proposto pelo autor após um processo de leitura dos autores descritos no Capítulo 2: Revisão. Esta proposta foi resultado de uma tentativa de abordar a maioria dos fatores de diversão encontrados nos artigos e livros consultados, organizados de uma forma lógica. A necessidade de propor esta organização dos parâmetros foi para que ela resultasse nos itens do questionário que iriam medir a opinião dos respondentes, e não

é uma estrutura conceitual profundamente embasada. Não iremos, neste capítulo sobre método, explicar cada um dos parâmetros nem os eixos que os dividem em 4 quadrantes; isto será feito no Capítulo 5: Contribuição, onde os parâmetros da Figura 2 serão resgatados e explicados, já discutidos com os resultados que a pesquisa de campo trouxeram.



Figura 2: 12 Parâmetros de diversão nos jogos eletrônicos (Fonte: o autor)

Com os parâmetros definidos, temos os traços latentes, ou o que se quer medir de cada respondente. No entanto, ao questionarmos a opinião dos respondentes, não podemos considerar que estamos medindo sua preferência real sobre os parâmetros expostos, mas sim o que eles acham que preferem.

Para medir cada um destes traços latentes foram elaborados itens na forma de perguntas que facilitasse a compreensão do atributo. Por serem atributos amplos, cada um deles gerou dois itens, geralmente buscando abranger aspectos diferentes do mesmo atributo. De 12 atributos, desenvolvemos 24 itens do questionário, onde posteriormente foram acrescentados 3 novos itens. Estes 27 itens podem ser conferidos na versão final do questionário, no Apêndice.

Os itens acrescentados posteriormente não se encaixam nos fatores para a diversão presente na experiência. Dois deles são itens que abordam a importância do jogo eletrônico no convívio social do indivíduo, exterior à experiência do jogar, e o último trata de uma forma de amotivação: quando os jogadores buscam apenas se distrair ou evitar fazer o que teriam que estar fazendo. Novamente, cada um dos itens serão explicados individualmente no Capítulo 5: Contribuição.

3.2 TESTE DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Com os 27 itens em mãos, foi necessário testá-los. Foi feita então uma análise semântica dos itens, como sugere Pasquali (2004). Grupos de 3 ou 4 jogadores foram reunidos e liam em voz alta cada um dos itens, discutindo o significado e trazendo exemplos de sua experiência de jogo. Como descrito por Gillham (2000), o pesquisador apenas incentivava a discussão e evitava que alguns poucos dominassem a conversa, e anotava os pontos em que a interpretação dos itens não estava clara, aprimorando-os para o próximo grupo de teste. Os grupos eram interrogados sobre novas versões para os itens. Os itens eram considerados satisfatórios se passassem sem dúvidas ou erros de interpretação por dois grupos consecutivos, e para que todos os itens fossem aceitos foi necessário o envolvimento de 6 grupos de trabalho, envolvendo 19 participantes.

Cada um dos itens foi respondido pelo usuário em uma escala Likert, que frequentemente é utilizada para medir opiniões, atitudes, crenças e satisfação do usuário (Preece, Rogers e Sharp, 2005), de acordo com o quanto ela gosta ou se diverte com uma experiência como aquela. A escala utilizada foi:

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

No início do questionário foram ainda acrescentadas questões extra de controle, sendo elas: idade, sexo, experiência como jogador, local de jogo, gêneros prediletos e uma questão aberta onde o respondente deveria listar seus 4 jogos prediletos.

A versão final do questionário pode ser verificada no apêndice.

3.3 APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Após testes com o questionário a aplicação dividiu-se em três contextos, cada um com características próprias.

O contato com o Instituto Estadual de Educação foi feito, e com a permissão do diretor geral, o questionário foi aplicado entre 06/07/2010 e 14/09/2010. Por se tratar de uma instituição de ensino de grande porte, há uma equipe de professores plantonistas, que se dedicam a lecionar nas aulas onde o professor permanente não pode estar presente. Por terem aulas isoladas com turmas diversas, as plantonistas normalmente trabalham com temas transversais, como violência ou sexualidade. A não vinculação do tempo de aula com um conteúdo pré-estabelecido é que possibilitou que houvesse espaço para a aplicação do questionário da forma como foi executado, já que professores regulares frequentemente precisam de todas suas horas em sala de aula para passar todo o conteúdo.

Durante quatro dias o pesquisador acompanhou duas professoras plantonistas no período da manhã. Durante uma aula inteira de 45 minutos, a professora apresentava o pesquisador à turma, este explicava sobre o propósito da pesquisa, e após a aplicação do questionário havia tempo para falar de outros temas, estes adaptados para cada faixa etária, mas geralmente se conversava sobre o mercado dos jogos, sobre pirataria, e um pouco sobre os jogos em si. Estas conversas com as turmas variavam muito conforme a idade e motivação. Algumas turmas faziam muitas perguntas e demonstravam muito interesse, em especial os mais jovens. As turmas mais avançadas, em especial no ensino médio, demonstravam menos motivação e envolvimento com o tema.

Esta prática mostrou-se muito rica, pois o pesquisador pode estar presente durante a aplicação dos questionários, sanar dúvidas e ouvir comentários. Assim foi possível perceber alguns fatores relevantes. Um deles é que na questão sobre o gênero de jogo predileto, muitos jogadores assinalavam ou deixavam de assinalar determinado gênero de jogo (como Estratégia, ou Luta) baseando-se se jogavam ou não os jogos que estavam nos exemplos (como Age of Empire, ou Warcraft). Apesar de ser indefinida a quantidade de respondentes que responderam baseando-se nos exemplos, sem entender o que o gênero de jogo significa, ficou claro que há um viés nesta questão, que deve ser

considerada com cautela. O mesmo ocorreu nos jogos citados, onde alguns respondentes copiavam respostas dos exemplos.

No Instituto Estadual de Educação 14 turmas responderam os questionários, sendo 2 turmas de cada série, desde a quinta série do ensino fundamental até o terceiro do ensino médio (ainda não havia turma no nono ano do ensino fundamental nesta instituição). Os respondentes do IEE totalizaram 442, representando a maioria da amostra desta pesquisa.

Tanto na escola particular Autonomia quanto na Universidade Federal de Santa Catarina os questionários foram respondidos de forma tradicional, professores cederam espaço em sua aula para o pesquisador entrar, explicar brevemente o projeto e aplicar o questionário, apenas, onde depois havia a continuidade da aula normalmente. Na Escola Autonomia a coordenação do ensino fundamental exigiu que respondessem o questionário apenas os estudantes cujos pais tivessem assinado um termo de consentimento. Houve então uma prática onde os estudantes recebiam o termo de consentimento, levavam aos pais, e devolviam a coordenação, que controlou quais poderiam participar da pesquisa.

Os respondentes da Escola Autonomia eram do sexto e oitavo ano do Ensino Fundamental, e primeiro e segundo anos do ensino médio, totalizando 111 respondentes. Na Universidade Federal de Santa Catarina houve respondentes da primeiro, terceiro e quinto semestres (que representam primeiro, segundo e terceiro anos do curso) dos cursos de Design Gráfico, Design de Produto e Design de Animação, totalizando 83 respondentes.

3.4 TRATAMENTO DOS DADOS

Várias ferramentas foram utilizadas para melhor visualização das informações: contagem, frequência, média aritmética. Para verificar se as médias de um grupo são estatisticamente diferentes das médias de outro grupo, isto é, para verificar se as diferenças entre grupos não são meramente coincidência estatística, foi utilizado o teste t de Student para amostras independentes, que considera a diferença entre as médias, o tamanho das amostras e o desvio padrão (Fialho, Braviano e Santos, 2005). A hipótese nula foi rejeitada, e a diferença entre médias

comentada, quando $P < 0,05$; o que significa que os dados permitem afirmar com um mínimo de 95% de chance que as diferenças entre médias não são conseqüências do acaso, e que muito provavelmente há diferença entre os grupos. Encontrar as diferenças entre os grupos é o objetivo de muitas pesquisas, e este processo é chamado de confirmação da hipótese experimental ou alternativa (Levin, 1987), embora não houvesse hipóteses prévias neste estudo, o que o classifica como pesquisa exploratória. Para as informações que não possuem média, isto é, que não utilizam escalar intervalar, mas sim dados nominais, usa-se testes não-paramétricos para comparar a freqüência de tais dados em populações diferentes. Neste caso o teste qui-quadrado foi utilizado (Levin, 1987). Tal teste também mostra uma significância satisfatória quando temos $p < 0,05$, e foram estes dados que foram comentados no texto. Além disso, foram utilizadas duas outras técnicas, a análise fatorial, para aprofundar a visão sobre os itens, e a análise de agrupamentos, para aprofundar a visão sobre os usuários.

Uma adaptação que foi feita durante as análises foi o da opção de resposta “Nunca fiz isso”. Como não havia valor atribuído a esta opção, não havia como considerá-lo no cálculo de médias aritméticas e outros métodos envolvendo variáveis numéricas. Nestes casos, a opção “nunca fiz isso” recebeu o valor de 0,00; o mesmo valor de “Indiferente”.

3.4.1 Análise fatorial

Com o aumento do número de variáveis e de itens, começa a ocorrer a sobreposição de itens, isto é, quando dois ou mais itens abordam questões parecidas, e acabam por apresentar correlação. Em muitos casos, como o do presente trabalho, há uma sobreposição intencional, onde dois itens abordam cada um das 12 categorias, para que as perspectivas sob cada fator de diversão não sejam tão limitados por apenas um ponto de vista.

No entanto, após propor os 27 itens, a análise fatorial apresenta uma possibilidade de um olhar atento para os itens e sua estrutura interna. A análise fatorial exploratória oferece, neste caso, duas possibilidades: a de diminuir o número de dimensões que estão sendo medidas, agrupando-as por suas correlações, e o de encontrar dimensões complexas ou compostas, que não podem ser descritas por apenas uma

variável, mas por várias (Hair Jr. et al, 2009). Assim, após a análise fatorial executada pelo software *SPSS Statistics*, os 27 itens do questionário foram agrupados em 6 dimensões, ou fatores, de forma a simplificar e a propor dimensões mais complexas, que envolvem no mínimo dois itens dos propostos no início.

Segundo Hair Jr et al (2009), a análise fatorial é utilizada principalmente para dados métricos, como no caso desta pesquisa, e sugerem maximizar o número de observações por variável, e consideram que um bom número é o de 10 observações por variável, o que é largamente superado neste trabalho (com 27 itens, uma boa amostragem seria a de 270, e tivemos o número de 636). No entanto, tais autores sugerem que para encontrar as estruturas fatoriais, que é um dos nossos objetivos, deve-se esforçar para possuir ao menos 5 variáveis para cada fator proposto, e nosso número está um pouco abaixo, já que com 27 itens, deveríamos, portanto, encontrar 5 dimensões, e após alguns testes com diferentes números de dimensões, achamos mais coerente dividir em 6 dimensões, e não 5, mesmo que uma delas tenha ficado com apenas dois itens associados. As 6 dimensões são apresentadas no capítulo 5.

Na interpretação dos fatores, foi aplicado um método rotacional, que é literalmente uma rotação dos eixos de referência, fazendo com que os itens fiquem mais facilmente interpretados em linhas e colunas. Processos rotacionais são utilizados na maioria das vezes, já que apenas a análise preliminar dificilmente apresenta resultados claros (Hair et al, 2009), e utilizamos um método ortogonal, que rotaciona mantendo os eixos ortogonais de 90°, que tem mais tradição nos softwares estatísticos. O método ortogonal escolhido é o QUARTIMAX, que é uma mescla das técnicas QUARTIMAX e VARIMAX.

Embora normalmente se considere relevante apenas as cargas fatoriais superiores a 0,50, Hair et al (2009) considera que valores menores, próximos de 0,30 ou 0,40, são minimamente aceitáveis, e que são mais significativo em casos onde a amostragem seja grande. Então, neste caso, consideramos valores próximos de 0,40 como significativos na interpretação dos fatores. Segundo tais autores, uma amostra de 350 já possibilita considerar carga fatorial superior a 0,30.

3.4.2 Análise de agrupamentos (clusters)

A análise fatorial foi utilizada, portanto, para analisar o comportamento dos itens; enquanto a análise de agrupamentos inverte o ponto de vista, voltando-se para os respondentes. O objetivo é a identificação dos perfis de usuário, e para isso foi necessário dividir os respondentes em agrupamentos (*clusters*). Esta análise tem com objetivo

[...] dividir os elementos da amostra, ou população, em grupos de forma que os elementos pertencentes ao mesmo grupo sejam similares entre si com respeito às variáveis (características) que neles foram medidas, e os elementos em grupos diferentes sejam heterogêneos em relação a estas mesmas características. (Mingoti, 2005, p. 155)

O cálculo para a análise é baseado na distância entre dois elementos considerando todas as suas características. O cálculo utilizado para a distância será a distância Euclidiana. A técnica para agrupamento será (i) aglomerativa, o que significa que o cálculo se inicia como se cada elemento da amostra fosse um *cluster*, e a partir das menores distâncias entre dois elementos estes vão se agrupando (fundindo) formando *clusters* gradualmente, e (ii) hierárquica, pois não há uma proposta inicial de número de *clusters* definitivos. Esta análise pode ser mostrada em um Dendrograma de Agrupamento, que mostra o histórico de agrupamentos de forma hierárquica em uma estrutura de árvore, que pode sugerir qual o melhor número de *clusters* finais para determinada amostra – mas a decisão final do número de *clusters* é subjetiva, apesar de existirem técnicas para otimizar esta escolha (Mingoti, 2005). No caso deste trabalho, tentamos dividir em algumas quantidades de grupos, e consideramos que a divisão em 8 *clusters* era a mais significativa, por não possuir agrupamentos pequenos demais.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO: DESAFIO – ENFRENTANDO O QUE ESTÁ ALI

Após o tutorial, onde temos a chance de aprender como se joga, vem o jogar, o enfrentamento do desafio, a superação constante de habilidades. Se no capítulo anterior, relativo ao método, aprendemos o caminho a ser percorrido, neste novo capítulo mostramos o caminhar, e o que aconteceu quando o pesquisador de fato jogou o jogo: fez centenas de crianças responderem questionários e analisou a imensa tabela numérica gerada pelas respostas.

O número total de respondentes da versão final do questionário foi de 636, embora diversas contagens subtraíam alguns respondentes que por diversos motivos não foram considerados pelo software de estatística. Esta quantidade de dados inválidos foi sempre muito pequena se comparada com o tamanho da amostragem.

O jogo eletrônico mostrou-se como um fenômeno que atinge a praticamente todos os estudantes, já que apenas 9 respondentes (1,4% da amostra) responderam que nunca jogaram. Considerando que alguns destes alunos provavelmente marcaram a opção “Nunca joguei” apenas porque viram que se o fizessem não teriam que continuar respondendo ao questionário, o número de estudantes que nunca tiveram contato com os jogos eletrônicos é muito pequeno. O número de usuários que marcaram a opção “Joguei poucas vezes” é consideravelmente maior, representando 15% da amostra, mas ainda assim é uma pequena minoria que nunca teve maior interesse pelos jogos. Um grupo consideravelmente maior é aquele que já possui o hábito de jogar, mas que não continua jogando com frequência, representando 29,1% da amostra, o que totalizando com os grupos anteriores, temos 45,5%, quase a metade da amostra, de alunos que atualmente não jogam.

Entre os 54,5% que atualmente possuem o hábito de jogo, há um número grande de respondentes que afirmaram jogar mais de duas vezes por semana, representando 39% da amostra, e um grupo consideravelmente menor que joga até duas vezes por semana, de 15,5%, o que sugere que é incomum que o hábito de jogar jogos eletrônicos se mantenha ocasionalmente: aqueles que jogam, em sua maioria, jogam com uma frequência grande, embora mais detalhamento neste assunto possa esclarecer melhor em futuras investigações. Muitos respondentes espontaneamente escreveram que jogam todos os dias (na

forma de comentários em locais diversos pelo questionário), mas o instrumento de coleta de dados não oferece suporte para este detalhamento.

As idades dos respondentes podem ser verificadas na figura 3, onde é possível perceber o maior número de respondentes com idade inferior a dezoito anos, já que a maior parte deles cursa o ensino fundamental e médio. O grande número de respondentes com 15 e 16 anos provavelmente se deve aos alunos da Escola Autonomia do primeiro e segundos anos do ensino médio, onde todos os alunos da turma responderam ao questionário, contrastando com os alunos do ensino fundamental, onde apenas aqueles cujos pais responderam ao termo de consentimento poderiam responder ao questionário, o que explica a irregularidade no gráfico. A idade acima de 17 também torna-se irregular, já que são principalmente os alunos do ensino superior, onde as idades são mais irregulares e imprevisíveis.

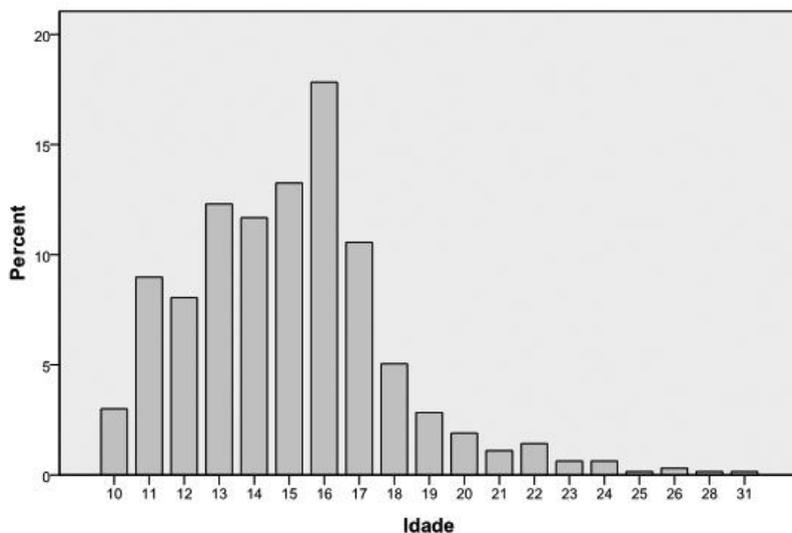


Figura 3: Frequência de idade

O local de jogo dos respondentes mostrou que a grande maioria possui alguma forma de jogar em suas casas, já que 89,5% dos respondentes afirmaram que costumam jogar em casa, embora não se

conheça plataforma em que isto ocorre. Isto demonstra que a grande maioria dos estudantes – mesmo considerando o contexto de uma escola pública, que representa a maioria dos respondentes – encontra maneiras de tornar o jogo acessível em suas residências. 56% dos respondentes afirmaram jogar em casas de amigos, o que sugere que o jogo em duplas ou grupos é bastante comum, além da prática individual. O jogo em *LAN houses* apresentou uma frequência mais baixa, de 10,3%, o que representa um grupo bastante reduzido de alunos que freqüentam estes locais. Possivelmente o uso das *LAN houses* tende a diminuir a partir do momento em que o poder aquisitivo e o acesso barato a tecnologia aumentam, já que seria possível acessar o jogo da residência, inibindo o principal motivo para utilização da *LAN House*. Sendo a amostra coletada em escolas em bairros considerados de alto valor aquisitivo e de uma cidade considerada “rica”, não é surpreendente que poucos alunos freqüentem *LAN Houses*. Fliperamas¹¹, o que poderia ser considerado o avô das *LAN Houses*, apresentou uma utilização ainda mais baixa, de apenas 4,9%, o que pode acontecer pelos mesmos motivos da despolarização das *LAN Houses*, e pela substituição daqueles por essas. Houve uma porcentagem muito pequena de estudantes que afirmaram jogar no local de trabalho, de 1,5%, o que é previsível, já que a maior parte dos respondentes provavelmente não trabalha. O jogo pelo celular, que pode ocorrer em qualquer um dos locais citados, foi marcado por apenas 24% dos respondentes, o que sugere que a maior parte dos jogos que os respondentes dizem jogar em casa (89,5%) representa não celulares, mas outros consoles e computadores.

Os gêneros de jogos que os respondentes jogam são um dado com um sério viés, já que durante a aplicação o pesquisador percebeu que muitos alunos marcavam determinada opção se jogavam os jogos descritos como exemplos do gênero, ao invés de pensarem no gênero como toda uma categoria mais abrangente que aborda muitos outros jogos além daqueles descritos como exemplo. Logo, a escolha dos jogos

¹¹ Fliperamas são normalmente chamados de Arcades. Trata-se de jogos eletrônicos disponibilizados em locais públicos para jogo, que normalmente é pago na forma de fichas ou cartões.

que foram utilizados como exemplos influenciou fortemente os resultados sobre os gêneros (os exemplos utilizados podem ser verificados no questionário no apêndice).

O questionário da pesquisa de Cruz, Albuquerque e Azevedo (2009) foi utilizada como base para organizar os gêneros de jogo, e este foi modificado pela experiência pessoal do autor e conversas informais com jogadores. Os gêneros são apresentados de forma resumida na Figura 4; eles foram apresentados ao jogador da seguinte forma:

- tiro (ex: Counter Strike, Medal of Honor)
- plataforma (ex: Super Mário Bros., Crash Bandicoot)
- aventura (ex: Tomb Raider, The Legend of Zelda)
- corrida (ex: Need for Speed, Gran Turismo)
- esportes (ex: Winning Eleven, Tony Hawk Pro Skater)
- estratégia (ex: Age of Empire, Warcraft)
- luta (ex: Tekken, Mortal Kombat, Street Fighter)
- RPG (ex: Grand Chase, Pokemon, Final Fantasy)
- simulação (ex: The Sims, Sim City)
- jogos online (ex: Tibia, Ragnarok, World of Warcraft)
- puzzle (quebra-cabeça)(ex: Tetris, Campo Minado)
- jogos pequenos, de passatempo, pela internet (Ex: Colheita Feliz, Cartoon Network)

As frequências com que os gêneros foram marcados podem ser verificados na figura 4. Jogos mais populares, geralmente jogos de mais fácil jogabilidade, mostraram-se mais comuns, como os jogos de plataforma, corrida, tiro, passatempo, esportes e luta. Jogos mais difíceis, mais associados ao perfil do jogador *hardcore*, e, portanto, de uma minoria, tiveram as frequências mais baixas: estratégia, puzzle, RPG, jogos online e aventura. A única exceção foi o gênero simulação, que tende a possuir grande complexidade e muitas vezes se restringir a estilos de jogos específicos (como simuladores de vôo). O pesquisador acredita que a grande popularidade do gênero simulação tenha ocorrido devido à série The Sims (Maxis, 2000), que foi o único jogo de simulação amplamente citado pelos respondentes, que tornou-se muito popular entre os diversos tipos de jogadores e que constava nos exemplos. Este fato demonstra a falta de precisão ao tratarmos de gêneros de jogos eletrônicos, já que The Sims, mesmo considerado como simulação, não representa bem o gênero, já que “simulação” é uma “diversa super-categoria de jogos eletrônicos” (Wikipedia, 2011),

com estilos muito diferentes de jogo agrupados. A grande quantidade de respondentes que marcaram jogar simulação não significa que este gênero é popular, mas que apenas o jogo The Sims o é.

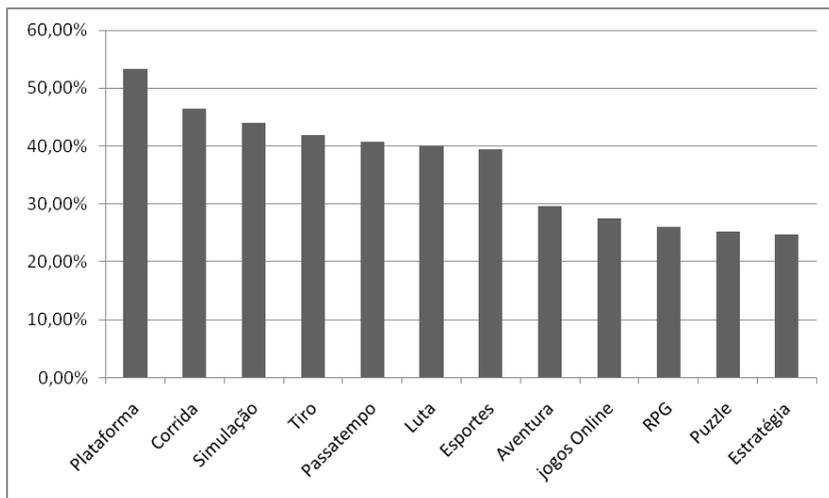


Figura 4: Frequência dos gêneros de jogo

Os jogos citados como prediletos foram compilados e podem ser observados na figura 5. Como este item era aberto, onde cada respondente poderia escrever até quatro jogos, houve alguma interpretação do pesquisador. O jogo mais citado, por exemplo, Super Mário, era citado de diversas formas, desde Super Mário, Super Mário Brothers, Mário World, ou apenas Mário. Todas estes jogos foram classificados como “Super Mário”, e apenas Mário Kart e Mário Esportes foram categorizados diferentemente. A contagem teve que ser feita manualmente, pois muitos escreviam errados os nomes dos jogos ou usavam siglas. Muitas vezes os alunos escreviam termos gerais como “Futebol” ou “Corrida”, e eles foram considerados também. Neste gráfico aparecem somente os que foram citados 7 vezes ou mais, pois ele seria muito difícil de ser visualizado se apresentasse os jogos menos citados. O gráfico é tipicamente um gráfico de Cauda Longa, como descreve Anderson (2006) nas novas tendências de mercado, onde há um grande número de opções alternativas utilizadas por pequenos grupos, deixando o gráfico comprido.

Entre os jogos mais populares podemos perceber “líderes” de cada gênero, como The Sims como o jogo mais popular de simulação, as variações de Super Mário Brothers como o de plataforma, Need for Speed como jogo de corrida, Counter Strike como jogo de tiro, e Mortal Kombat entre os jogos de luta. No entanto, as respostas a este item também foram influenciadas pelos exemplos que constavam no item anterior do questionário sobre gêneros. O quanto os exemplos influenciaram as respostas neste caso, no entanto, é indefinido.

No final do questionário havia um espaço livre para comentários, onde 210 respondentes escreveram alguma coisa (os outros deixaram em branco). Os comentários são muito variados, com piadinhas, *emoticons*, desejos de boa sorte na pesquisa, negações (como “não tenho comentário”) e opiniões diversas. Dois tipos de comentários, no entanto, foram muito recorrentes: 92 respondentes elogiaram o questionário e a pesquisa, ou disseram ter gostado de participar. Muitos deles demonstraram adorar responder o questionário, e gostariam de atividades similares na escola mais vezes, e 15 deles escreveram que adoram jogos, ou que adoram alguns tipos de jogos específicos. Vários respondentes demonstraram curioso interesse pela pesquisa, e escreveram os seguintes comentários: *“Parabéns pela pesquisa, as perguntas estão bem desenvolvidas e tenho certeza que na hora de jogar vão me chamar mais atenção”*, *“Muito interessante o seu tema de pesquisa, sempre me perguntei porque é uma coisa tão viciante, mesmo sem a gente querer, quando vemos já estamos jogando. Boa sorte!”*, *“Isso é muito legal pois podemos dizer o que sentimos sobre os jogos”*, *“Gostei muito dessa pesquisa pois, você vão poder imaginar o que os jovens acham. Beijos. Bom dia!”*, *“Deviam fazer questionários legais como esse mais vezes :D”*. É interessante notar que muitos alunos gostam quando um tema de suas vidas e que os motiva como o jogo eletrônico, que geralmente é ignorado na escola, entra neste espaço. A prática, onde o pesquisador conversava sobre jogos com os alunos no momento da aula, parece ter sido uma experiência apreciada por muitos alunos. No entanto, mesmo que nos comentários existam poucas críticas, a experiência nas salas de aula mostrou que muitos alunos se mostravam desinteressados e indiferentes. Pelos comentários e pela vivência a experiência parece ter sido prazerosa, principalmente para as turmas mais jovens, mas não para todos.

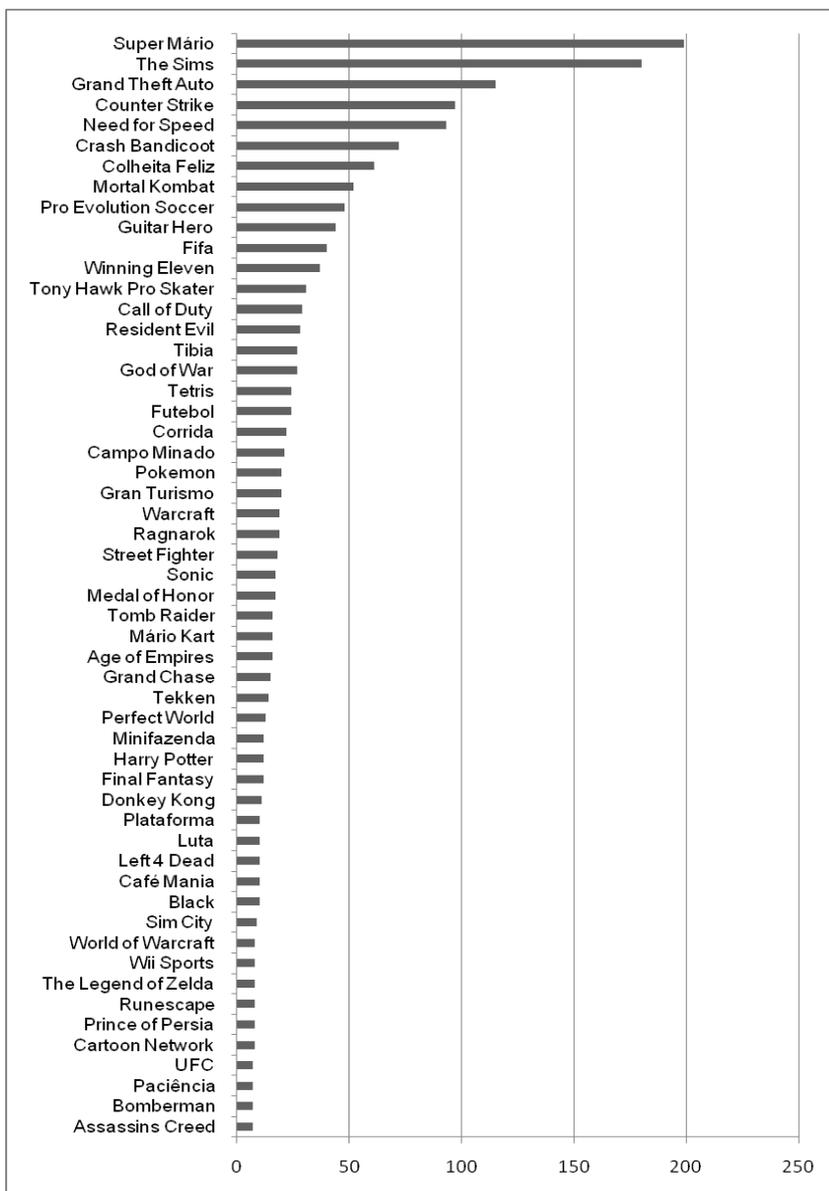


Figura 5: Jogos citados

Os vinte e sete itens serão mais amplamente discutidos no capítulo seguinte. Na figura 6 podemos ver as médias de cada um deles, para o grande grupo de respondentes. Os dois itens relacionados ao sentimento de realização e recompensa foram os itens com a média mais alta, enquanto itens relacionados ao contexto (bom, mau, bonito, feio) estão entre os itens menos apreciados. Isto é coerente com as linhas ludologistas dentro dos jogos eletrônicos, e com o pensamento de Johnson (2005, tradução nossa, p.38):

Não é a questão do conteúdo destes jogos que atrai – se fosse o caso, você nunca veria vinte-e-alguma-coisa seguindo estruturas narrativas absurdas como salvem-a-princesa como a série Best-seller Zelda da plataforma Nintendo. É o sistema de recompensa que atrai estes jogadores, e mantém seus famosos curtos espasmos de atenção presos na tela.

Isto implica em observarmos os itens pela ótica de sua organização, divididos entre vida e morte, apreciação e interatividade, como na figura 7. Podemos perceber que os itens relacionados à interatividade tiveram maiores médias que aqueles de apreciação, e os itens relacionados a impulsos de vida, maiores médias do que aqueles de morte. A questão da interatividade talvez seja explicada pelos itens de apreciação (bom, belo, verdadeiro, mau, feio e falso) serem muito específicos, enquanto os itens de interatividade (realização, superação, colaboração, competição, controle e não-controle) serem mais genéricos, e portanto mais adaptáveis a diversas situações na concepção dos jogadores/respondentes.

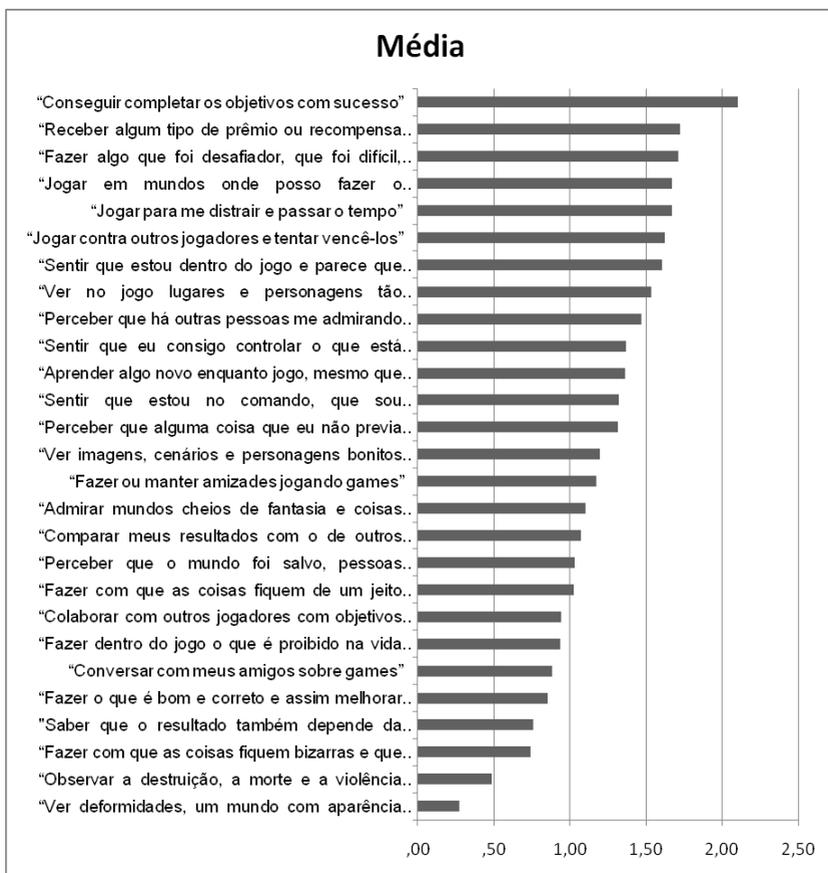


Figura 6: Média aritmética dos 27 itens

Os itens relacionados a vida (bom, belo, verdadeiro, realização, superação e colaboração) também obtiveram uma pontuação mais elevada do que os itens relacionados a morte (mau, feio, falso, competição, controle e não-controle). É difícil dizer, no entanto, se estes itens foram marcados por serem os itens prediletos ou por serem os itens que os jogadores são ensinados a valorizar; nada garante que eles não estavam marcando os itens que foram ensinados serem mais adequados em vez de assinalar o que realmente gostam. Não se sabe a dificuldade de jovens em lidar com o próprio interesse em morte e violência, ou o quanto difícil é admitir que eles gostam de comparar os resultados para

ver qual é o melhor. De qualquer forma, este questionário não tem validade alguma como instrumento psicométrico para chegar a conclusões mais profundas sobre os impulsos dos jogadores.

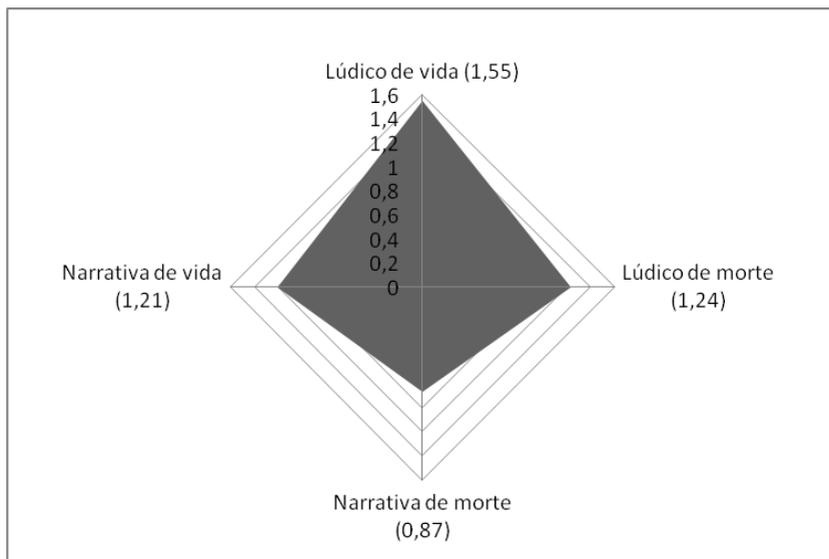


Figura 7: Média dos itens de cada quadrante

Ao avaliarmos a quantidade de jogadores que responderam que nunca fizeram o que algum item descreve, vemos que a quantidade é pequena, como pode ser verificado na figura 8. O item que mais apresentou respostas como esta foi o “Fazer ou manter amigos jogando games”, que recebeu menos de 70 respostas deste tipo (cerca de um décimo da amostra), isto é, no mínimo cerca de nove a cada dez dos respondentes já vivenciaram o que cada item descreve. Isto sugere uma experiência diversificada de jogo da maior parte dos jogadores; no entanto, não é possível saber quantos respondentes marcaram alguma opção de forma genérica, e não pensando especificamente em jogos. Alguns podem ter marcado que gostam de competir pensando em um jogo de futebol de verdade, ou marcado que gostam de ver atos heróicos e bondosos pensando em filmes ou quadrinhos, quando na verdade a opção correta seria de que nunca fizeram aquilo no contexto do questionário, isto é, nos jogos eletrônicos.

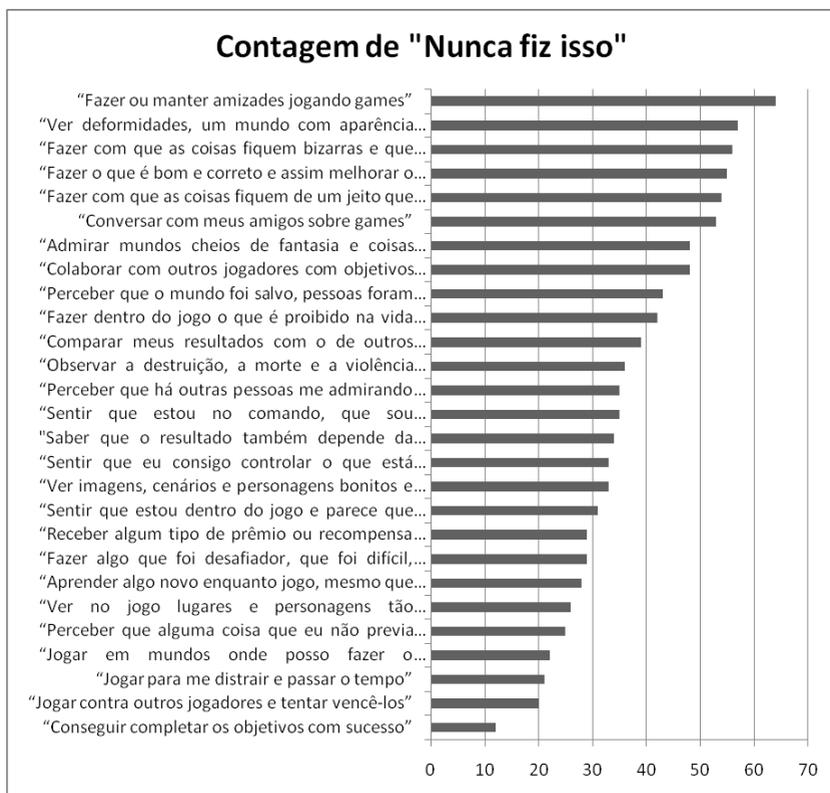


Figura 8: Número de respostas "Nunca fiz isso"

Mais informações sobre os 27 itens são encontradas no capítulo seguinte. Segue uma análise de diferenças encontradas nos grupos:

4.1 DIFERENÇAS PELO LOCAL DE ESTUDO

Comparamos as médias dos resultados encontrados entre a Escola Autonomia (111 respondentes) e o Instituto Estadual de Educação (440 respondentes), por apresentarem alunos com faixa etária similar, porém, em contextos diferentes, de uma escola pública e de uma escola privada. Os resultados dos estudantes da Universidade Federal de Santa Catarina

não foram comparados com a das escolas de ensino fundamental e médio por se tratar de contextos muito diferentes e dificilmente podendo se compreender os motivos das diferenças.

Houve uma diferença na coleta dos dados no número de turmas, de forma que no IEE o número de turmas foi linear (duas turmas de cada série), de forma a possuir 45% dos respondentes do ensino médio, e 55% do ensino fundamental. Na Escola Autonomia, o resultado foi o oposto: 41% dos respondentes são do ensino fundamental, e 59%, do ensino médio. Apesar da diferença entre alunos do ensino médio e fundamental entre a coleta das escolas, a média de idade geral de cada escola foi muito similar, 13,98 anos na Autonomia e 14,33 no Instituto, o que possivelmente ocorreu devido a um maior número de alunos que já repetiram o ano no ensino público do que no ensino privado.

Os resultados mostraram que há diferenças no local onde eles jogam. Entre os alunos da Autonomia, 68% disseram jogar em casas de amigos, e apenas 55% dos alunos do IEE afirmaram o mesmo ($p < 0,05$).

As preferências por gênero de jogo foram muito similares nas duas escolas, apresentando pequenas diferenças. O único gênero que demonstrou uma grande diferença foi o gênero de luta, jogado por 42% da amostra do IEE, e por apenas 23% da amostra da Autonomia ($p < 0,01$). É difícil dizer o motivo desta preferência, mas o pesquisador coloca um possível controle e repressão mais insistentes dos pais a um gênero considerado muito violento como uma possível explicação. Outra possibilidade seria um possível contexto mais violento, que poderia fazer com que o jogador se sentisse mais atraído por jogos que espelhem sua realidade, mas não há nenhum indício que sugira qualquer uma destas possibilidades.

Local	Item	
IEE	“Fazer ou manter amizades jogando games”	P<0,01
IEE	“Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita”	P<0,01
IEE	“Perceber que há outras pessoas me admirando quando eu estou bem no jogo”	P<0,01
IEE	“Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza”	P<0,01
IEE	“Sentir que estou no comando, que sou poderoso e posso escolher como eu quero as coisas e deixá-las do meu jeito”	P<0,01
IEE	“Jogar contra outros jogadores e tentar vencê-los”	P<0,01
IEE	“Conversar com meus amigos sobre games”	P<0,05
IEE	“Fazer com que as coisas fiquem de um jeito que eu ache bonito e harmonioso”	P<0,05
IEE	“Fazer o que é bom e correto e assim melhorar o mundo do jogo”	P<0,05
IEE	“Admirar mundos cheios de fantasia e coisas impossíveis”	P<0,05

Tabela 10: Itens prediletos pela escola IEE

Quanto aos fatores de diversão, 10 dos 27 itens mostraram médias diferentes entre os grupos. De maneira geral, os alunos do IEE tiveram valores mais altos em seus itens, e em todos os 10 itens os valores do IEE são maiores do que os da Autonomia, conforme pode ser visto na tabela 10.

As diversas diferenças entre as duas escolas fazem com que seja difícil definir os motivos que levam a estas preferências. Mas os dados sugerem que em média os alunos do IEE valorizam mais as amizades associadas aos jogos, gostam mais de ser observados jogando, são mais competitivos nos jogos, gostam mais de conversar sobre games, gostam mais de sentir que estão no comando, além de gostar mais de interagir com deformidades, atos heróicos, beleza e fantasia.

4.2 DIFERENÇAS PELA IDADE

Para comparar as idades, o grande grupo foi dividido em faixas etárias, com a intenção de criar grupos uniformes. Eles foram divididos entre 10-13 anos (205 respondentes), 14-16 anos (271 respondentes) e acima de 16 anos (158 respondentes). A análise pela faixa etária apresenta um complicador, pois é difícil saber quanto as escolhas dos jogadores deve-se pela idade, que determina diferentes interesses, ou pelo contexto dos jogos eletrônicos em cada geração. A disponibilidade do mercado de jogos para o público muda muito rapidamente, e é diferente analisarmos um jogador de 10 anos hoje para um jogador que possuía 10 anos cerca de 5 ou 10 anos atrás. Para uma relação mais precisa entre desenvolvimento de idade e hábitos de jogo seria necessário testes pareados, com testes acompanhando o desenvolvimento dos mesmos respondentes por um período de tempo.

Percebemos que há uma diminuição da frequência de jogo pela idade. O grupo mais jovem apresentou 49% de jogadores que jogam mais de duas vezes por semana, e este número decaiu para 39% no grupo intermediário e 26% no grupo mais velho (respectivamente, $p < 0,05$ e $p < 0,01$). No entanto, conforme a idade aumenta, o número de ex-jogadores (que tinham o hábito, mas já não tem mais) aumenta: os mais novos apresentaram 19%, os intermediários 28% e os mais velhos, 45% (respectivamente, $p < 0,05$ e $p < 0,01$). O número de alunos que jogaram poucas vezes ou que nunca jogaram foram praticamente os mesmos nos três grupos. O que sugere que ao longo da vida escolar os alunos que não têm interesse em jogos eletrônicos se mantêm assim, enquanto uma parcela significativa daqueles que jogam com o tempo perdem o hábito (e provavelmente substituem por outros hábitos). No entanto, os resultados sugerem que dificilmente uma criança jovem que não tem interesse pelo jogo adquira-o mais tarde. A pesquisa de Greenberg (2008) detalha mais e apresenta um resultado diferente, pois em seus resultados jogadores no oitavo ano escolar apresentam seu ápice de horas de jogo, superior a estudantes mais novos (do quinto ano) e mais velhos (do décimo primeiro ano e do ensino superior). Os dados colhidos em Florianópolis, no entanto, sugerem uma diminuição constante do hábito de jogo.

Observando os locais de jogo, percebemos que o grupo intermediário e mais jovem tem um número similar de alunos que

freqüentam LAN House, mas o grupo mais velho freqüenta consideravelmente menos que o grupo intermediário (5% contra 11% dos intermediários, onde $p < 0,05$). Aparentemente o hábito de jogar em *LAN houses* é mais presente na geração que hoje possui menos de 17 anos.

Alguns gêneros são mais jogados conforme a faixa etária aumenta, eles são plataforma (de 42%, para 54% [$p < 0,01$] e de 54% para 67% [$p < 0,01$]), luta (de 28% para 41% [$p < 0,01$], e de 41% para 54% [$p < 0,05$]) e puzzle/quebra-cabeças (de 13% para 28% [$p < 0,01$], e de 28% para 38% [$p < 0,05$]).

Dois jogos são mais jogados apenas no grupo mais velho, jogos de estratégia (21% nos intermediários e 40% nos mais velhos [$p < 0,01$]) e RPG (24% nos intermediários e 34% nos mais velhos [$p < 0,05$]). Os jogos de estratégia e de RPG são jogos longos e que exigem maior envolvimento intelectual, frequentemente exigindo pouca habilidade (alguns inclusive funcionam por turnos, de forma que o jogador pode jogar no ritmo que preferir).

Mesmo que jogadores mais velhos tendam a jogar menos que jogadores mais jovens, a quantidade de respondentes que marcou cada um dos gêneros não foi tão diferente, exceto nas situações acima descritas. Ao que parece, embora jogadores mais jovens joguem mais tempo, jogadores mais velhos jogam jogos mais diversificados, pois com alguma freqüência incluem os jogos de plataforma, luta, puzzle, estratégia e RPG em sua experiência, sem deixar de jogar de forma significativa nenhum gênero.

Sobre os itens preferidos dentre os 27, apenas três itens se mostraram menos populares conforme a idade avança: fazer amizades jogando games, perceber que há alguém admirando o jogador, e sentir o mundo do jogo como se fosse real, conforme pode ser visto nas figuras 9, 10 e 11 (Observar que os dados apresentados são dos 10 até os 18 anos apenas, pois além disso o número de respondentes por faixa etária tornava-se pequeno e irregular). O sentimento de realismo foi encontrado como menos valorizado conforme aumenta a faixa etária também em Greenbegr et al (2008).

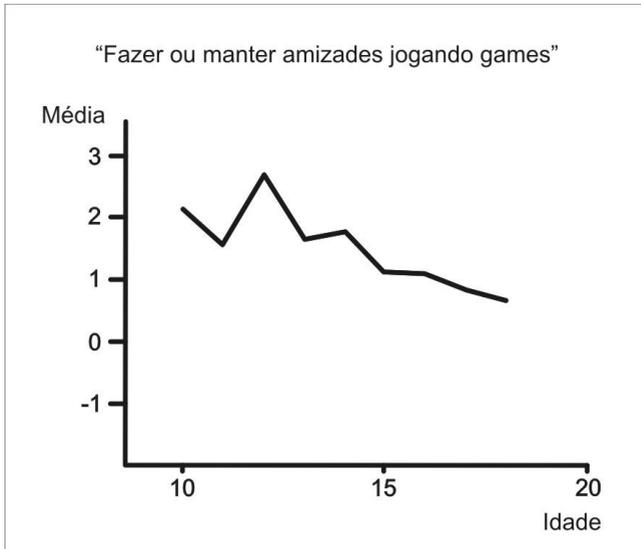


Figura 9: "Fazer ou manter amizades jogando games" conforme a idade

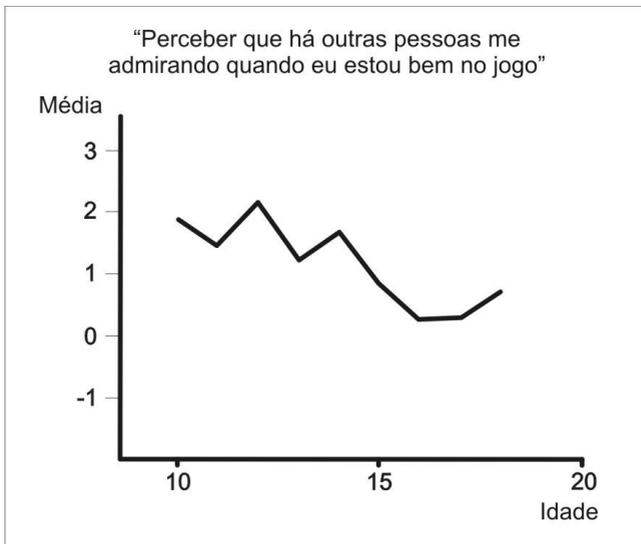


Figura 10: "Perceber que há pessoas me admirando quando estou bem no jogo" conforme a idade

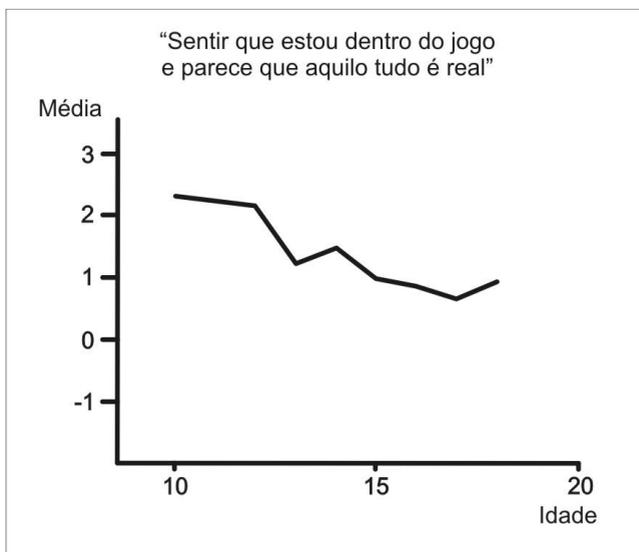


Figura 11: "Sentir que estou dentro do jogo e parece que aquilo tudo é real" conforme a idade

Estes itens aparentemente demonstram que o jogador mais velho dá menos importância ao aspecto da interação com amigos do que os mais novos, assim como menos importância à imersão. Pode-se ainda notar que jogadores mais velhos gostam menos de competição do que intermediários (conferir tabela 11), o que também sugere um jogo mais solitário. Os mais jovens preferem colaborar com outros jogadores e conversar sobre games, o que evidencia estes aspectos na faixa etária mais jovem. Os dados sugerem que o jogo eletrônico constitui um elemento de maior importância no convívio social dos mais jovens, tornando-se menos relevante a prática do jogo eletrônico como interação social conforme a faixa etária aumenta. Os dados sugerem que o jogador que não abandona o hábito do jogo depois de alguns anos com frequência percebe o jogo como uma prática mais solitária. No entanto, a influência das características dos jogos ofertados em cada geração, enfatizando mais ou menos a competição, colaboração ou jogo em grupo, também podem ter interferido nos números desta pesquisa.

Intermediários gostam mais do que velhos		Jovens gostam mais que intermediários	
“Comparar meus resultados com o de outros para ver quem é o melhor ou o mais habilidoso”	p<0,05	“Colaborar com outros jogadores com objetivos comuns”	p<0,01
“Saber que o resultado também depende da sorte e do azar, além de minha habilidade”	p<0,01	“Fazer o que é bom e correto e assim melhorar o mundo do jogo”	p<0,01
“Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir”	p<0,05	“Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquisei”	p<0,05
“Fazer ou manter amizades jogando games”	p<0,01	“Fazer ou manter amizades jogando games”	p<0,01
“Perceber que há outras pessoas me admirando quando eu estou bem no jogo”	p<0,01	“Conversar com meus amigos sobre games”	p<0,01
“Conseguir completar os objetivos com sucesso”	p<0,05	“Perceber que há outras pessoas me admirando quando eu estou bem no jogo”	p<0,01
“Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza”	p<0,01	“Jogar em mundos onde posso fazer o impossível, coisas que não consigo fazer no mundo real”	p<0,01
“Sentir que estou dentro do jogo e parece que aquilo tudo é real”	p<0,05	“Sentir que estou dentro do jogo e parece que aquilo tudo é real”	p<0,01
		“Fazer com que as coisas fiquem bizarras e que pareçam fora de ordem”	p<0,05

Tabela 11: Diferença entre idades

4.3 DIFERENÇAS PELO GÊNERO

A amostra possui 252 (40%) membros do sexo masculino e 378 (60%) do sexo feminino. Proporcionalmente, há mais jogadores que jogam mais de duas vezes por semana (61%) do que jogadoras (24%) [$p < 0,01$]. O número de jogadores que teve o hábito, mas que não joga mais, no entanto, é superior entre as jogadoras do sexo feminino (34%, e 21% nos jogadores do sexo masculino) [$p < 0,01$], assim como a quantidade de jogadoras que jogou apenas poucas vezes (24%) em comparação aos jogadores (3%) [$p < 0,01$]. Greenberg et al (2008) detalham mais o número de horas de jogo em sua pesquisa, e encontraram que jogadores do sexo masculino jogam aproximadamente o dobro de horas do que jogadoras do sexo feminino, em todas as faixas etárias (de 5º série ao ensino superior). Apesar de apresentar menos detalhes, nossa pesquisa também aponta o público masculino como um público que joga mais, e o feminino, que mais frequentemente perde o interesse e deixa de jogar.

Quanto ao local em que jogam os jogadores do sexo masculino parecem jogar mais em casa (95% contra 86% [$p < 0,01$]) e nas LAN Houses (17% contra 6% [$p < 0,01$]), enquanto as jogadoras jogam mais no celular (28% contra 19% [$p < 0,05$]). Este resultado é coerente com o que descreve Moita (2006), que descreveu as LAN Houses como predominantemente masculinas. A maior frequência de jogos pelo celular pelas jogadoras do que pelos jogadores, no entanto, é um dado inesperado.

Os gêneros prediletos mostraram um resultado curioso. Todos os gêneros apresentaram diferença muito significativa na frequência com que foram assinalados, com o valor de $p < 0,01$ em quase todos os casos, com exceção de aventura [$p < 0,05$]. Isto significa que nenhum dos gêneros de jogo são jogados por uma quantidade similar de jogadores e jogadoras, pois todos os gêneros de jogo são claramente mais populares em algum gênero sexual. Na tabela 12 e 13 podem ser verificados os gêneros mais populares para cada gênero sexual. Alguns dos jogos que são mais jogados por jogadoras do sexo feminino são mais comuns de serem encontrados em celular (puzzle e passatempo), onde elas disseram jogar com mais frequência.

Gênero	Popularidade com jogadoras	Popularidade com jogadores
Plataforma	61%	44%
Simulação	54%	30%
Passatempo	52%	25%
Puzzle	35%	11%

Tabela 12: Jogos preferidos por jogadoras do gênero feminino

Se compararmos os gêneros utilizados com a categorização utilizada por Greenberg et al (2008), teremos jogos de imaginação (aventura, RPG, Online, estratégia, simulação), tradicional (puzzle, passatempo) e físico (plataforma, tiro, luta, corrida, esportes). De maneira geral, as duas pesquisas indicam uma valorização maior por jogos físicos e de imaginação por jogadores do sexo masculino, e jogos tradicionais pelas jogadoras do sexo feminino. Porém, nossa divisão por gêneros mostra que há algumas especificidades, como a preferência por jogos de plataforma e de simulação por jogadoras do sexo feminino, mesmo que eles fossem normalmente considerados como jogos de “imaginação”, enquanto Greenberg et al (2008) encontraram que jogadores do sexo masculino gostam mais do gênero “imaginação” em todas as faixas etárias, com exceção da quinta série (os mais novos).

Embora os gêneros de jogo apresentem uma idéia muito vaga das preferências de jogadores e jogadoras, as diferenças entre as médias nos itens dos fatores de diversão mostram com mais clareza. Diferente do resultado encontrado em Greenberg et al (2008), em que todos os seus nove itens de gratificação tiveram valores significativamente mais altos entre jogadores do sexo masculino do que no sexo feminino, 4 dos 27 itens tiveram médias significativamente mais altas nas jogadoras do sexo feminino, e 7 itens tiveram uma diferença que não foi considerada significativa, o que nos mostra uma motivação feminina para o jogo oculta nos resultados de Greenberg e colegas, mesmo que os jogadores do sexo masculino ainda se mostrem mais entusiastas, tendo médias mais elevadas em 16 itens. Em nossa pesquisa, jogadoras do sexo feminino, em média, valorizam mais a beleza do jogo, gostam de fazer o que é bom e correto, e gostam de jogar para passar o tempo e distrair-se.

Gênero	Popularidade com jogadoras	Popularidade com jogadores
Tiro	21%	72%
Esportes	23%	64%
Corrida	38%	60%
Luta	32%	52%
RPG	15%	42%
Estratégia	16%	38%
Online	21%	38%
Aventura	26%	35%

Tabela 13: Jogos preferidos por jogadores do gênero masculino

Embora seja fácil perceber as preferências das jogadoras, no caso dos jogadores é mais complexo, já que no caso de 16 itens a diferença entre eles e as jogadoras foi significativa. Podemos dividir em três grupos: os itens sociais, os de dinâmica, e os de apreciação.

Nos itens sociais destacados, podemos ver que os jogadores, mais do que as jogadoras, gostam de comparar seu resultado e de competir com os colegas. No entanto, também gostam de colaborar, e de serem admirados enquanto jogam. Além de jogarem em grupo, o jogo parece extrapolar mais o jogo, tornando-se assunto para quando não estão jogando. Estes itens, contrastados com os que são prediletos por jogadoras do sexo feminino (como distração), sugerem que a relevância da interação social na prática dos jogos eletrônicos tende a ser maior entre jogadores do sexo masculino, e uma prática mais individual mais comum em jogadoras do sexo feminino (pelo celular, inclusive).

Itens mais populares entre as jogadoras do gênero feminino	
“Jogar para me distrair e passar o tempo”	p<0,01
“Ver imagens, cenários e personagens bonitos e agradáveis ao olhar”	p<0,01
“Fazer o que é bom e correto e assim melhorar o mundo do jogo”	p<0,05
“Fazer com que as coisas fiquem de um jeito que eu ache bonito e harmonioso”	p<0,01

Tabela 14: Itens mais populares entre as jogadoras do gênero feminino

Nos itens relacionados à dinâmica, os jogadores parecem gostar mais de lutar pelos seus objetivos, de serem bem-sucedidos e então recompensados. Gostam mais de exercer seu controle sobre o jogo, mas também gostam mais de serem surpreendidos.

Itens mais populares entre os jogadores do gênero masculino	
“Comparar meus resultados com o de outros para ver quem é o melhor ou o mais habilidoso”	p<0,01
“Colaborar com outros jogadores com objetivos comuns”	p<0,01
“Fazer ou manter amizades jogando games”	p<0,05
“Jogar contra outros jogadores e tentar vencê-los”	p<0,01
“Perceber que há outras pessoas me admirando quando eu estou bem no jogo”	p<0,01
“Conversar com meus amigos sobre games”	p<0,01
“Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquisei”	p<0,01
“Conseguir completar os objetivos com sucesso”	p<0,05
“Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido”	p<0,01
“Sentir que eu consigo controlar o que está acontecendo, sabendo o que pode acontecer e como reagir”	p<0,01
“Perceber que alguma coisa que eu não previa acontece e me surpreende”	p<0,01
“Jogar em mundos onde posso fazer o impossível, coisas que não consigo fazer no mundo real”	p<0,01
“Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir”	p<0,01
“Ver no jogo lugares e personagens tão convincentes que pareçam existir de verdade”	p<0,01
“Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita”	p<0,01
“Observar a destruição, a morte e a violência dentro do jogo”	p<0,01

Tabela 15: Itens mais populares entre os jogadores do gênero masculino

Nos itens de apreciação, os jogadores do gênero masculino demonstram que gostam de vivenciar no jogo o que para eles é impossível ou proibido na vida real. Não se importam tanto com a

beleza, mas se importam que o jogo pareça real. E admiram a destruição, a morte, e as deformidades mais que as jogadoras.

Um dos fatores que pode explicar a grande quantidade de itens que são mais apreciados por jogadores do sexo masculino e a maior quantidade de jogadores ativos com mais horas de jogo pode ser o que sugere Greenberg et al (2008), que acreditam que jogos eletrônicos, em especial as primeiras gerações, foram desenvolvidos por homens para homens. Gradualmente as jogadoras do sexo feminino vão sendo consideradas um público relevante e os jogos começam a incluí-las, e naturalmente o jogo aos poucos deixa de ser uma atividade predominantemente masculina.

4.4 DIFERENÇAS PELA EXPERIÊNCIA DE JOGO

A experiência de jogo teve dois momentos de análise. O primeiro consistiu em uma comparação entre dois grupos: aqueles que jogam mais de duas vezes por semana com aqueles que jogam até duas vezes por semana, para avaliar a diferença entre jogadores que jogam com maior frequência daqueles que jogam com menos frequência. O segundo momento de análise é a comparação entre aqueles que jogam (a soma dos que jogam mais de duas vezes por semana com os que jogam até duas vezes por semana) com aqueles que não jogam mais (a soma daqueles que já tiveram o hábito de jogo e não tem mais, e aqueles que jogaram poucas vezes na vida). O objetivo da segunda análise é perceber as diferenças entre os jogadores que continuam jogando daqueles que por qualquer motivo não jogam mais, mesmo que tenham experimentado.

O número de jogadores que jogam mais de duas vezes por semana é de 245, e o que joga até duas vezes por semana é de 98. Para esta análise, os grupos serão chamados de jogadores *hardcore* (jogadores que jogam mais de duas vezes por semana) e jogadores

casuais (jogadores que jogam até duas vezes por semana)¹². A comparação entre os grupos mostra que o grupo de jogadores *hardcore* é composto predominantemente por jogadores do sexo masculino (63% masculino, 37% feminino), enquanto os jogadores casuais têm esta proporção invertida (64% feminino, 36% masculino), e que esta diferença não é devido ao acaso [$p < 0,01$].

Sobre o local de jogo, jogadores que jogam com maior frequência jogam mais em casa (96% contra 89% [$p < 0,05$]), o que faz sentido, mas não se sabe se jogadores que se interessam mais por jogos tendem a comprá-los, ou o oposto, jogadores que possuem o jogo em casa tem maior chance de jogar com frequência (provavelmente as duas linhas de pensamento ocorrem, em graus diferentes). As diferenças entre os outros locais de jogo não rejeitam a hipótese nula.

Entre os gêneros mais jogados, jogadores de maior frequência jogam mais jogos de tiro (57% contra 40% [$p < 0,01$]), esportes (52% contra 39% [$p < 0,05$]), estratégia (32% contra 22% [$p < 0,05$]), luta (47% contra 32% [$p < 0,01$]), RPG (38% contra 21% [$p < 0,01$]), online (40% contra 23% [$p < 0,01$]). É curioso que enquanto alguns destes gêneros são tradicionalmente associados ao jogador *hardcore*, como RPG, estratégia, tiro e jogos online, jogos que frequentemente são associados a jogadores casuais, como luta e esportes, também são mais jogados por jogadores que jogam com maior frequência. Talvez estes gêneros de jogos sejam alguns dos que mesmo que normalmente apresentem possibilidades de jogo para jogadores casuais, também despertam grande interesse em jogadores *hardcore*. A ausência de qualquer gênero de jogo que rejeite a hipótese nula ao ser mais jogado por jogadores casuais do que jogadores *hardcore* sugere que nenhum gênero de jogo é jogado predominantemente por jogadores casuais, pois os jogadores *hardcore* parecem jogar até mesmo os gêneros que tradicionalmente seriam considerados casuais. Isto é, jogadores casuais parecem jogar menos vários gêneros considerados *hardcore*; no entanto, jogadores *hardcore* jogam tanto os gêneros considerados *hardcore* quanto os

¹² O que diferencia um jogador *hardcore* de um casual não é apenas o número de horas de jogo, como já comentado em nota anterior. Estes nomes estão sendo usados nesta situação apenas como apelidos para os dois grupos.

gêneros considerados casuais (como jogos de passatempo e quebra cabeças, que não rejeitaram a hipótese nula sobre diferença entre as amostras).

Itens que jogadores <i>hardcore</i> gostam mais do que jogadores casuais	
“Comparar meus resultados com o de outros para ver quem é o melhor ou o mais habilidoso”	p<0,01
“Conversar com meus amigos sobre games”	p<0,01
“Jogar contra outros jogadores e tentar vencê-los”	p<0,05
“Perceber que há outras pessoas me admirando quando eu estou bem no jogo”	p<0,01
“Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido”	p<0,05
“Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquistei”	p<0,05
“Sentir que eu consigo controlar o que está acontecendo, sabendo o que pode acontecer e como reagir”	p<0,05
“Saber que o resultado também depende da sorte e do azar, além de minha habilidade”	p<0,05
“Admirar mundos cheios de fantasia e coisas impossíveis”	p<0,05
“Ver no jogo lugares e personagens tão convincentes que pareçam existir de verdade”	p<0,05
“Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza”	p<0,01
“Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir”	p<0,05
“Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita”	p<0,05
“Observar a destruição, a morte e a violência dentro do jogo”	p<0,01

Tabela 16: Itens que jogadores *hardcore* gostam mais do que jogadores casuais

Entre os itens prediletos por cada grupo percebemos o mesmo fenômeno: há muitos itens que jogadores *hardcore* gostam mais do que jogadores casuais, mas não há itens que rejeitem a hipótese nula em que jogadores casuais gostam mais do que jogadores *hardcore*, sugerindo que jogadores *hardcore* costumam apreciar os mesmos elementos que os

jogadores casuais, e outros ainda mais; não havendo, portanto, dois grupos com preferências diversas, mas um grupo que gosta de tudo o que o outro gosta e um pouco mais. Um grupo que “engloba” as preferências de outro. Entretanto, no caso dos itens, por tratar-se de uma média, e não de uma frequência, talvez os resultados sejam mais altos porque os jogadores *hardcore* são mais entusiastas que os jogadores casuais, e marcam opções mais altas (como “É um dos que mais gosto” para muitas opções, deixando as médias muito altas).

Pela tabela 16 percebemos que o aspecto social que os jogadores apreciam mais está mais associado a competição, comparação, demonstração de habilidade do que com colaboração, se comparados com os jogadores casuais. Além disso, os dois grupos gostam de fazer amigos jogando jogos, mas os jogadores *hardcore* gostam mais de conversar sobre jogos também, o que demonstra que o jogo faz mais parte de seu cotidiano do que dos jogadores casuais. Jogadores *hardcore* também gostam de desafios, de serem recompensados, de exercerem seu controle e de considerar elementos aleatórios, mas não demonstraram maior interesse em surpresa, nem em tomar escolhas para deixar as coisas como ele prefere. Quanto às preferências de apreciação, jogadores *hardcore* apreciam mais a violência e o que é horrível no jogo do que jogadores casuais, mas também gostam mais de temas épicos, como a defesa do bem.

5. CONTRIBUIÇÃO: LEVEL UP! A RECOMPENSA!

Podemos considerar que a arte da jogabilidade é uma arte da ação onde a habilidade de jogar requer perícias e competências técnicas por parte do jogador que completa a obra emergente. A arte da jogabilidade transporta-nos para territórios e mundos artísticos onde a interação entre múltiplos agentes nos envolve em ficções “líquidas”, regidas pelas leis digitais do hardware e da computação gráfica em tempo real. (Gouveia, 2009, p.59)

Jogos eletrônicos possuem vários tipos de recompensa. Em um jogo de mistério, a recompensa pode ser uma nova pista. Em um jogo de tiro, uma nova arma, mais poderosa. Em um jogo de aventura, um vídeo mostrando o desenrolar da história. E no final do jogo, a grande recompensa: a salvação da Terra Média, o resgate da Princesa, a vitória na Liga Pokemon. Como descreve Johnson (2005), muitas vezes a recompensa é algo prazeroso após um período de trabalho ou de sofrimento. No caso deste trabalho, após passar por todas estas páginas, finalmente o trabalho chega a um capítulo que se propõe a organizar as duas contribuições para a área acadêmica dos games: aprofundando a lista de fatores de diversão que serviu de base para a pesquisa e descrevendo os perfis de usuário encontrados.

5.1 LISTA DE FATORES DE DIVERSÃO

O modelo apresenta dois eixos que dividem os 12 fatores da experiência. O modelo explicita categorias de elementos que provocam a diversão nos jogos eletrônicos; no entanto, assim como no modelo de Calleja (2007a), é importante ter em mente que o modelo é fluído, e não uma constante. A cada momento da experiência do jogar alguma ou algumas das fatias do modelo conceitual são predominantes, e outras nem existem, e todas estariam em constante mutação durante o jogar. Mesmo que se pudesse congelar o tempo, não é como se pudesse explicitar quais fatores estão envolvidos: a experiência real é específica

do momento e não pode ser completamente expressada por palavras ou dividida em categorias. O modelo serve-nos como uma ferramenta de compreensão e uma visão sobre a experiência real, esta inacessível ao observador. E assim como defendido em Albuquerque e Fialho (2010), um modelo de experiência, como neste caso, de diversão, não pretende revelar a realidade ou a verdade, mas expor uma maneira de conceber uma realidade complexa, que tem seu valor ao se complementar com outras perspectivas, sem a pretensão da verdade.

A lista apresenta dois eixos que dividem os fatores em duas categorias dicotômicas. Tais oposições, como interativo-apreciativo e morte-vida não aparecem de forma isolada, mas como paradoxos existentes. Um destes paradoxos já foi diversas vezes mencionado na literatura sobre game design, que é o paradoxo do controle (Salen e Zimmerman, 2004): onde o controle e o não-controle coexistem. De forma similar, o verdadeiro e o falso se complementam na fantasia verossímil, o belo e o feio tornam-se explícitos pelo seu contraste, e por hora, podem confundir-se, cooperação e colaboração podem compor um sentimento único de cooperação limitada ou cooperação competitiva, e uma infinidade de outras sutilezas. Isto é: as oposições não pretendem se impor na experiência em si, e apenas conceitualmente podem ser divididas desta forma.



Figura 12: 12 Parâmetros de diversão nos jogos eletrônicos

Uma das oposições contrapõe a dinâmica do jogar com elementos do conteúdo. Realização, superação, colaboração, competição, controle e não-controle são todos aspectos próprios do funcionamento do jogo, que funciona somente enquanto o jogador está agindo, enquanto no outro lado estão o falso, o bem, o belo, o feio, o mal e o verdadeiro, qualidades que podem ser apreciadas nas diversas

formas de arte segundo uma estética clássica, onde uma barreira transparente entre observador e objeto não impediriam que os sentidos fossem estimulados para se causar as sensações descritas: onde a interação acontece restritamente no nível cognitivo. Este aspecto de apreciação envolve o que Malone e Lepper (1987, p.240, tradução nossa) chamam de fantasia, ou aquilo que “evoca imagens mentais de situações físicas ou sociais que não estão realmente presentes”. Um mesmo jogo onde o jogador deve saltar pequenos obstáculos poderia acontecer na selva, saltando sobre crocodilos, no deserto, fugindo de cactos, ou mostrar apenas círculos e quadrados na tela. O funcionamento do jogo seria o mesmo; apenas sua roupagem, a fantasia, é que seria diferente. Poderíamos chamar estas qualidades apreciativas de *conteúdo*, o que aparece no jogo (um crocodilo, ou um cacto), e as qualidades interativas de *forma*, como as coisas aparecem no jogo (neste caso o jogador deve apertar um botão para o personagem subir e descer). Gouveia (2009) nomeia de outra forma a mesma divisão. Chama ela imersão, ou interpretação passiva, diferente da configuração, em um sentido mais ativo e manipulativo do mundo virtual. Esta oposição não existe na realidade, o feio que se admira no jogo não é imóvel, mas interage em sistemas dinâmicos com o jogador, o belo pode ser uma recompensa, e portanto, o sentimento mesclaria fatores dos dois lados (sensação de belo e sensação de recompensa, um da categoria “apreciativa” e outro da “interativa”).

A segunda oposição trata de morte e vida, referenciando às pulsões de morte e vida Freudianas, sem associar o modelo conceitual com a psicanálise além da simples concepção da contraposição, em caráter de inspiração e não de embasamento. De forma simplista, as pulsões de vida estão relacionadas com a reprodução e preservação da vida, enquanto as pulsões de morte se relacionam com a busca pela morte, ou o retorno ao inanimado (Almeida, 2007). Na presente lista, o hemisfério da vida trata das motivações construtivas que se relacionariam com a manutenção da vida, a busca pelo bem, pelo belo e pelo verdadeiro, da sensação de recompensa, realização e colaboração; enquanto o hemisfério da morte trabalha com conceitos destrutivos: o mal, o feio e o falso, e os impulsos de competição, a busca por controle e o prazer da falta de controle. O hemisfério da morte mostra todos os impulsos que os jogadores buscam nos jogos que pais e educadores não entendem que as crianças adoram: a morte, a violência, a dificuldade voluntária, a busca por dominação.

A organização dos itens evidencia suas múltiplas oposições tanto no hemisfério interativo quanto no apreciativo. O controle e o não-controle, ou aleatoriedade e previsibilidade, competição e colaboração, comparação e admiração, trabalho e recompensa, bem e mal, falso e verdadeiro, feio e bonito. A experiência de diversão parece estar repleta de elementos opostos, o que Sócrates chamaria de prazer misto. Para ele, um destes itens seria o prazer, e o outro, desprazer, e é o seu contraste que os deixa intensos:

Cólera que anseia a doce vingança, temor que se regozija com a futura glória, desejo que anseia por satisfação, tristeza que frui a melancolia e o passar do tempo, amor que sofre pelo que mais quer, ciúme que teme a perda do que já é seu, inveja que se irrita com a proximidade do que falta e goza da desgraça alheia, saudade que se deleita na lembrança da ausência. Quanta mistura de sentimentos! Até chegar ao deleite mais ambíguo provocado pelo espetáculo extasiante dos horrores trágicos, ou pela encenação cômica das pequenas fraquezas e dos vícios ridículos (Santoro, 2007, p. 155)

Os prazeres impuros de Sócrates são uma forma de conceber alguns dos prazeres dos jogos, o trabalho para com a dificuldade, o incontrolável para com o controle, o feio para com o belo: por sua função de opor-se aos seus opostos e a valorizá-los, estejam eles no jogo ou fora dele.

Abaixo serão descritos cada um dos fatores do modelo, explicando como eles se posicionam e trazendo observações obtidas com o resultado dos questionários. Os gráficos presentes em cada um dos 27 itens, como o da Figura 13, mostra a quantidade, em porcentagem, de respondentes que marcaram cada um dos valores no respectivo item, variando de (-1) a (3). Se observarmos a Figura 13 como exemplo, podemos perceber que a porcentagem de respondentes que marcou (-1) naquele item é muito pequena, quase insignificante, enquanto o maior grupo foi o que marcou (3) neste item.

5.1.1 Realização e recompensa

Um dos elementos que mais diferencia os jogos eletrônicos de outras mídias é a ação, ou comportamento ativo. Isto significa que o jogador consegue fazer coisas no mundo virtual. Essa atividade apresenta duas características importantes para que elas possibilitem o envolvimento.

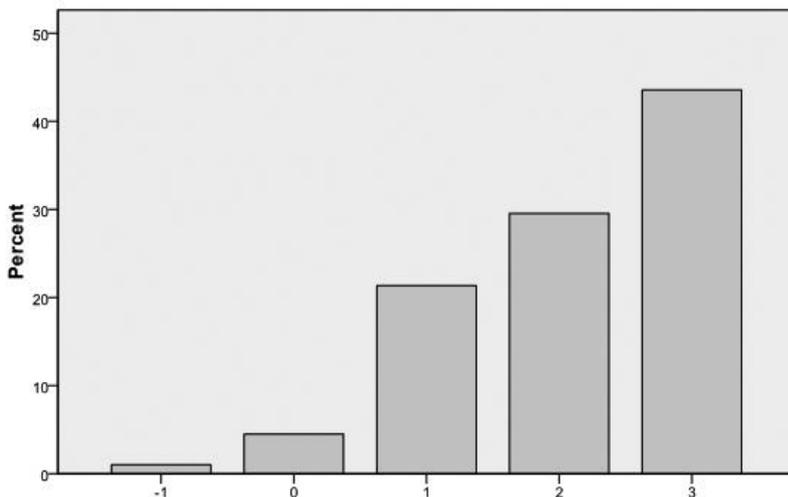


Figura 13: “Conseguir completar os objetivos com sucesso”

Uma delas é a sensação de realização. Johnson (2005) destaca esta característica dos videogames comparando-os à vida real. Na vida real as coisas são difíceis de conseguir, há mais fracasso, esforço gasto em vão, frustração; enquanto o jogo é projetado para que se consiga fazer com sucesso o que se quer. Através da simulação o jogador tem a sensação real de competência, de realização, se sentindo satisfeito e feliz, segundo Hoffman e Nadelson (2010). Tais autores ouviram depoimentos de jogadores que sugerem que a realização dos objetivos estão intimamente relacionados com o sentimento de vício, que “pede” ao jogador que continue “apenas mais um pouquinho”. Esta idéia encontra eco no que descreve Schuytema (2008, p. 198) sobre o comportamento viciante:

(...) normalmente é criado quando um jogador vê o progresso em direção a um objetivo irresistível, mas não o alcança. O progresso é essencial, porque um jogador que está “empurrando a água” e não está se movendo em direção ao objetivo não verá benefícios em uma abordagem “só mais uma vez”. Se ele vê o progresso, mas não a realização completa, o impulso para levá-lo de volta ao game existirá.

O alto valor que o item “conseguir completar os objetivos com sucesso”, que pode ser observado no gráfico 13, e que foi em média o item predileto em diversos agrupamentos, é coerente com a conclusão de Hoffman e Nadelson (2010), em que jogadores de jogos eletrônicos são extremamente guiados por objetivos e tarefas a serem completadas, e que os jogadores podem ser adaptativos e perseverantes para alcançar seus objetivos.

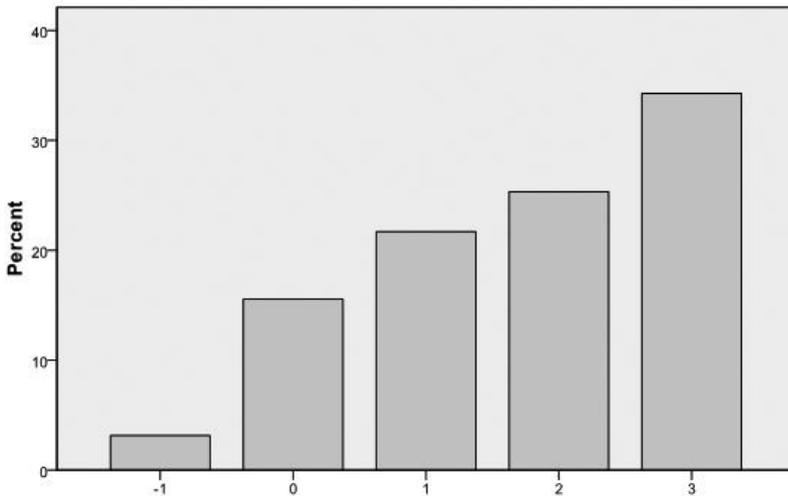


Figura 14: “Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquistei”

A outra é a recompensa, que reforça o sentimento de realização. É mais gratificante quando uma conquista tem consequência significativa na forma de uma recompensa, que facilite o jogo ou que traga qualquer tipo de benefício. Uma recompensa em um jogo pode ser

uma espada mágica ou um tapete voador, mas também pode ser uma recompensa narrativa. Salvar a princesa, descobrir quem matou a vítima, são formas de recompensas que não trazem benefício durante o jogar, mas que provocam a sensação de gratificação ou de prêmio.

5.1.2 Superação e aprendizado

Koster (2005) defende que a diversão nos jogos eletrônicos está associada ao aprendizado e superação. Nesta concepção, a prática dos jogos eletrônicos está sempre associada com algum tipo de crescimento, seja o de novos conhecimentos quanto o de habilidades. O momento em que não se aprende mais, é o momento em que começa o tédio: a hora de mudar o jogo para um novo.

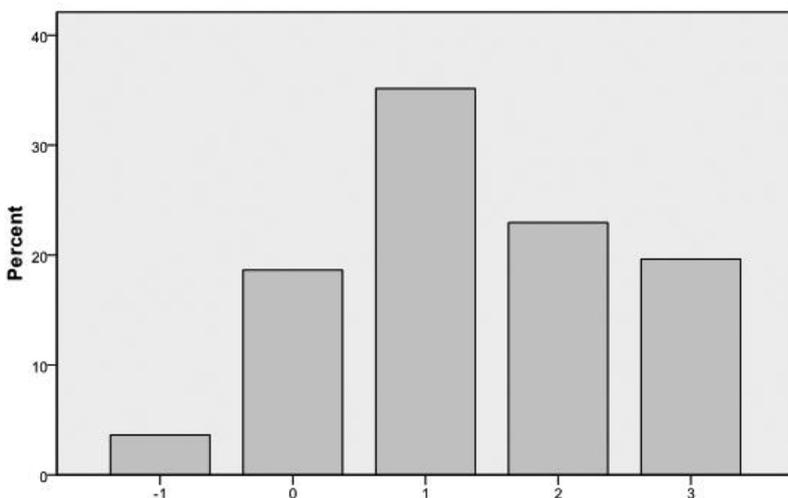


Figura 15: “Aprender algo novo enquanto jogo, mesmo que não seja um conhecimento útil, gosto de aprender”

Esta visão de jogo como algo útil encontra eco em Gee (2007), que considera que a ação de jogar um jogo inclui um aprendizado das regras do jogo e de um novo contexto. É a associação entre jogar o jogo e conhecer um novo contexto que faz com que López e Cáceres (2010) e

Gramigna e González-Faraco (2009) acreditem no potencial educativo dos jogos.

Como pode ser visto na figura 15, este item recebeu uma boa pontuação, com muitos jogadores que gostam de aprender, mas um número não tão significativo de jogadores que adoram aprender. Apesar de ter uma pontuação alta, não é um item que provoque especial excitação nos jogadores.

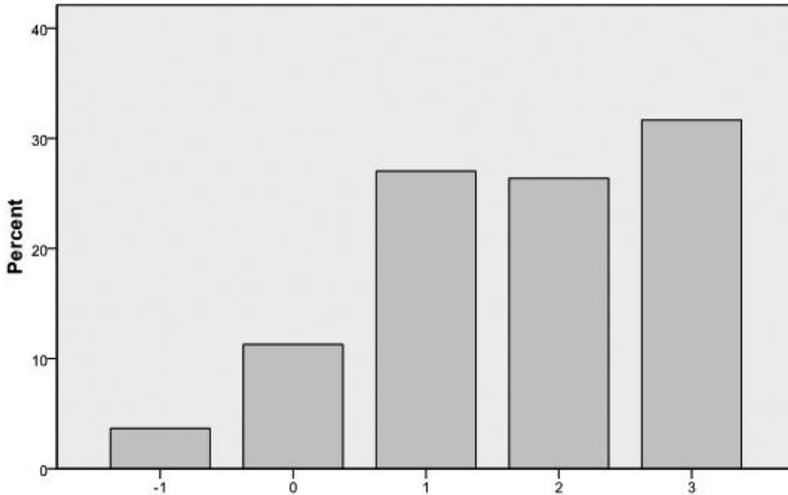


Figura 16: “Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido”

Mas não são apenas novos conhecimentos que podem motivar o jogador, mas também o desenvolvimento de habilidades, que façam com que ele possa superar seus limites continuamente. Como descreve Crawford (2003), a possibilidade de atingir a maestria em uma habilidade praticada intensamente atrai muitos jogadores. Hoffman e Nadelson (2010) concluíram que o aprendizado e o sentimento de progressão estão relacionados a um sentimento de eficácia, satisfação e conquista.

A sensação de superação exige uma dificuldade a ser superada. Esta dificuldade é o desafio que o jogo propõe, que deve ser equilibrada com a habilidade do jogador, para não tornar-se entediante (fácil demais) ou desesperadora (difícil demais) (Csikszentmihalyi, 1990).

Hoffman e Nadelson (2010) citam que muitos jogadores acreditam que eles devem fracassar uma ou duas vezes antes de obter sucesso para que o jogo seja desafiador e motivante.

Este foi o terceiro item com maior pontuação, com muitos jogadores considerando-o como um dos aspectos prediletos do jogo eletrônico, conforme a figura 16.

5.1.3 Colaboração e reconhecimento

As relações entre jogadores certamente exerce motivo importante na diversão dos jogos e possivelmente é um dos motivos para a disseminação dos jogos eletrônicos. Existem diversas formas de jogadores interagirem dentro e fora do jogo. Seja em um jogo massivo (onde muitos jogadores jogam juntos pela internet), em um jogo que possibilita jogo multi jogador (*multiplayer*) com dois controles (quando dois jogadores estão jogando no mesmo jogo e estão no mesmo ambiente físico), a sensação de estar agindo em conjunto com outro jogador pode ser recompensadora.

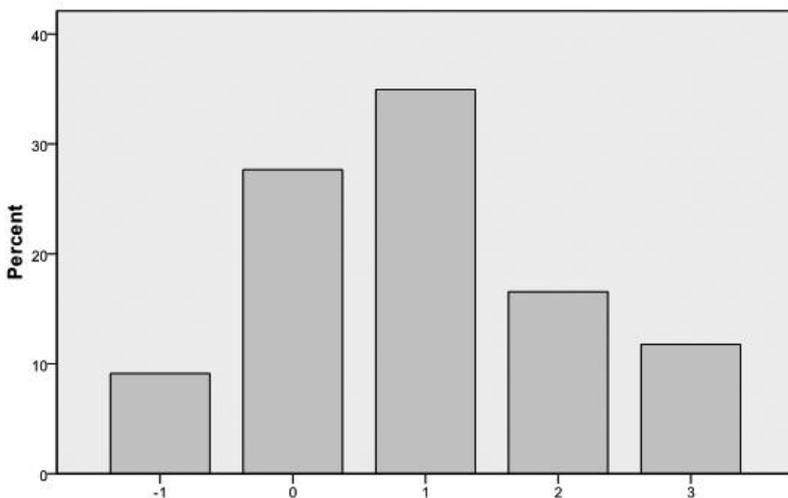


Figura 17: “Colaborar com outros jogadores com objetivos comuns”

Após algum tempo em que pais e educadores se convenceram de que jogos eletrônicos estimulam o comportamento egoísta, agressivo e competitivo, a possibilidade de jogos pela internet e o aumento da multiplicidade dos jogos já mostra que jogos podem ser muito cativantes investindo no trabalho em equipe e ajuda mútua. Apesar desta ser uma tendência e ainda estar ocorrendo essa disseminação de jogos colaborativos, este item não teve uma média muito alta. Como podemos observar na figura 17, muitos jogadores se mostram indiferentes a isto, não considerando divertido, e muitos outros gostam, mas poucos assinalaram as pontuações mais altas. Os jogadores não valorizam tanto a colaboração nos jogos porque estes não estimulam a colaboração, ou os jogos não estimulam tanto a colaboração porque os jogadores não valorizam tanto este aspecto? Este trabalho não responde a esta pergunta, mas provavelmente será interessante ver resultados similares nos próximos anos relativos à cooperação.

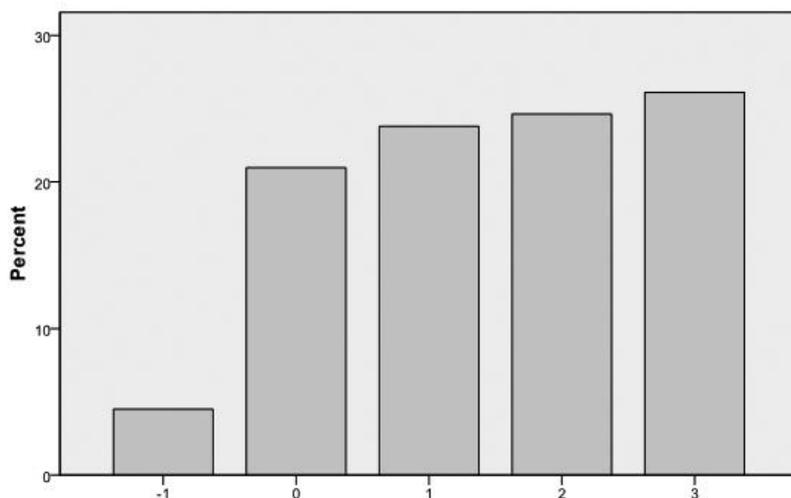


Figura 18: “Perceber que há outras pessoas me admirando quando eu estou bem no jogo”

A ação de ajudar e colaborar não são os únicos motivos para a apreciação do jogar colaborativo. O jogar junto estimula uma sensação de pertencimento a um grupo, que reconhece cada indivíduo pela contribuição dada. Desta forma, alguns jogos possibilitem que o jogador

mostre seu valor dentro de um grupo, suprimindo uma necessidade de aprovação, de exibição ou de reconhecimento (Malone e Lepper, 1987). Como Hoffman e Nadelson (2010) encontraram, muitos jovens consideram o jogo um bom contexto para mostrar suas habilidades para os colegas, demonstrar superioridade e talento. No entanto, tais autores encontraram três motivações sociais para os jogos: interação social, competição, e a possibilidade de ficar sozinho, o que mostra que a socialização proporcionada pelos jogos não pode ser generalizada.

Mesmo assim, este item teve a nona média mais alta, e podemos ver pela figura 18 a grande quantidade de entusiastas por serem admirados no jogo. Aparentemente, no geral, os estudantes consideram mais divertido que um colega os observe jogar do que os dois joguem juntos colaborativamente. No entanto, como veremos a seguir, a média do item de competição teve uma média ainda mais alta.

5.1.4 Competição e comparação

Entre as relações entre jogadores, a mais tradicional dos jogos eletrônicos é a competição. Colocar a habilidade à prova contra outro jogador e poder demonstrar sua superioridade é o princípio básico de muitos jogos. Crawford (2003) nos apresenta uma taxonomia interessante, onde o que diferencia um desafio (ou enigma, charada, resolução de problemas) de uma competição é justamente a comparação com outro agente, seja ele um agente humano ou agente artificial. No caso da vitória ser buscada com cada competidor atingindo seu melhor resultado de forma independente, a atividade é uma competição. No entanto, se houver a possibilidade de um agente prejudicar ou atacar o outro de alguma forma, trata-se então do que Crawford chama de jogo: onde há um conflito e uma possibilidade de ataque e intervenção no processo do competidor. Tal autor coloca, portanto, o conflito e a competição como centrais no processo de jogo.

Salen e Zimmerman (2004) trazem uma visão interessante da competição. Enquanto muitos criticam os jogos por serem atividades competitivas, existe um paradoxo entre competição e cooperação, pois todo jogo, para tais autores, mescla os dois aspectos, na perspectiva em que dois jogadores só podem competir se aceitarem as regras do jogo, que são simulados, e não uma competição real. Como uma luta entre

dois atores, a artificialidade do conflito é criado mutuamente pelos jogadores, que concordam em competir.

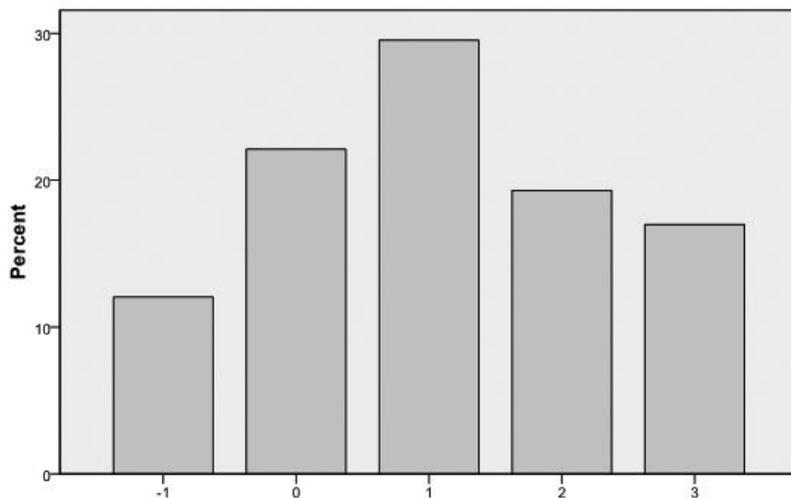


Figura 19: “Comparar meus resultados com o de outros para ver quem é o melhor ou o mais habilidoso”

A comparação pode ser feita em praticamente qualquer jogo, e neste item, como pode ser visto na figura 19, podemos ver um indício da vontade dos jogadores de jogar sozinho, sem competição ou comparação, pelo alto índice de jogadores que marcaram que não gostam deste item. Mesmo nos outros valores, percebemos que há uma grande concentração de jogadores que gostam, mas poucos que adoram: o que realmente motiva os jogadores que gostam de jogar em grupo são outros fatores, que receberam pontuações mais altas: a colaboração e a competição dentro do mundo do jogo, e não a comparação, que acontece fora do jogo.

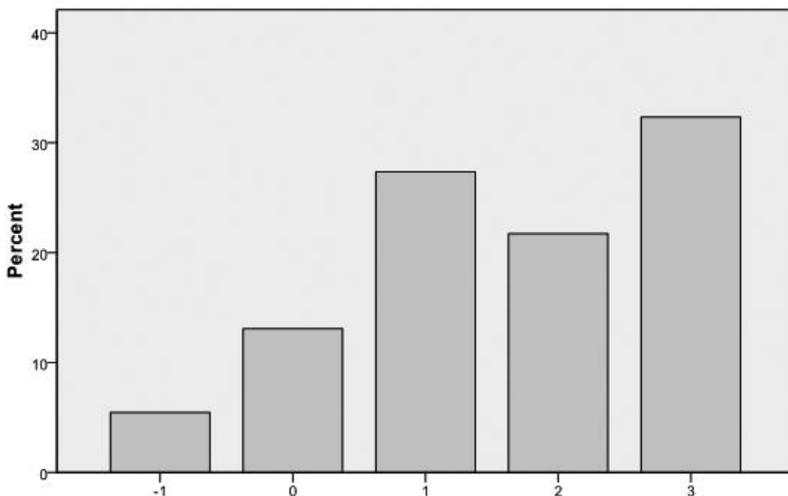


Figura 20: “Jogar contra outros jogadores e tentar vencê-los”

A competição explícita, dentro do jogo, que só é possível em jogos multi jogador, foi o item social que recebeu a maior média, com o sexto item com maior valor. A irregularidade da figura 20 demonstra uma diferença acentuada de opinião entre os jogadores, já que muitos gostam, mas o maior número deles tem na competição um dos fatores mais importantes. Greenberg e colegas (2008) obtiveram resultados que valorizam ainda mais a competição, considerando-a como o motivo primário para o jogar.

O que em nossa lista foi chamado de competição e comparação, Malone e Lepper (1987) chamam de competição exógena (onde dois competem pela melhor performance de forma externa ao jogo, comparando seus resultados) e competição endógena (onde dois competem pela melhor performance dentro do jogo, influenciando a performance do outro). Malone e Lepper lançam a hipótese de que a competição endógena, ou competição, seria mais envolvente do que a competição exógena, a comparação, e nossos resultados confirmam esta hipótese para esta amostragem, já que o item referente a competição recebeu uma pontuação significativamente mais alta do que a comparação [$p < 0,01$].

5.1.5 Controle e poder

A sensação de controle ou poder é o gosto da manipulação, é a imposição da vontade consciente sobre a matéria, ou sobre o artefato. É o deixar de ser o “peão” do jogo, para tornar-se a origem das ações e escolhas (Malone e Lepper, 1987). Esta categoria com os dois itens poderia estar no hemisfério da vida, mas foi posicionado no de morte. Nietzsche descreveu em sua obra o que chamou de vontade de potência, que de forma simplificada pode ser vista como um impulso ou pulsão de apropriação, uma vontade de ser senhor, de tornar-se mais forte, que hora é visto como relacionada à pulsão de vida, hora relacionada com pulsão de morte, conduzindo o homem à decadência, ao nada, à morte, e para a adversidade (Almeida, 2007). Poderia, então, estar no outro hemisfério, como pode estar neste. Esta vontade de potência, de controle, de fortalecer-se, é o que gera a competição, a luta, a guerra, e então, a morte.

Csikszentmihalyi (1990) descreve um paradoxo do controle, também descrito por autores de game design. Este paradoxo está relacionado com a capacidade de controle do indivíduo sobre a atividade; capacidade esta que nunca é total, mas que se aprimora com a prática. É um controle sempre parcial, um total controle não seria tão motivador (como o controle sobre um brinquedo), nem a total ausência de controle (como um jogo de pedra, papel ou tesoura, onde não há controle algum, apenas acaso). Segundo Hoffman e Nadelson (2010), a sensação de controle traz uma sensação de competência, e pode ser vista como um objetivo por si mesma. Alguns jogadores poderão se preocupar menos em “vencer” e mais em desenvolver seu controle sobre o jogo.

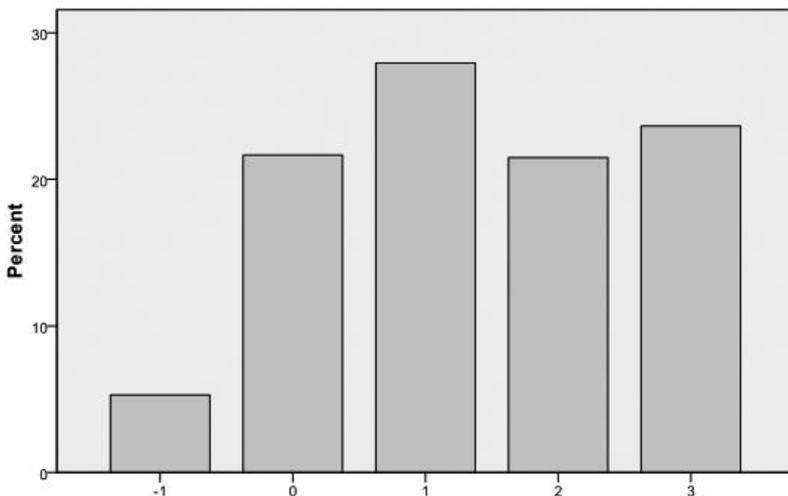


Figura 21: “Sentir que eu consigo controlar o que está acontecendo, sabendo o que pode acontecer e como reagir”

Existem dois aspectos abordados pelos itens, o primeiro é o do controle dentro do jogo, onde a habilidade do jogador faz com que ele se sinta seguro sobre o que acontece no jogo. Este é o tipo de interação que Russo e Hekkert (2008) descrevem como interação fluida, quando o jogador não se sente perdido, mas controlando o que acontece. Em uma visão mais cognitiva de Koster (2005), não apenas controlando, mas compreendendo e prevendo. Tal item teve uma média razoável, com a décima maior média.

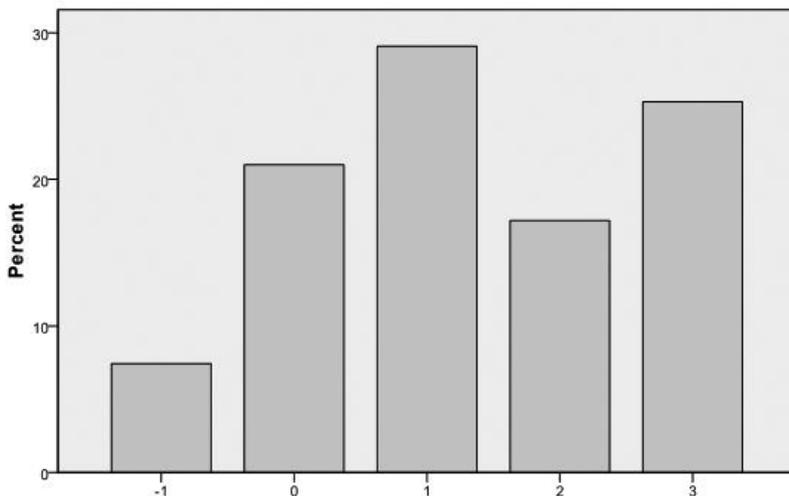


Figura 22: “Sentir que estou no comando, que sou poderoso e posso escolher como eu quero as coisas e deixá-las do meu jeito”

Este item expressa a possibilidade de customização, associado ao prazer de tomar decisões significativas. Jogos antigos ofereciam menos possibilidades de customização de heróis/protagonistas, enquanto novos jogos de simulação, RPG e jogos massivos online enfatizam este aspecto de escolher como seu personagem, cidade ou casa será. Este é outro item que, segundo a figura 22, apresenta um grande número de jogadores que apreciam, mas um número também muito significativo de jogadores que adoram, e que são provavelmente aqueles jogadores que adoram jogos de simulação e decoração. Alguns jogos, como *The Sims* (Maxis, 2000), *Second Life* (Linden Lab, 2003), ou *Colheita Feliz* (Mentez, 2009) são jogos que podem ser jogados apenas baseados nesse princípio. Tanto que Crawford (2003) poderia considerá-los não jogos, mas brinquedos, já que podem ser apreciados sem desafio, mas apenas como objeto de manipulação conforme a vontade do jogador.

5.1.6 Não-controle e aleatoriedade

A sensação de submissão ao acaso, ou ao incontrollável, está presente em diversos jogos. O fato do resultado depender da sorte, mesmo que não

dependa apenas dela, costuma aumentar a complexidade e a imprevisibilidade de um sistema. Mesmo em jogos como o xadrez, onde não há variáveis aleatórias, mas definidas, o não controle se manifesta pelo não controle do oponente. Esta característica, assim como a do controle, descrevem o paradoxo de controle, descrito por vários autores. Mais especificamente sobre a aleatoriedade, Xavier (2010) descreve que é um elemento do jogo que deve ser usado com cuidado, e que seu excesso é tão prejudicial quanto sua ausência, transformando o sistema de jogo em algo incompreensível para o jogador. Os dois paradoxos, o do controle e não-controle, e do aleatório e previsível, são paradoxos primos, que estão intimamente relacionados. Ambos falam da necessidade de conciliar elementos opostos de forma que os dois estejam presentes.

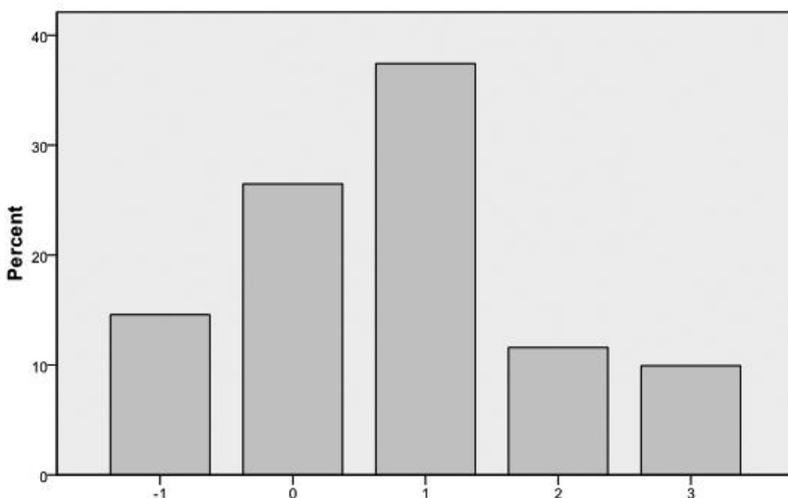


Figura 23: “Saber que o resultado também depende da sorte e do azar, além de minha habilidade”

Este item foi dividido em dois, um deles enfatizando a aleatoriedade, que é muito comum em jogos eletrônicos onde características são regidas por cálculos feitos em tempo real e que consideram variáveis aleatórias. Elementos aleatórios estão presentes também em jogos tradicionais envolvendo cartas ou dados. Segundo

Schuytema (2008), a causalidade deve ser dosada com cuidado, pois uma vitória baseada apenas na sorte torna-se vazia, e uma sem nenhuma sorte pode vir a ser previsível e entediante. Para tal autor, a aleatoriedade proporciona uma não previsibilidade, e esta envolve a mente dos jogadores, de forma que continuarão jogando. Mas como a figura 23 sugere, não é um item que provoque grande paixão nos jogadores, e é o quarto item com a média mais baixa.

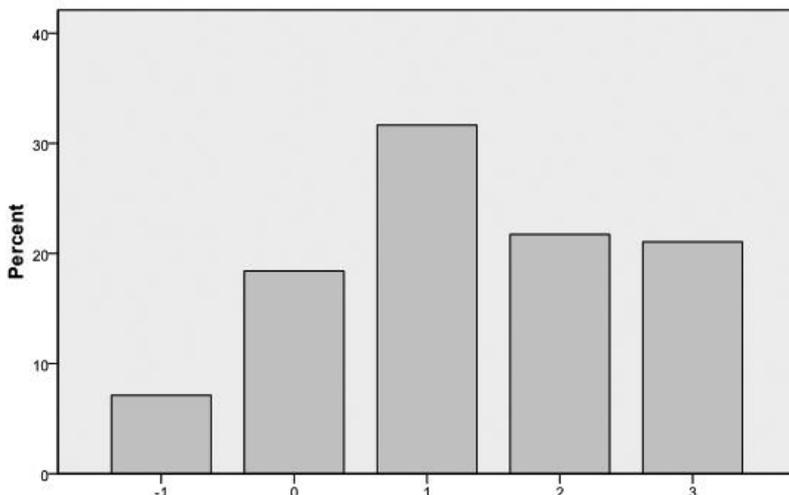


Figura 24: “Perceber que alguma coisa que eu não previa acontece e me surpreende”

O outro ponto refere-se a surpresa, quando algo diferente do previsto acontece e o jogador é pego desprevenido, tendo que adaptar-se. Este é o momento em que o jogador percebe que não tem controle total sobre o jogo, mas ao mesmo tempo pode ser uma surpresa narrativa, como quando se descobre quem é o verdadeiro vilão da história. A surpresa deve aparecer com parcimônia, Fullerton (2008) diz que um pouco de surpresa traz drama ao jogo, ao torná-lo não previsível, mas muita surpresa irá afastar os jogadores, que sentirão que suas escolhas não têm significado. E, afinal, se o jogador é surpreendido o tempo todo, ser surpreendido deixa de ser surpreendente, e passa a ser o normal e esperado. Este item teve uma média intermediária, aparentemente não é o mais divertido para os jogadores.

5.1.7 Falso e fantasioso

Como descreve Huizinga (1993), o jogo é interpretado como um universo mágico, um contexto separado do mundo, que segue regras próprias. A arte também oferece esta possibilidade, em uma não obrigatoriedade de vinculação ao mundo, e a possibilidade de explorar a fantasia, a imaginação e o falso. São contextos onde o jogador, ou apreciador, se deixa enganar intencionalmente, pelo prazer que pode obter pelo irreal. A fantasia pode oferecer muito que a realidade não pode, e por isso ela seduz os homens desde a antiguidade.

Este é um dos paradoxos do jogo eletrônico. Ele oferece, ao mesmo tempo, a sensação de fantasia e a sensação de realidade. Segundo Sato (2009, p43-44):

Compreendemos que os videogames se situam no limiar de dois *mundos*, o da imaginação e fantasia (fictício) e o do cotidiano (real). (...) Ao jogar, o homem não busca reproduzir ou repetir sua própria realidade vivida no dia-a-dia; ele busca por algo inusitado, uma nova experiência para sua diversão. Porém, mesmo em um mundo de ficção como o do videogame, há sempre a necessidade de elementos identificáveis aos jogadores, pois sem a ínfima familiaridade com o ambiente e seus elementos, o jogo não fará sentido algum para o jogador, tornando-se desinteressante.

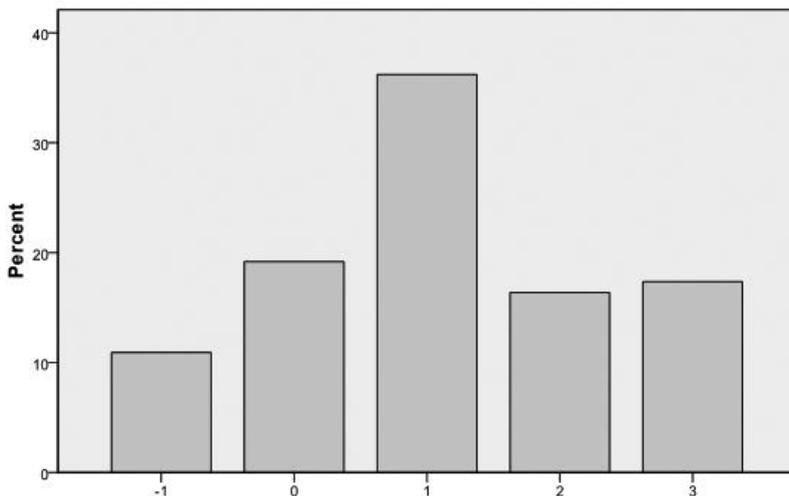


Figura 25: “Admirar mundos cheios de fantasia e coisas impossíveis”

O primeiro atributo considera a fantasia como possibilidades limitadas apenas pela imaginação. Muitos jogos eletrônicos constroem universos inteiros cheios de encantos para os jogadores. Este item aparentemente não desperta grande motivação nos usuários, mas grande parte dos jogadores ao menos gosta deste item, como pode ser observado na figura 25.

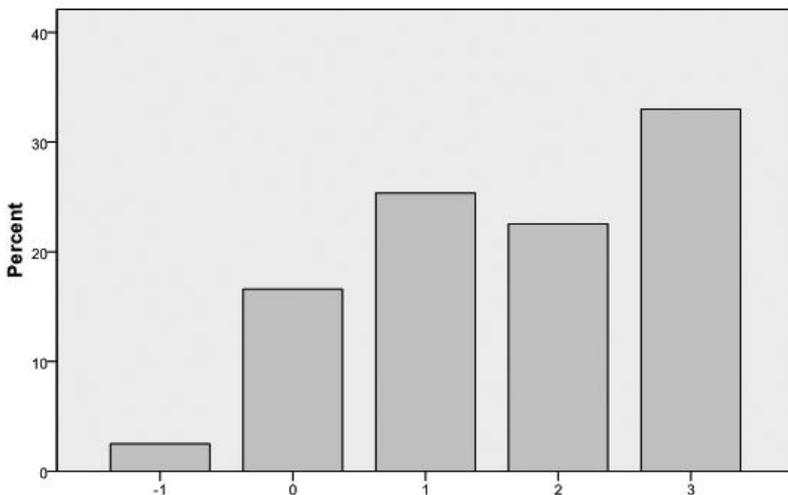


Figura 26: “Jogar em mundos onde posso fazer o impossível, coisas que não consigo fazer no mundo real”

O segundo, enfatiza o que o jogador gostaria de fazer o que é impossível no mundo real. Como voar, soltar raios, ou gerenciar uma guerra de minhocas radioativas. O jogador não pode fazer nada disso no mundo real, mas no jogo, sim. Este item, diferente do anterior, aborda os desejos no mundo real que não podem ser saciados, e é um item que possui grande apelo, como pode ser visto na figura 26, obtendo a quarta média mais alta. Os dados sugerem que o espaço do jogo é muito valorizado como um espaço para realizar o que é inalcançável no mundo real, possivelmente funcionando como alternativa ao real. Este item mostrou-se mais popular entre jogadores do sexo masculino do que no sexo feminino, mais popular na escola pública do que na escola privada, e mais popular entre o grupo mais jovem de estudantes do que os outros. Talvez os três grupos possam ser considerados com mais desejos reprimidos que os outros, que tiveram médias mais baixas neste item.

5.1.8 Mau e cruel

A primeira categoria moral refere-se ao que é mal, ou que é errado. Provavelmente esta categoria é a que mais preocupa educadores e pais,

por não entenderem o prazer que os jogadores sentem com a violência, o roubo, o assassinato, e por se preocuparem no efeito que estas atrocidades no jogo têm sobre os jogadores, muitas vezes crianças. Jogos como *Grand Theft Auto* (Rockstar Games, 1997), onde os jogadores podem jogar com personagens delinquentes, ou em *Mortal Kombat* (Midway Games, 1992), onde a violência é explicitada e explorada, preocupam e assustam.

Os motivos pela apreciação do mal podem ser encontrados em outros contextos. Na arte, Read (1967) comenta sobre o êxtase de experimentar o horror e o medo, e o alívio de perceber que trata-se de uma simulação e não de realidade. Jones (2004) explica que a violência fictícia tem um valor importante na formação da personalidade dos jovens. É brincando com a violência que eles aprendem a lidar com ela e fortalecem sua auto-estima, vivenciando e canalizando seus desejos de violência em um espaço fictício, sem atingir seus semelhantes (Alves, 2009).

Ao tratar de mídias e de jogos eletrônicos, Alves (2009) fala sobre a intenção de espetacularização e da estetização da violência, onde ela é tratada como algo a ser apreciado, despertando a curiosidade e transformando a violência em algo sedutor. Nos jogos, isto pode acontecer na relação com a recompensa e o desafio, onde o jogador “mata” no mundo virtual e recebe uma pontuação por isso, ressignificando a violência.

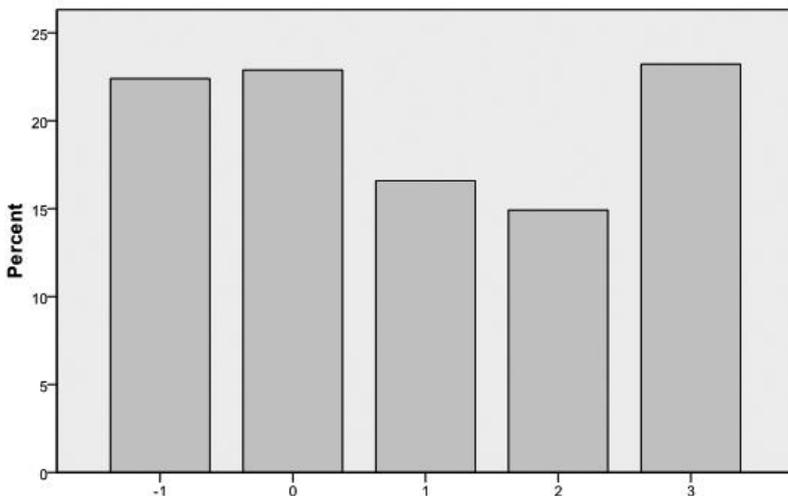


Figura 27: “Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir”

Um dos itens relativos ao mal se refere aos crimes, ao que é proibido, que o jogador pode fazer no mundo virtual. O prazer do que é errado, dos instintos socialmente reprimidos, também encontra espaço na simulação do jogo eletrônico. Este item é o que apresenta a mais curiosa das distribuições (figura 27), onde há um grande nível de rejeição e de indiferença, uma quantidade inferior de jogadores que gostam ou gostam muito, e uma grande quantidade de jogadores que consideram fazer o proibido como o mais interessante no jogo, o que define este item como o mais controverso do questionário.

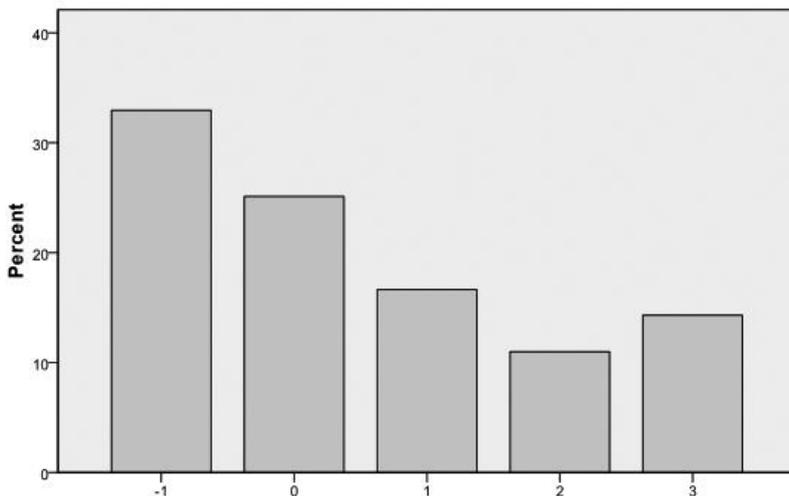


Figura 28: “Observar a destruição, a morte e a violência dentro do jogo”

O outro item aborda a observação daquilo que é agressivo e perigoso. Este item pela palavra “observar”, se aproxima mais da violência nas mídias no geral, é o segundo item com maior rejeição e o segundo item com a menor média. O que nos leva a questionar: considerando a grande popularidade dos jogos violentos (e não apenas jogos, mas filmes, quadrinhos, desenhos animados), será que os respondentes foram educados a dizer que não gostam da violência, mesmo gostando, ou será que a indústria do entretenimento continua repetindo padrões e reproduzindo a violência, quando este é um fator não apenas desvalorizado, mas rejeitado, por muitos?

5.1.9 Feio e esquisito

A primeira categoria estética é a busca pelo feio, em seus vários aspectos. Segundo Bodei (2005), houve um crescimento da aceitação do valor do feio ao longo da história da arte, desde um momento de rejeição até um “triumfo” do feio sobre o belo. Victor Hugo, ao falar do grotesco, explica a busca do ser humano pelo belo mas que, pelo caminho oposto, também pode alcançar o sublime, e não só isso: o feio e o belo se completam, se valorizam, e estão presentes na natureza e na

arte. Desde a antiguidade o feio é associado a diversos atributos, como o cômico do exagerado e do ridículo em Aristóteles; o horror e o medo, em Read (1967); ao nojento, misturando o que está dentro com o que está fora do corpo (Bahktin, 1996); e o mal, associando o feio ou disforme ao mal (Sodré e Paiva, 2002). Talvez com exceção da associação do grotesco com o medo, todas as outras formas apresentam deformidades, coisas fora de lugar. Seja pelo humor ou pelo terror, o feio, grotesco e disforme também possui seu valor, e é a temática de muitos jogos como as séries Silent Hill (Konami 1999) e Resident Evil (Capcom, 1996).

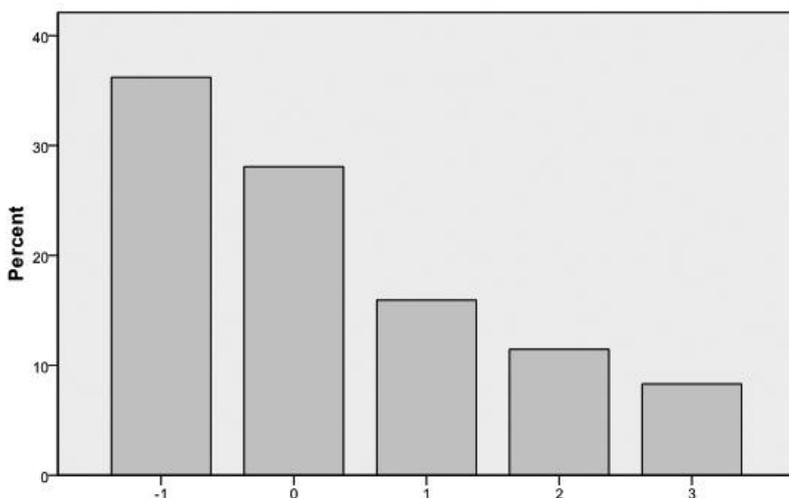


Figura 29: “Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita”

Os dois itens relativos ao feio se diferenciam pela forma. A primeira se refere ao observar o que é deturpado e horrível, por ser uma deformidade, o que é chamado de teratológico, ao fazer referência a monstruosidades e aberrações (Sodré e Paiva, 2002). Este item foi o que apresentou maior rejeição, como pode ser observado na figura 29, mais de 35% não gostam deste item, enquanto quase 30% são indiferentes a ele, e é o item com a menor média entre todos. Aparentemente os jogos baseados neste item são para um público específico que aprecia este tipo de apelo visual.

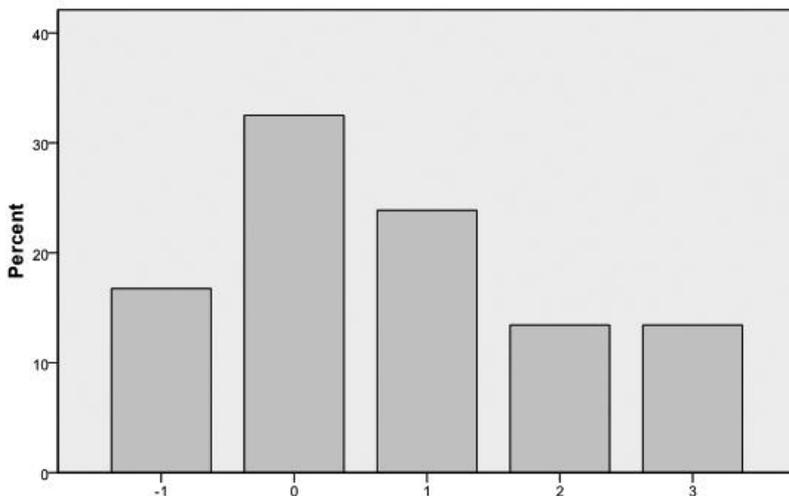


Figura 30: “Fazer com que as coisas fiquem bizarras e que pareçam fora de ordem”

O segundo item desta categoria se refere a provocar o caos e a desordem, mais próximo de opor-se ao belo clássico, chamado de *to kálon*, que para Platão seria absoluto, associado a simetria, ordem, uma conciliação de contrários (Sodré e Paiva, 2002). Este item mostrou-se também pouco popular, sendo a terceira menor média.

5.1.10 Belo e agradável

Esta é a segunda categoria estética, opondo-se ao feio. A natureza da beleza foi amplamente discutida ao longo da história da arte. Porém, neste contexto, utilizaremos o contexto mais básico e simplório do belo, tendo em vista que se trata de um trabalho sobre artefatos digitais de entretenimento, e não de uma pesquisa sobre arte ou estética. Para Bodei (2005), o que caracteriza o belo, em uma visão simplista, é o que o apreciador gosta e lhe é agradável, e o feio, o que ele não gosta, o que lhe causa desprazer, o que também é a concepção mais simples em que provavelmente os jogadores saberiam responder. Estamos considerando aqui o que era chamado de *to prépon* pelos gregos, o belo efetivo,

persuasivo (e relativo), e não o *to kalón*, o belo estético, decorativo (e que seria, para Platão, absoluto)(Sodré e Paiva, 2002).

A busca pela beleza nos jogos eletrônicos está intimamente relacionada com o desenvolvimento tecnológico, já que a tecnologia limita a aparência do jogo. Junto com a categoria do verdadeiro, esta categoria expressa uma fixação de muitos desenvolvedores de jogos, que consideram que o jogo precisa seduzir pela aparência (ou, no outro caso, pela sensação de realidade), o que incita certa guerra tecnológica de mercado criticada por Crawford (2003), que valoriza outros aspectos do jogo. Hoffman e Nadelson (2010) encontraram que o contexto proposto pelo jogo é um fator de diversão significativo, e suas pesquisas sugerem que o nível de envolvimento está relacionado com ambientes esteticamente atraentes, e que a maioria dos usuários têm expectativas de gráficos brilhantes e coloridos e tecnologia de ponta para considerarem os jogos divertidos.

A aparência do jogo é prioritariamente definida pelo trabalho do artista (2D ou 3D), embora provavelmente seja influenciada pelas definições do projetista de jogos.

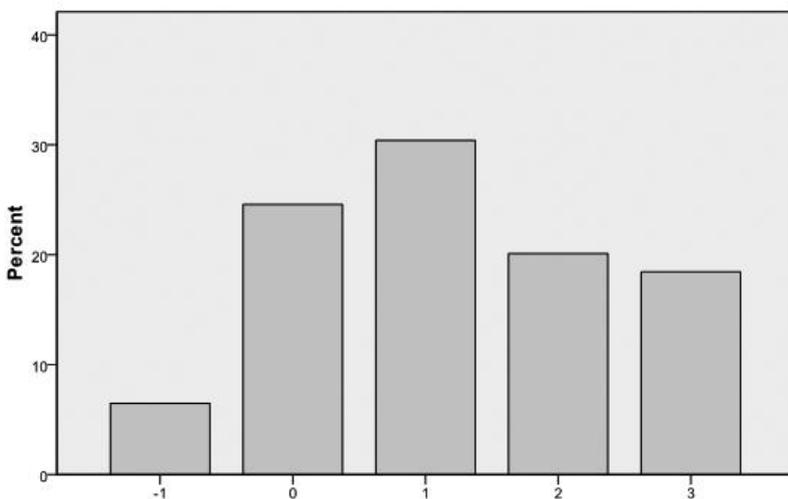


Figura 31: “Ver imagens, cenários e personagens bonitos e agradáveis ao olhar”

Esta categoria apareceu no questionário sob duas formas, a primeira, como admiração do que é agradável ao olhar, enfatizando o

observar, isto é, referenciando-se a um jogo considerado belo em si. Este item apresentou uma média intermediária, com muitos jogadores gostando, mas poucos entusiastas.

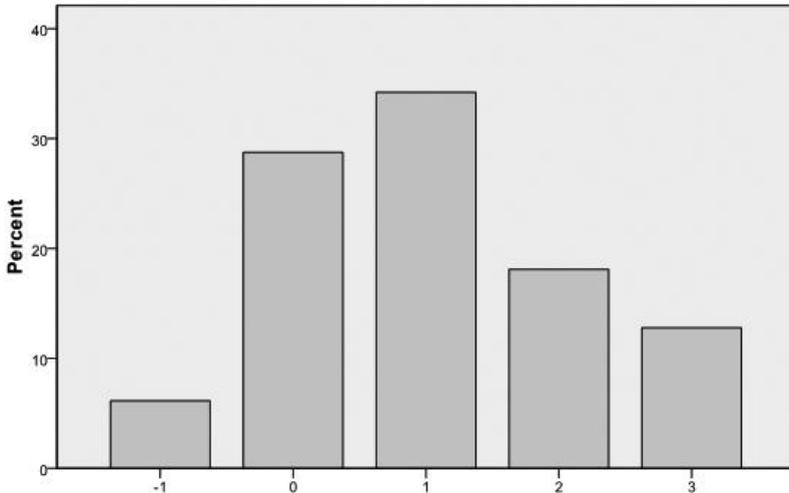


Figura 32: “Fazer com que as coisas fiquem de um jeito que eu ache bonito e harmonioso”

A segunda forma desta categoria coloca o jogador como agente da beleza. Alguns jogos possuem maior ênfase nisso, enquanto muitos outros mal possuem este aspecto: o de permitir ao jogador exercer seu senso estético sobre o jogo. Temos como exemplos de jogos que apresentam essa possibilidade jogos de construção, como Roller Coaster Tycoon (Hasbro, 1999), ou The Sims (Maxis, 2000), e jogos que possibilitam customização de personagens, onde se pode escolher a roupa ou a aparência do personagem. Este item teve uma pontuação baixa, e parece ser apreciada por um grupo específico, e não de forma generalizada.

5.1.11 Bom e justo

Esta é segunda categoria moral, que depende do julgamento do que é certo e do que é errado. Ela baseia-se na idéia de que há um tipo de prazer moral, como o descrito por Russo e Hekkert (2008). Eles descrevem que um usuário gosta de se identificar com algo que reflete seu posicionamento moral. O mito do herói, aquele que faz o bem, está impregnado em nossa sociedade, em nossos contos e no imaginário, assim como nas mídias, e também nos jogos. Neste contexto o jogador pode não apenas assistir ao bem, mas ser responsável, ser o herói. Mas mesmo passivamente, o heroísmo e a nobreza são admirados também em outras formas de lazer, em histórias em quadrinhos, em filmes, na literatura. O triunfo do bem remete ao épico e possui importância social e educativa, mostrando o exemplo do comportamento nobre que se espera em cada sociedade (Campbell, 1990).

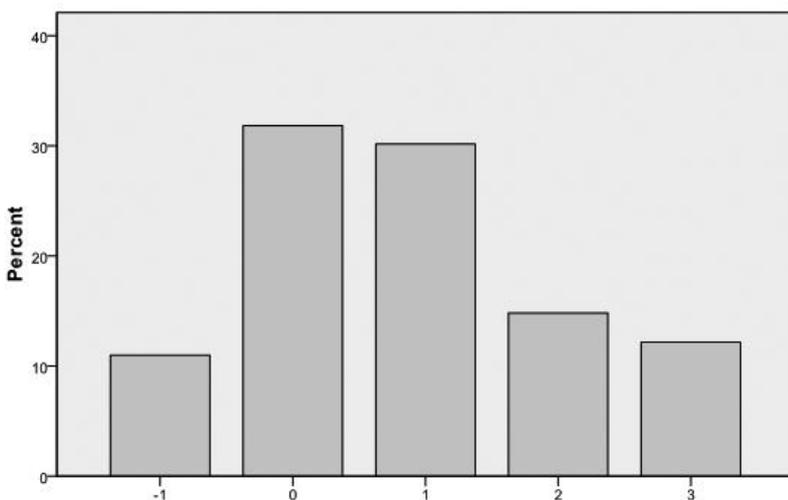


Figura 33: “Fazer o que é bom e correto e assim melhorar o mundo do jogo”

Os dois itens se diferenciam na forma como são apresentados. O primeiro aborda o bem e o correto de forma genérica, e coloca o jogador como agente. O item demonstra baixa popularidade, com um grande número de jogadores indiferentes, o que junto com o próximo

item, sugere que a identificação moral não é um fator importante para a maior parte dos jogadores.

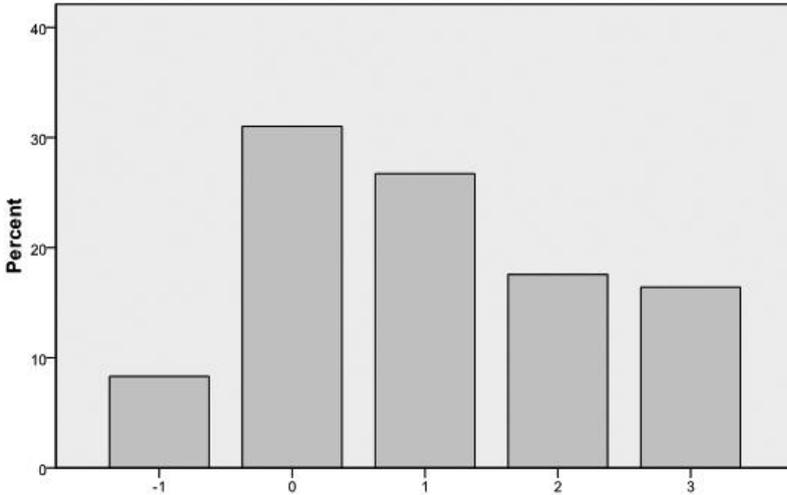


Figura 34: “Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza”

Neste segundo item exemplos são dados para apresentar outra possibilidade de compreensão da idéia, e o jogador é colocado como apreciador, não agente.

5.1.12 Verdadeiro e verossímil

Esta categoria descreve a sensação de realidade que o jogo é capaz de provocar. Está associada ao conceito de verossimilhança descrito por Aristóteles, da capacidade do artista de mostrar o que é possível, e, portanto, crível. No caso dos ambientes virtuais, este conceito pode estender-se à ilusão do real, em ambientes 3D, onde o virtual parece palpável, real. Também pode ser estendido para a verossimilhança da narrativa, da profundidade dos personagens, que podem parecer “existir de verdade”, por serem convincentes. Esta capacidade de convencer de que o jogo trata-se de uma realidade provoca o que é chamado de imersão, ou a capacidade do jogador de “entrar” ou “imersão” dentro do

jogo, como se este fizesse parte de sua realidade. Assim como o jogador pode ser fascinado pela possibilidade do impossível, do irreal e do fantástico, este terá seu maior valor quando convencer o jogador que aquilo tudo poderia ser real. Para Sato (2009), a sensação de verdade do jogo tem seu principal suporte na referência que o jogo faz ao que o jogador conhece, ao seu repertório e experiências anteriores. Assim, o jogo fará sentido para o jogador, e ele se sentirá imerso.

Este é o outro ponto da crítica de Crawford (2003) sobre a evolução da indústria de jogos, que preza demais por esta capacidade de retratar a realidade com fidelidade, investindo muito em tecnologia de software e hardware em vez de valorizar a jogabilidade.

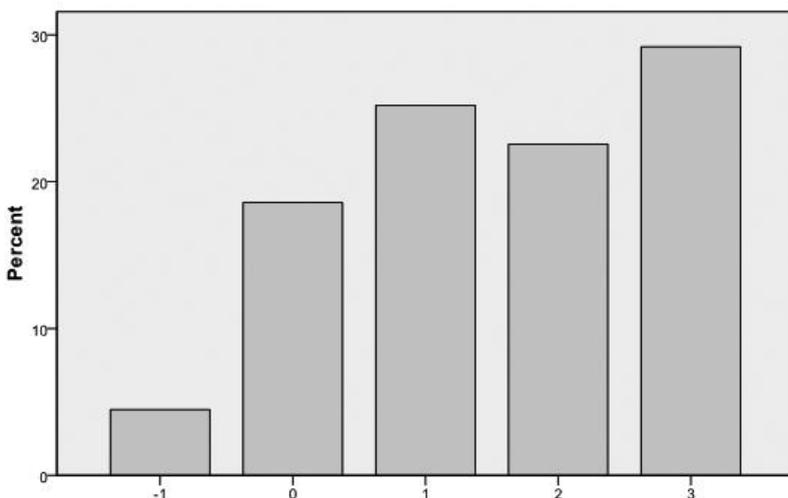


Figura 35: “Ver no jogo lugares e personagens tão convincentes que pareçam existir de verdade”

O primeiro item faz referência ao que parece existir por ser crível. Segundo Gouveia (2009), os jogos apresentam três ordens distintas de realismo: o realismo fotográfico, relacionado com as características tecnológicas e qualidade da imagem; o realismo referente a representação de um referente real, e um realismo relativo a consistência interna do mundo, que a autora relaciona a física proporcionada pela *engine*. As três ordens descritas por Gouveia estão

implícitas nos dois itens propostos. Este item demonstrou grande popularidade, obtendo a oitava maior média.

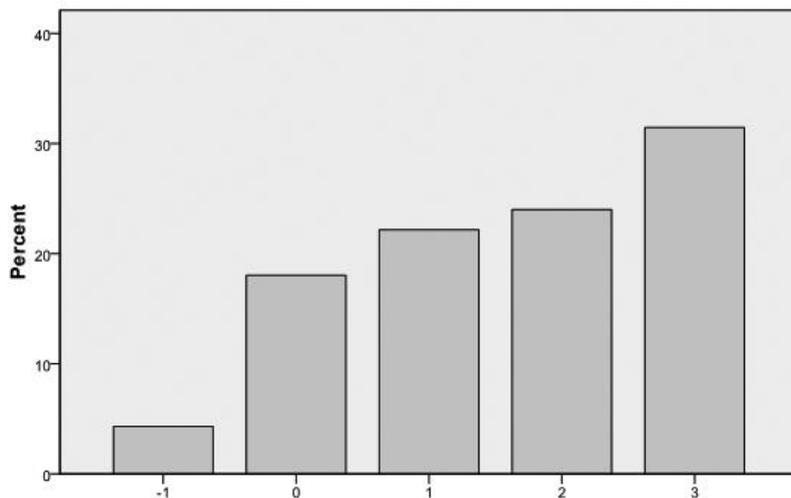


Figura 36: “Sentir que estou dentro do jogo e parece que aquilo tudo é real”

O item seguinte trata especificamente do sentimento de imersão, que pode ser provocado por diversos fatores: narrativa (Dansky, 2007), interface inexistente ou invisível (Federoff, 2002), ou uma combinação complexa de fatores (Calleja, 2007a), ou mesmo relacionado ao fluxo (Csikszentmihalyi, 1990) e ao desafio. Aparentemente não há uma uniformidade sobre o que provoca a sensação de imersão, mas este item demonstra que este sentimento é muito valorizado pelos respondentes: foi a sétima média mais alta, e pela figura 36 podemos ver que as maiores frequências são dos jogadores que mais gostam deste item.

5.1.13 Vida social além do jogar

Além das 12 categorias de fatores de diversão dos jogos, foram adicionadas duas categorias extras, a vida social além do jogar e a amotivação. Isto foi feito devido a alguns indícios de que para muitos jovens os jogos eletrônicos passam a ser um contexto de interação

social, um assunto para conversar e uma justificativa para agrupar os amigos, mais do que o jogo em si. Cruz, Albuquerque e Azevedo (2009), em questionário aplicado em escolas, encontraram que o item mais assinalado como fator de diversão foi “jogar com amigos”. Isto sugere que para muitos jogadores, a atividade do jogar em si não é o fim em si mesma, mas constitui laços afetivos que permanecem para outras atividades que não o jogar. O jogo, neste ponto de vista, pode ser visto como um agregador de pessoas, assim como são tantas outras atividades, como esportes ou outros hobbies. Seria possível, inclusive, pessoas que nem gostam de jogar, mas que o fazem por ser uma convenção de determinado grupo.

Hoffman e Nadelson (2010) encontraram que a socialização é importante para os jogadores, mas que existe uma tendência oposta, de jogadores que encontram no jogo eletrônico um espaço para a solidão.

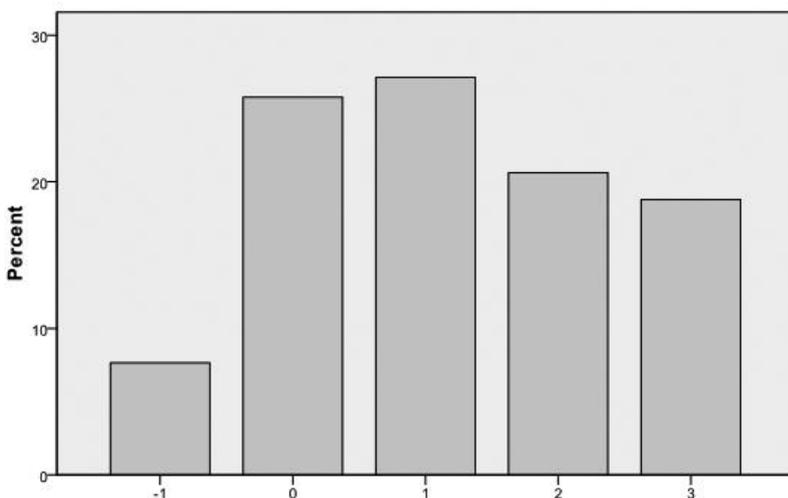


Figura 37: “Fazer ou manter amizades jogando games”

Os dois itens para avaliar a importância deste aspecto se referem, primeiro, as amizades que se criam e se mantêm durante as atividades de jogo. Este item recebeu uma média intermediária. É curioso que este item teve o maior número de “nunca fiz isso”, mesmo sendo um item relativamente genérico: os itens com quantidades similares são mais específicos e não são encontrados em todos os jogos,

mas este item pode ocorrer em praticamente qualquer jogo. Isto demonstra que não apenas há uma parcela pequena e significativa que nunca fez amizades através dos jogos, mas também que a oportunidade de conhecer pessoas não é um fator dentre os de maior importância, de maneira geral.

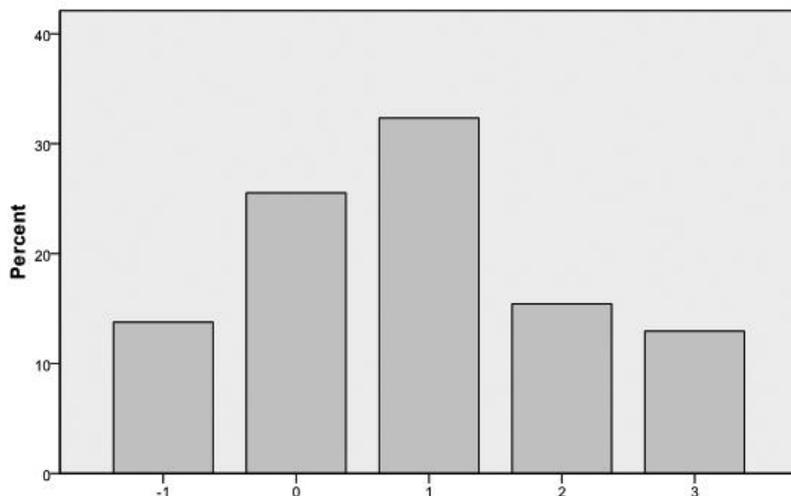


Figura 38: “Conversar com meus amigos sobre games”

O segundo item desta categoria aborda o jogo como um assunto, um tema, que une pessoas mesmo fora da atividade do jogar, em conversas. Este item teve uma média ainda mais baixa, sendo a sexta média mais baixa, e um valor de pessoas que nunca fizeram isso também considerável. Aparentemente a maioria dos jogadores valoriza muito mais o jogar do que o jogo como assunto; porém, alguns grupos irão demonstrar um pouco mais de interesse em conversar sobre este tema que outros.

5.1.14 Amotivação

A última categoria foi chamada de amotivação, livremente traduzida do termo “amotivation”, descrito por Hills e Argyle (2003). Tais autores usam o termo para descrever uma situação onde não há motivação para

uma atividade, mas ela é executada pela falta de motivação para outra atividade. Logo, por não quererem realizar uma atividade, como uma função no local de trabalho, por exemplo, o indivíduo faria outra atividade para se distrair ou para não ter que fazer a atividade que lhe incomoda. Isto é, uma visão do jogo não como algo divertido, mas algo que pode distrair e fazer com que o jogador esqueça de algo que não quer lidar naquele momento.

Hoffman e Nadelson (2010) colocam que escapismo e relaxamento são dois dos motivos principais pelos quais muitos jovens jogam (84% dos entrevistados por eles indicaram essa intenção), descrevendo a função de jogo como um momento de lazer onde o jogador pode se esquecer de seus problemas. Não necessariamente para fugir deles, mas para ter um relaxamento necessário para então poder voltar à atividade exigida.

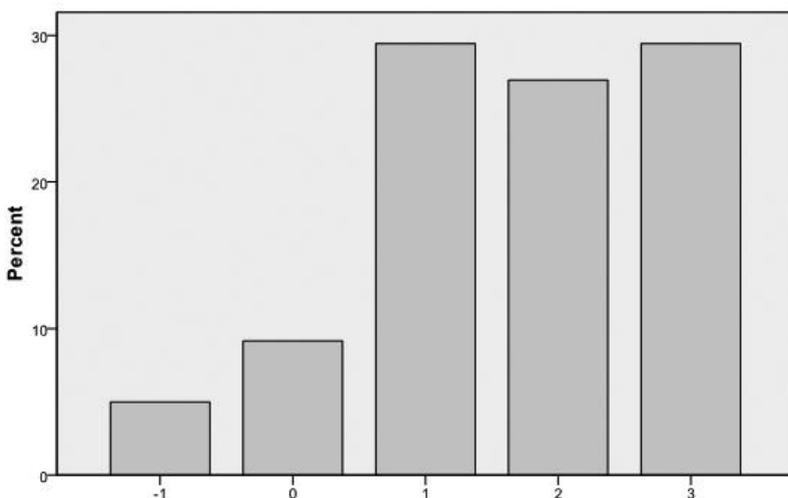


Figura 39: “Jogar para me distrair e passar o tempo”

Há apenas um item sobre isto. Surpreendentemente, este item demonstrou grande popularidade que pode ser verificada na figura 39, com poucos usuários descrevendo que não gostam ou que são indiferentes. Aparentemente o jogo como relaxamento e distração é bastante comum e valorizado por esta qualidade, de forma que obteve a

quinta melhor média de todos os itens questionário. Este resultado mostra a importância de um caráter do jogo que não é muito discutido, pois o conceito de atividade, envolvimento, desafio e superação compõem um discurso recorrente, e pouco fala-se do jogo como relaxamento e distração.

5.2 SIMPLIFICANDO OS ITENS

Inicialmente havia 27 itens. Excetuando-se 3 deles, eram divididos em 4 quadrantes, e 12 categorias. No entanto, com a análise fatorial foi possível ver quais itens estão geralmente associados na percepção do usuário, e então podemos criar novos parâmetros ao aglomerar os itens que apresentam resultados similares.

Estes novos parâmetros são chamadas de dimensões. Cada um dos itens que pertence a uma dimensão poderia ser utilizado, com maior ou menor grau de confiança, para medir aquela dimensão. Neste caso propomos 6 dimensões que envolvem os 27 itens.

O valor entre parênteses depois de cada item demonstra a carga fatorial, isto é, o quanto aquele item é associado à dimensão em que está. Cada item tem uma carga fatorial para todas as dimensões; estão expostas somente as mais altas, que foram as que definiram em que dimensão cada item se encaixa.

Destaque	Imersão	Amor
<p>“Jogar contra outros jogadores e tentar vencê-los” (0,707)</p> <p>“Perceber que há outras pessoas me admirando quando eu estou bem no jogo” (0,703)</p> <p>“Comparar meus resultados com o de outros para ver quem é o melhor ou o mais habilidoso” (0,610)</p> <p>“Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquistei” (0,478)</p> <p>“Conversar com meus amigos sobre games” (0,474)</p> <p>“Conseguir completar os objetivos com sucesso” (0,544)</p>	<p>“Jogar em mundos onde posso fazer o impossível, coisas que não consigo fazer no mundo real” (0,627)</p> <p>“Admirar mundos cheios de fantasia e coisas impossíveis” (0,594)</p> <p>“Sentir que estou no comando, que sou poderoso e posso escolher como eu quero as coisas e deixá-las do meu jeito” (0,485)</p> <p>“Sentir que eu consigo controlar o que está acontecendo, sabendo o que pode acontecer e como reagir” (0,463)</p> <p>“Sentir que estou dentro do jogo e parece que aquilo tudo é real” (0,449)</p>	<p>“Colaborar com outros jogadores com objetivos comuns” (0,699)</p> <p>“Fazer ou manter amizades jogando games” (0,593)</p> <p>“Fazer o que é bom e correto e assim melhorar o mundo do jogo” (0,575)</p> <p>“Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza” (0,524)</p> <p>“Ver imagens, cenários e personagens bonitos e agradáveis ao olhar” (0,388)</p>

Tabela 17: Dimensões e cargas fatoriais dos itens (A)

Grotesco	Crescimento	Decoração
“Observar a destruição, a morte e a violência dentro do jogo” (0,781)	“Perceber que alguma coisa que eu não previa acontece e me surpreende” (0,626)	“Jogar para me distrair e passar o tempo” (0,790)
“Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita” (0,695)	“Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido” (0,616)	“Fazer com que as coisas fiquem de um jeito que eu ache bonito e harmonioso” (0,510)
“Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir” (0,692)	“Ver no jogo lugares e personagens tão convincentes que pareçam existir de verdade” (0,522)	
“Fazer com que as coisas fiquem bizarras e que pareçam fora de ordem” (0,689)	“Aprender algo novo enquanto jogo, mesmo que não seja um conhecimento útil, gosto de aprender” (0,433)	
“Saber que o resultado também depende da sorte e do azar, além de minha habilidade” (0,408)		

Tabela 18: Dimensões e cargas fatoriais dos itens (B)

5.2.1 Destaque

Este item enfatiza o destaque social que o jogo proporciona, a capacidade de mostrar aos outros sua habilidade ou capacidade. Ele une os itens de competição e comparação, de ser admirado enquanto joga, o sentimento de realização, completar objetivos e ser gratificado, já que

todas as formas de gratificação no jogo podem espelhar em gratificação fora dele também. Há ainda o item de conversar sobre jogos, que é justamente o valorizar o jogo no contexto social, o que evidencia as habilidades e conhecimentos sobre o jogo.

Esta função de destaque pode ter uma função de comparação entre jovens e de ganho de confiança. Pode estabelecer relações dentro de um grupo e posições sociais. É um espaço de exibição de habilidades (Hoffman e Nadelson, 2010).

5.2.2 Imersão

A possibilidade do mergulho no jogo é representada por este item, que nos remete as diversas formas de realidade virtual. Parece haver uma aglutinação entre os itens que tratam da fantasia e do impossível com o controle e o poder sobre este irreal. Este item mistura o paradoxo da verossimilhança com a fantasia, pois valoriza o que é fantasioso e impossível, desde que crível, com o desejo de controle. É uma fuga para um outro mundo – o mundo virtual – em um processo de imersão, onde nos esperam muitas possibilidades que não temos aqui, e sobre ela temos controle, e nossas decisões são importantes: o controle significa coerência com o mundo real, e portanto, sentimento de realidade, também. O termo imersão tenta sintetizar esta mescla – não apenas de abrir uma possibilidade diferente, mas de acordo com a vontade do jogador, que sente-se no controle e poderoso numa fantasia com cheiro de realidade.

5.2.3 Amor

Este item espelha um comportamento altruístico, uma vontade de ajudar e de fazer amigos. Estão nele incluso o sentimento de colaboração, o de fazer o bem no mundo do jogo, salvando e protegendo, além de fazer amizades pela prática do jogo. Este mesmo sentimento, nesta dimensão, é associado à apreciação da beleza.

Este é provavelmente o item que pais e educadores mais gostariam de ver seus filhos envolvidos. Em jogos colaborativos, que valorizem novas amizades e em um mundo virtual onde o jogador jogue com um nobre e correto herói.

Jogos colaborativos e com uma estética “bonitinha”, são uma tendência recente nos jogos. Jogos online, como Colheita Feliz, exploram este aspecto, de jogadores colaborando uns com os outros para o bem e o desenvolvimento em um mundo bonito e organizado.

5.2.4 Grotresco

Nesta dimensão concentram-se a atração pelo perverso, maligno, pela violência, destruição, pelo distorcido, fora de ordem, pelo bizarro, pelo errado, pelo proibido. Ele aglutina os itens originalmente associados ao “mal” e ao “feio”. A associação entre tais idéias não é surpreendente, já que o feio e o mal já são relacionados em vários contextos, descritos desde Aristóteles, Victor Hugo e até estetas recentes, associando ao termo grotresco (Sodré e Paiva, 2002).

A surpresa que apareceu foi a associação do gosto pelo errado, perverso e distorcido com o que é aleatório. Se considerarmos que o aleatório é algo que foge ao controle, como algo que ameaça e causa instabilidade, não é estranho associarmos ao grotresco a submissão ao aleatório. Como Read (1967) concebe o grotresco, ele inclui a percepção de algo poderoso e incontrolável, que nos ameaça, e assim pode ser visto, também, o aleatório no jogo.

5.2.5 Crescimento

A satisfação do crescimento e da superação aparece nesta dimensão como o gosto pela aprendizagem de algo novo e pelo gosto de uma conquista de uma tarefa difícil. Somados a estes itens, está o gosto pela surpresa, por algo diferente acontecer e exigir uma reação, o que demonstra essa disponibilidade do aprendiz, de lidar com o novo e o desconhecido.

Além desta disponibilidade para o novo do aprendiz, esta dimensão ainda inclui a sensação de realidade do jogo. Fica a dúvida se o item “*Ver no jogo lugares e personagens tão convincentes que pareçam existir de verdade*” se refere a itens que pareçam locais na realidade (como um jogo que se passa no cenário da Segunda Grande Guerra, e que realmente apresenta alguma fidelidade ao contexto original), ou que apenas pareça crível, mesmo que impossível (como

personagens e cenários de ficção científica que são claramente irreais, porém, convincentes). De qualquer forma, esta dimensão, incluindo a disponibilidade do aprendiz para o crescimento e superação, também está associado com uma sensação de verdade no jogo, opondo-se a algo que é claramente fantasioso, o que parece soar como uma seriedade da dimensão.

Xavier (2010, p. 213), ao tratar da aleatoriedade, nos fala que a surpresa, ou a capacidade do jogo de “extrair seu frescor de uma semente imprevisível, enriquece um convite a decifrar seus circuitos mais sutis”, associando a capacidade do jogo de surpreender e de evitar a repetição como uma forma de instigar o crescimento e o aprendizado. Esta dimensão, apelidada de Crescimento, trabalha justamente esta abertura e excitação para explorar e decifrar, sempre crescendo, aprendendo e vivenciando o diferente e o novo.

5.2.6 Decoração

A decoração pode ser uma ação relaxante, e é esta sensação que é abordada por esta dimensão. Os jogadores que gostam de fazer com que as coisas fiquem bonitas e organizadas, também são aqueles que gostam de jogar para passar o tempo e se distrair, e não se envolver intensamente, (sem buscar objetivos desafiadores ou competir com outros). A arrumação na forma de distração parece ser o que é abordado por este item.

5.3 PERFIS DE JOGADORES

Os oito perfis de usuários não apresentam características completamente diferentes entre si, mas apenas algumas diferenças perceptíveis. Aparentemente a amostra selecionada é muito mais complexa e não se divide em 8 grupos, talvez se divida em mais, ou talvez os usuários de jogos eletrônicos sejam diversificados demais para pensar em perfis muito definidos. Talvez até mesmo as preferências quanto aos fatores de diversão dos jogadores seja flutuante demais para definir perfis. No entanto, este trabalho revelou oito perfis que, mesmo que não sejam completamente diferenciados uns dos outros, apresentam uma idéia de

como poderiam ser divididos os jogadores. Estudos posteriores podem mostrar se este tipo de divisão em perfis é coerente com este público ou não, ou se estes perfis em específico são a melhor forma de dividi-los.

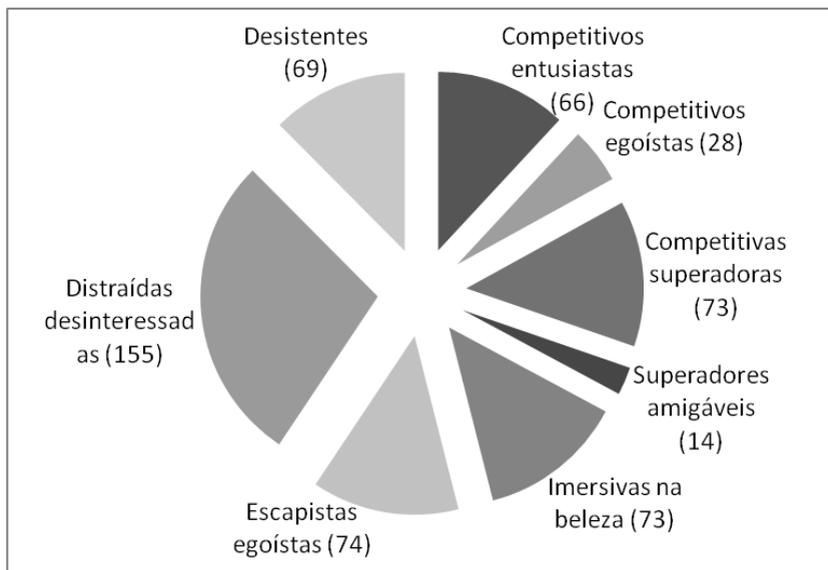


Figura 40: Distribuição entre perfis

Em cada perfil haverá uma descrição e uma tabela com as informações mais importantes. A maioria das informações é apresentada por porcentagem, lembrando que em algumas questões os alunos tinham que responder apenas um item, e em outras ele poderia responder mais. Tanto os jogos citados quanto os tipos de jogos tem o mesmo viés já descrito anteriormente relativo aos exemplos expostos no questionário. Os jogos mais citados aparecem na tabela se forem mencionados três vezes ou mais, e os números foram convertidos em porcentagem relativa àquele grupo. Quando tratamos dos fatores de diversão, colocamos não as porcentagens, mas os valores médios, considerando que cada jogador poderia preencher entre (-1) (não gosto) e (3) (é um dos que mais gosto).

Como pode ser observado na figura 40, se excluirmos os desistentes e as distraídas desinteressadas, que são perfis que pouco jogam, e excluirmos os perfis de competitivos egoístas e de superadores

amigáveis, ambos grupos com um número de representantes muito reduzidos, teremos apenas 4 grupos padrão de jogadores mais comuns: os competitivos entusiastas (aqueles que parecem gostar de todos os tipos de jogos e que adoram a competição), as competitivas superadoras (aquelas que estão prontas para qualquer parada e gostam de testar suas habilidades), as imersivas na beleza (aquelas que gostam mergulhar de cabeça em jogos bonitinhos) e os escapistas egoístas (aqueles que gostam de pular sozinhos dentro do computador e não estão nem aí pra você nem com ninguém).

Os nomes, ou apelidos, dados a cada um dos perfis, têm o objetivo de diferenciá-los e sintetizar algum aspecto. Devem ser considerados apelidos, e não como termos técnicos para descrever os grupos. Nos grupos com mais jogadoras que jogadores, os apelidos ficaram no feminino. As descrições explicarão e aprofundarão as características de cada perfil.

Muitos jogos e gêneros permeiam os diversos grupos, e são populares de forma genérica. Isto não significa, no entanto, que os jogadores valorizem os mesmos aspectos do jogo ou joguem da mesma forma, e é justamente na valorização dos diversos itens em que baseia-se esta divisão em perfis.

5.3.1 Competitivos entusiastas

Este perfil é composto predominantemente por jogadores do sexo masculino que jogam com grande frequência (65% jogam mais de duas vezes por semana). É bastante comum jogarem na casa de amigos (70%), já que para eles é importante a competição, mas também jogam com frequência no celular (36%).

Tem preferência por jogos de ritmo rápido e que exigem habilidade, como tiro, esportes, corrida e luta, os que seriam considerados físicos e de rápida resposta.

Competitivos entusiastas	
Integrantes:	66
Idade (média):	14,14
Gênero:	30% feminino, 70% masculino
Experiência:	Jogam mais de duas vezes por semana (65%), jogam até duas vezes por semana (15%), jogavam, mas não jogam mais (12%), jogaram poucas vezes (8%), nunca jogaram (0%)
Local de jogo:	Em casa (95%), em casa de amigos (70%), em LAN house (12%), em fliperama (11%), pelo celular (36%), no trabalho (3%)
5 Tipos mais jogados	Tiro (65%), Esportes (61%), Corrida (58%), Luta (55%), Aventura (50%)
5 Tipos menos jogados	Puzzle (17%), Estratégia (36%), Passatempo (44%), Simulação (45%), RPG (47%)
Jogos mais citados:	Counter Strike (23%), Grand Theft Auto (23%), The Sims (21%), Need for Speed (20%), Super Mário (20%), Resident Evil (12%), Fifa (11%), Crash Bandicoot (11%), Pro Evolution Soccer (9%), Mortal Kombat (9%), Age of Empires (8%), Call of Duty (8%), Winning Eleven (8%), Futebol (6%), Left 4 Dead (6%), God of War (6%), Perfect World (6%), Ragnarok (6%), Harry Potter (5%), Grand Chase (5%), Tibia (5%), Medal of Honor (5%), Tomb Raider (5%), Tony Hawk Pro Skater (5%)
5 Fatores mais importantes	<p>“Conseguir completar os objetivos com sucesso” (2,73)</p> <p>“Jogar em mundos onde posso fazer o impossível, coisas que não consigo fazer no mundo real” (2,62)</p> <p>“Jogar contra outros jogadores e tentar vencê-los” (2,56)</p> <p>“Perceber que há outras pessoas me admirando quando eu estou bem no jogo” (2,50)</p> <p>“Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquistei” (2,47)</p>
5 Fatores menos importantes	<p>“Saber que o resultado também depende da sorte e do azar, além de minha habilidade” (1,11)</p> <p>“Observar a destruição, a morte e a violência dentro do jogo” (1,29)</p> <p>“Fazer com que as coisas fiquem bizarras e que pareçam fora de ordem” (1,59)</p> <p>“Fazer com que as coisas fiquem de um jeito que eu ache bonito e harmonioso” (1,61)</p> <p>“Jogar para me distrair e passar o tempo” (1,64)</p>

Tabela 19: Perfil 1: Competitivos entusiastas

Os fatores que caracterizam este grupo como social são a competição (2,56) e a admiração por colegas (2,50). O que os caracteriza como fascinados é que este grupo parece gostar muito de jogar, pois além de jogarem com frequência, gostam de quase todos os aspectos do jogo. Os fatores que eles menos gostam possuem pontuações altas (acima de 1,00). Um destes mais baixos é o de jogar para distrair e passar o tempo. Aparentemente, este grupo é o mais motivado para o jogo e um dos que mais se diverte com ele, isto explicaria porque o comparativamente baixo valor no jogo como distração, que caracteriza um jogar mais desinteressado.

5.3.2 Competitivos egoístas

Este perfil é composto predominantemente por jogadores do sexo masculino, é um grupo pequeno e um pouco mais velho que os outros, com a média acima de 15 anos. Jogam com muita frequência (50% jogam mais de duas vezes por semana), e apresentam um grande número que joga em casa de amigos (71%) e em LAN houses (29%), enquanto a quantidade de jogadores que joga no celular é reduzida (11%), o que sugere uma importância da socialização, e no caso deste grupo, da competição.

Seus jogos prediletos são jogos de tiro, corrida, esportes e luta, todos jogos que possibilitam competição, e o jogo mais citado foi Counter Strike (Vivendi, 1999), que é bastante competitivo, citado por 39% dos membros deste perfil.

O fator que mais os motiva é a competição (2,46), além de gostarem de comparação (1,96). Gostam de fazer no jogo o que é proibido na vida real (2,32) e não se importam e fazer o que é bom e correto (0,04) ou em fazer amizades jogando (0,29), por isso foram nomeados egoístas.

Competitivos egoístas	
Integrantes:	28
Idade (média):	15,36
Gênero:	18% feminino, 82% masculino
Experiência:	Jogam mais de duas vezes por semana (50%), jogam até duas vezes por semana (21%), jogavam, mas não jogam mais (25%), jogaram poucas vezes (4%), nunca jogaram (4%)
Local de jogo:	Em casa (96%), em casa de amigos (71%), em LAN house (29%), em fliperama (0%), pelo celular (11%), no trabalho (0%)
5 Tipos mais jogados	Tiro (75%), Corrida (71%), Esportes (68%), Luta (50%), Plataforma (39%)
5 Tipos menos jogados	Puzzle (7%), Aventura (14%), Passatempo (18%), Estratégia (18%), Simulação (25%)
Jogos mais citados:	Counter Strike (39%), Super Mário (29%), Grand Theft Auto (29%), Need for Speed (25%), Pro Evolution Soccer (25%), Crash Bandicoot (14%), Fifa (14%), Warcraft (14%), Guitar Hero (11%), Perfect World (11%), Ragnarok (11%), Tibia (11%), Tony Hawk Pro Skater (11%), Winning Eleven (11%)
5 Fatores mais importantes	<p>“Jogar contra outros jogadores e tentar vencê-los” (2,46)</p> <p>“Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir” (2,32)</p> <p>“Conseguir completar os objetivos com sucesso” (2,00)</p> <p>“Comparar meus resultados com o de outros para ver quem é o melhor ou o mais habilidoso” (1,96)</p> <p>“Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido” (1,86)</p>
5 Fatores menos importantes	<p>“Fazer o que é bom e correto e assim melhorar o mundo do jogo” (0,04)</p> <p>“Ver imagens, cenários e personagens bonitos e agradáveis ao olhar” (0,14)</p> <p>“Admirar mundos cheios de fantasia e coisas impossíveis” (0,18)</p> <p>“Fazer ou manter amizades jogando games” (0,29)</p> <p>“Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza” (0,29)</p>

Tabela 20: Perfil 2: Competitivos egoístas

5.3.3 Competitivas superadoras

Este grupo é composto por quantidade similar de jogadores e jogadoras. É um grupo de jogadoras que joga com grande frequência (53% jogam mais de duas vezes na semana).

Entre os gêneros prediletos estão jogos que possuem ritmo intenso, como tiro, corrida, plataforma, esportes e luta. Todos estes também exigem habilidades que podem ser desenvolvidas com a prática e são jogos físicos. Os jogos menos populares, como puzzle, RPG, estratégia e aventura, exigem menos habilidade e mais pensamento estratégico.

Os fatores de diversão que as destaca são a competição (2,45), enquanto a colaboração está entre um dos itens mais baixos (0,93). Além disso, parecem valorizar sua habilidade no jogo e estar sempre se superando, já que gostam de superar desafios (2,27) e aprender coisas novas (2,16). Não gostam, no entanto, de estarem submetidos ao acaso e a sorte (0,67), pois para as superadoras o que importa é superar suas capacidades e habilidades, e não o desafio da sorte e do azar, que independem da habilidade.

Competitivas superadoras	
Integrantes:	73
Idade (média):	14,60
Gênero:	54% feminino, 46% masculino
Experiência:	Jogam mais de duas vezes por semana (53%), jogam até duas vezes por semana (16%), jogavam, mas não jogam mais (27%), jogaram poucas vezes (3%), nunca jogaram (0%)
Local de jogo:	Em casa (92%), em casa de amigos (58%), em LAN house (14%), em fliperama (4%), pelo celular (29%), no trabalho (1%)
5 Tipos mais jogados	Tiro (58%), Corrida (56%), Plataforma (51%), Simulação (51%), Esportes (49%), Luta (49%)
5 Tipos menos jogados	Puzzle (24%), RPG (26%), Estratégia (28%), Aventura (31%), Online (32%)
Jogos mais citados:	The Sims (33%), Super Mário (30%), Need for Speed (27%), Counter Strike (21%), Grand Theft Auto (21%), Pro Evolution Soccer (11%), Winning Eleven (10%), Tibia (10%), Colheita Feliz (10%), Crash Bandicoot (10%), Guitar Hero (8%), Street Fighter (8%), God of War (7%), Futebol (7%), Corrida (5%), Warcraft (5%), Gran Turismo (5%), Pokemon (5%), Call of Duty (4%), Fifa (4%), Harry Potter (4%), Medal of Honor (4%), Mortal Kombat (4%), Runescape (4%), Tony Hawk Pro Skater (4%)
5 Fatores mais importantes	<p>“Conseguir completar os objetivos com sucesso” (2,62)</p> <p>“Jogar contra outros jogadores e tentar vencê-los” (2,45)</p> <p>“Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido” (2,27)</p> <p>“Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquistei” (2,16)</p> <p>“Aprender algo novo enquanto jogo, mesmo que não seja um conhecimento útil, gosto de aprender” (2,16)</p>
5 Fatores menos importantes	<p>“Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita” (-0,19)</p> <p>“Fazer com que as coisas fiquem bizarras e que pareçam fora de ordem” (0,27)</p> <p>“Observar a destruição, a morte e a violência dentro do jogo” (0,42)</p> <p>“Saber que o resultado também depende da sorte e do azar, além de minha habilidade” (0,67)</p> <p>“Colaborar com outros jogadores com objetivos comuns” (0,93)</p>

5.3.4 Superadores amigáveis

Este é um grupo muito pequeno, e quase foi suprimido da análise, pois possui apenas 14 integrantes. No entanto, pareceu demonstrar um perfil de jogador interessante, apesar de raro (eles representam apenas 2,2% da amostra). São um grupo que joga com grande frequência (57% jogam mais de duas vezes por semana), e muitos jogam em *LAN houses* (31%), enquanto poucos jogam pelo celular (8%), o que demonstra um aspecto bastante social destes jogadores.

Gostam de jogos de habilidade, como luta, plataforma, tiro e corrida, e não gostam de jogos de pensamento estratégico, como simulação, puzzle, estratégia e RPG.

Os fatores mais importantes para este grupo são as amizades que constroem através dos jogos (2,14) o que podem aprender com o jogo (2,14), além de superar os desafios (2,07). Foram considerados superadores, mas estes gostam de superar desafios que envolvam sorte e azar (2,07). Não admiram a fantasia (0,64) e o irreal (0,54), mas sim jogos mais realistas.

Superadores amigáveis	
Integrantes:	14
Idade (média):	14,21
Gênero:	50% feminino, 50% masculino
Experiência:	Jogam mais de duas vezes por semana (57%), jogam até duas vezes por semana (29%), jogavam, mas não jogam mais (7%), jogaram poucas vezes (7%), nunca jogaram (0%)
Local de jogo:	Em casa (100%), em casa de amigos (62%), em LAN house (31%), em fliperama (0%), pelo celular (8%), no trabalho (8%)
5 Tipos mais jogados	Luta (71%), Plataforma (64%), Tiro (57%), Corrida (50%), Aventura (43%), Esportes (43%), Online (43%)
5 Tipos menos jogados	Simulação (21%), Puzzle (21%), Estratégia (29%), Passatempo (29%), RPG (36%)
Jogos mais citados:	Grand Theft Auto (43%), Counter Strike (21%), Pro Evolution Soccer (21%)
5 Fatores mais importantes	<p>“Fazer ou manter amizades jogando games” (2,14)</p> <p>“Conseguir completar os objetivos com sucesso” (2,14)</p> <p>“Aprender algo novo enquanto jogo, mesmo que não seja um conhecimento útil, gosto de aprender” (2,14)</p> <p>“Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido” (2,07)</p> <p>“Saber que o resultado também depende da sorte e do azar, além de minha habilidade” (2,07)</p>
5 Fatores menos importantes	<p>“Jogar em mundos onde posso fazer o impossível, coisas que não consigo fazer no mundo real” (0,57)</p> <p>“Admirar mundos cheios de fantasia e coisas impossíveis” (0,64)</p> <p>“Sentir que estou no comando, que sou poderoso e posso escolher como eu quero as coisas e deixá-las do meu jeito” (0,71)</p> <p>“Fazer com que as coisas fiquem bizarras e que pareçam fora de ordem” (0,86)</p> <p>“Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza” (0,93)</p>

Tabela 22: Perfil 4: Superadores amigáveis

5.3.5 Imersivas na beleza

Este grupo é composto predominantemente por jogadoras do sexo feminino. Este é o grupo de jogadoras que joga com muita frequência (42% jogam mais de duas vezes por semana).

Entre os jogos prediletos percebe-se uma grande citação em jogo de plataforma (67%), e de passatempo, jogos pequenos (51%), que foram associados ao público feminino; no entanto, há um número expressivo neste perfil que também joga jogos de corrida (43%) e luta (32%), jogos que são normalmente associados a jogadores do sexo masculino. Crash Bandicoot foi um jogo bastante citado (18%), assim como Colheita Feliz (14%), mas também já jogos violentos, como Grand Theft Auto (11%) e Mortal Kombat (10%), porém em quantidade menos significativa.

Os fatores prediletos apresentam valores bastante altos, acima de 2,00; o que demonstra que este grupo possui grande motivação para o jogo. Os dois itens relacionados a sensação de verdadeiro (2,38), ou de realidade (2,41), foram o terceiro e o segundo itens com maior média, por isso o nome “imersas”, já que elas querem se sentir “dentro” do jogo. A beleza do jogo parece ter grande importância também, com uma média de 2,22, e os itens menos apreciados (que tiveram médias negativas!) são todos estéticos e morais: destruição, morte e violência (-0,33), aparência deturpada e horrível (-0,19), por isso o “imersas na beleza”, que também abominam o que é feio, maligno, proibido ou deturpado.

Imersivas na beleza	
Integrantes:	73
Idade (média):	14,36
Gênero:	75% feminino, 25% masculino
Experiência:	Jogam mais de duas vezes por semana (42%), jogam até duas vezes por semana (17%), jogavam, mas não jogam mais (31%), jogaram poucas vezes (11%), nunca jogaram (1%)
Local de jogo:	Em casa (89%), em casa de amigos (64%), em LAN house (08%), em fliperama (07%), pelo celular (33%), no trabalho (1%)
5 Tipos mais jogados	Plataforma (67%), Simulação (54%), Passatempo (51%), Corrida (43%), Aventura (32%), Luta (32%)
5 Tipos menos jogados	Tiro (24%), Estratégia (25%), Online (26%), Esportes (29%), RPG (29%)
Jogos mais citados:	Super Mário (42%), The Sims (29%), Crash Bandicoot (18%), Colheita Feliz (14%), Grand Theft Auto (11%), Mortal Kombat (10%), Fifa (10%), Need for Speed (10%), Sim City (10%), Tony Hawk Pro Skater (8%), Mário Kart (7%), Campo Minado (7%), Counter Strike (7%), Corrida (7%), Guitar Hero (7%), Pokemon (5%), Tetris (5%), Bomberman (4%), Grand Chase (4%), Final Fantasy (4%), Tibia (4%), Winning Eleven (4%)
5 Fatores mais importantes	<p>“Conseguir completar os objetivos com sucesso” (2,58)</p> <p>“Sentir que estou dentro do jogo e parece que aquilo tudo é real”(2,41)</p> <p>“Ver no jogo lugares e personagens tão convincentes que pareçam existir de verdade” (2,38)</p> <p>“Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquisei” (2,37)</p> <p>“Ver imagens, cenários e personagens bonitos e agradáveis ao olhar” (2,22)</p>
5 Fatores menos importantes	<p>“Observar a destruição, a morte e a violência dentro do jogo” (-0,33)</p> <p>“Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita” (-0,19)</p> <p>“Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir” (0,05)</p> <p>“Fazer com que as coisas fiquem bizarras e que pareçam fora de ordem” (0,81)</p> <p>“Comparar meus resultados com o de outros para ver quem é o melhor ou o mais habilidoso” (1,05)</p>

Tabela 23: Perfil 5: Imersivas na beleza

5.3.6 Escapistas egoístas

Este grupo é composto por quantidade similar de jogadores e jogadoras. São jogadores que jogam com grande frequência (47% joga mais de duas vezes por semana). Mais jogadores deste perfil jogam em *LAN Houses* (18%) do que os de outros perfis.

Os gêneros mais jogados são todos gêneros com ritmo intenso, como tiro, corrida, luta, e esportes, e os gêneros menos populares são justamente os que possuem ritmo mais lento: puzzle, jogos online, RPG, estratégia e aventura. *Grand Theft Auto* (Rockstar Games, 1997), um jogo que se passa no submundo e o jogador pode transgredir a lei e fazer muitos tipos de delinquência, destacou-se nos jogos mais citados.

Os fatores de diversão que se destacaram foram o sentimento de que o jogo é real (2,14), mas acima deste estão a busca por fazer o que é impossível no mundo real (2,57) e do que é proibido no mundo real (2,42), por isso foram chamados de “escapistas”, pois buscam no jogo um espaço para fazer o que não podem ou não conseguem no mundo real. O nome egoísta lhes foi dado porque os itens menos valorizados estão os itens relacionados ao fazer o bem e o que é correto, melhorando o mundo do jogo (0,03), salvar o mundo com comportamento heróico (0,61) e colaborar com outros jogadores (0,74). Além de não se importarem com outros, também demonstraram não se importar com a beleza do jogo (0,76) ou em deixar as coisas harmoniosas (0,57), e não há nenhum item de socialização entre seus prediletos.

Escapistas egoístas	
Integrantes:	74
Idade (média):	14,82
Gênero:	43% feminino, 57% masculino
Experiência:	Jogam mais de duas vezes por semana (47%), jogam até duas vezes por semana (18%), jogavam, mas não jogam mais (31%), jogaram poucas vezes (4%), nunca jogaram (0%)
Local de jogo:	Em casa (93%), em casa de amigos (58%), em LAN house (18%), em fliperama (7%), pelo celular (20%), no trabalho (1%)
5 Tipos mais jogados	Tiro (63%), Corrida (51%), Luta (48%), Esportes (47%), Plataforma (44%)
5 Tipos menos jogados	Puzzle (19%), Online (23%), RPG (27%), Estratégia (30%), Aventura (32%)
Jogos mais citados:	Grand Theft Auto (38%), The Sims (28%), Super Mário (26%), Need for Speed (24%), Counter Strike (23%), Pro Evolution Soccer (19%), Call of Duty (15%), Mortal Kombat (14%), Guitar Hero (11%), Resident Evil (9%), Colheita Feliz (9%), Tibia (8%), Crash Bandicoot (7%), Black (5%), Fifa (5%), God of War (5%), Gran Turismo (5%), Medal of Honor (5%), Tetris (5%), Tomb Raider (5%), Futebol (4%)
5 Fatores mais importantes	<p>“Jogar em mundos onde posso fazer o impossível, coisas que não consigo fazer no mundo real” (2,57)</p> <p>“Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir” (2,42)</p> <p>“Conseguir completar os objetivos com sucesso” (2,31)</p> <p>“Sentir que estou dentro do jogo e parece que aquilo tudo é real” (2,14)</p> <p>“Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquisei” (2,04)</p>
5 Fatores menos importantes	<p>“Fazer o que é bom e correto e assim melhorar o mundo do jogo” (0,03)</p> <p>“Fazer com que as coisas fiquem de um jeito que eu ache bonito e harmonioso” (0,57)</p> <p>“Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza” (0,61)</p> <p>“Colaborar com outros jogadores com objetivos comuns” (0,74)</p> <p>“Ver imagens, cenários e personagens bonitos e agradáveis ao olhar” (0,76)</p>

5.3.7 Distraídas desinteressadas

O mais numeroso dos perfis, com mais integrantes do que o dobro do que qualquer outro, este perfil é composto predominantemente por jogadoras do sexo feminino. São jogadoras com uma faixa etária alta para a amostragem (quase 16 anos), e se caracterizam por uma grande quantidade de jogadoras que já abandonaram o hábito de jogo (41% do perfil) e por muitas jogadoras que jogaram poucas vezes (24%). Caracterizam-se por terem pouco interesse em jogos eletrônicos de forma geral. Mal frequentam *LAN Houses* (apenas 2% assinalou esta opção) e mesmos nos fatores de diversão mais altos, encontramos valores baixos, não chegando a 2,00; o que sugere muitas respostas em que afirmam gostar de determinados aspectos, mas dificilmente gostam muito, o que demonstra desinteresse.

Seus jogos parecem ser jogos mais simples, com grande popularidade de jogos de passatempo, puzzle, quebra cabeças, o que aparece também na citação dos jogos do Mário por 41% da amostra, Colheita Feliz por 13%, Tetris por 7% e Campo Minado por 7% também. Não são porcentagens muito grandes se comparados com outros grupos, mas justamente por este ser um grupo menos interessado (com jogadoras com pouca experiência, pouco motivadas para o jogo ou que já não jogam mais) este dado passa a ser significativo, já que o pesquisador percebeu que de maneira geral, muitos respondentes menos interessados nos jogos dedicavam-se menos à questão aberta sobre seus jogos prediletos e deixavam espaços em branco (enquanto os mais motivados perguntavam se poderiam escrever mais de 4 jogos na lista).

Dentre os fatores de diversão, ganha destaque o jogo como distração a para passar o tempo (1,63), assim como ver cenários bonitos (1,29), embora nenhum dos dois itens possua média alta. Dentre os itens de menor preferência está tratar os jogos como assunto de conversa (0,37), o que demonstra que o jogo não é um aspecto tão importante na vida dos integrantes deste perfil.

Distraídas e desinteressadas	
Integrantes:	155
Idade (média):	15,95
Gênero:	84% feminino, 16% masculino
Experiência:	Jogam mais de duas vezes por semana (22%), jogam até duas vezes por semana (12%), jogavam, mas não jogam mais (41%), jogaram poucas vezes (24%), nunca jogaram (0%)
Local de jogo:	Em casa (86%), em casa de amigos (49%), em LAN house (2%), em fliperama (3%), pelo celular (28%), no trabalho (2%)
5 Tipos mais jogados	Plataforma (60%), Simulação (54%), Passatempo (47%), Puzzle (41%), Corrida (38%)
5 Tipos menos jogados	Tiro (15%), Estratégia (16%), RPG (17%), Online (17%), Aventura (23%)
Jogos mais citados:	Super Mário (41%), The Sims (38%), Crash Bandicoot (14%), Colheita Feliz (13%), Mortal Kombat (11%), Counter Strike (9%), Need for Speed (8%), GTA (8%), Campo Minado (7%), Guitar Hero (7%), Tetris (7%), Pokemon (5%), Sonic (5%), Tony Hawk (5%), Corrida (3%), Fifa (3%), Mini fazenda (3%), Paciência (3%), Ragnarok (3%), Tekken (3%), Street Fighter (3%), Futebol (2%), Gran Turismo (2%), Donkey Kong (2%), Winning Eleven (2%), Plataforma (2%), Mário Kart (2%), Café Mania (2%), Grand Chase (1%), God of War (1%), Luta (1%), Pacman (1%), Resident Evil (1%), Bomberman (1%), Club Penguin (1%), Tomb Raider (1%), Warcraft (1%), Cartoon Network (1%)
5 Fatores mais importantes	<p>“Conseguir completar os objetivos com sucesso” (1,69)</p> <p>“Jogar para me distrair e passar o tempo” (1,63)</p> <p>“Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido” (1,42)</p> <p>“Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquistei” (1,31)</p> <p>“Ver imagens, cenários e personagens bonitos e agradáveis ao olhar” (1,29)</p>
5 Fatores menos importantes	<p>“Observar a destruição, a morte e a violência dentro do jogo” (-0,47)</p> <p>“Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita” (-0,40)</p> <p>“Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir” (-0,19)</p>

“Fazer com que as coisas fiquem bizarras e que pareçam fora de ordem” (0,09) “Conversar com meus amigos sobre games” (0,37)
--

Tabela 25: Perfil 7: Distraídas e desinteressadas

5.3.8 Desistentes

Este grupo, composto por um pouco mais de jogadoras do que de jogadores, possui muitos jogadores que abandonaram o hábito do jogo (49%). São um grupo um pouco mais velho que a maioria, com média de idade acima de 15 anos. Suas porcentagens de onde jogam são baixas em todos os lugares.

Seus fatores de diversão demonstram um grupo bem desinteressado, com o valor mais alto alcançando apenas 1,30. O jogo como distração é um dos fatores mais altos (0,90), assim como o desafio (0,90).

Apresentados os 27 itens que se dividem em 4 quadrantes e que formaram o questionário, as seis dimensões que puderam ser encontradas através dos 27 itens e os oito perfis de usuários em que foram divididos os 636 respondentes (baseando-se também nos 27 itens), este capítulo apresenta as contribuições que esta dissertação pretende dar para os estudos sobre jogos eletrônicos.

Desistentes	
Integrantes:	69
Idade (média):	15,14
Gênero:	59% feminino, 41% masculino
Experiência:	Jogam mais de duas vezes por semana (18%), jogam até duas vezes por semana (16%), jogavam, mas não jogam mais (49%), jogaram poucas vezes (12%), nunca jogaram (6%)
Local de jogo:	Em casa (79%), em casa de amigos (39%), em LAN house (1%), em fliperama (4%), pelo celular (13%), no trabalho (0%)
5 Tipos mais jogados	Plataforma (53%), Tiro (41%), Corrida (37%), Esportes (34%), Simulação (34%)
5 Tipos menos jogados	Puzzle (13%), RPG (16%), Aventura, (18%), Online (19%), Estratégia (24%)
Jogos mais citados:	Super Mário (41%), The Sims (29%), Counter Strike (16%), Winning Eleven (14%), Need for Speed (14%), Colheita Feliz (12%), Crash Bandicoot (12%), Grand Theft Auto (12%), Mortal Kombat (9%), Fifa (7%), Tony Hawk Pro Skater (7%), Guitar Hero (6%), Medal of Honor (6%), Final Fantasy (4%), Futebol (4%), God of War (4%), Pro Evolution Soccer (4%), Age of Empires (4%), Donkey Kong (4%), Resident Evil (4%), Warcraft (4%)
5 Fatores mais importantes	<p>“Conseguir completar os objetivos com sucesso” (1,30)</p> <p>“Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido” (0,90)</p> <p>“Jogar para me distrair e passar o tempo” (0,90)</p> <p>“Ver no jogo lugares e personagens tão convincentes que pareçam existir de verdade” (0,81)</p> <p>“Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir” (0,80)</p>
5 Fatores menos importantes	<p>“Fazer o que é bom e correto e assim melhorar o mundo do jogo” (0,01)</p> <p>“Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita” (0,09)</p> <p>“Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza” (0,13)</p> <p>“Conversar com meus amigos sobre games” (0,16)</p> <p>“Colaborar com outros jogadores com objetivos comuns” (0,22)</p>

Tabela 26: Perfil 8: Desistentes

6. CONSIDERAÇÕES: EPÍLOGO – UM FIM COM PROMESSAS

O epílogo normalmente é uma parte entediante, após o ápice da história, e após o desfecho principal. Mas nenhum jogo que se preze irá permitir que o jogador chegue ao final sem provocá-lo para a próxima edição ou outra forma de continuidade (afinal, os profissionais da indústria dos jogos precisam continuar trabalhando!), e o mesmo acontece com um trabalho de pesquisa. Ele sozinho dificilmente conseguirá ser uma conquista magnífica: mas se conseguir alcançar a pretensiosa intenção de ser um tijolo que fundamentará trabalhos futuros, terá cumprido seu papel.

O trabalho se propôs a dividir um grande grupo de jogadores em perfis de usuário, baseando-se em seus gostos pessoais. O resultado encontrado foram 8 perfis, mas percebeu-se que as diferenças entre os perfis não foram tão diferentes quanto o esperado. Alguns itens e jogos permeiam praticamente todos os perfis, como o item sobre completar objetivos com sucesso, enquanto outros itens são desvalorizados por quase todos eles. Talvez as diferenças entre os perfis não seja assim tão clara, e os jogadores não sejam tão diferentes uns dos outros, de forma que haja muitas similaridades entre os grupos. Ou ainda, talvez os parâmetros para esta divisão não tenham sido os melhores. Independente das possíveis críticas a esta divisão proposta acreditamos que ela como pesquisa exploratória abre muitas portas para outros que queiram buscar perfis de usuário, servindo de base para novas propostas, ou ainda de plataforma para pesquisas que aprofundem o conhecimento sobre cada um dos perfis, talvez suas especificidades mereçam mais atenção.

Embora o objetivo da pesquisa tenha sido a definição dos perfis de usuário, outra contribuição é uma concepção organizada dos fatores de diversão, e a resposta de muitos respondentes a cada um dos itens. A listagem de fatores distribuída em quatro quadrantes não espelha a realidade, mas é uma lente com a qual se pode observar o fenômeno da diversão nos jogos eletrônicos. Não encontramos nas propostas anteriores nenhum modelo que apresentasse uma valorização moral implícita, e nem que opusesse conceitos de jogabilidade com temas de jogo como o bem, o mal e o feio. Talvez esta lista dos itens sirva para inspirar novas concepções e trazer novas reflexões, como fizeram cada

uma das listagens que foram observadas para a criação daquela apresentada neste trabalho. Os itens prontos no formato de frases, também disponibilizados no apêndice, oferecem a possibilidade de serem utilizados em outros contextos, e a lista de fatores facilmente adaptada para outras funções ou outros métodos de pesquisa (como entrevistas, ou observação direta de jogadores durante o jogo), ou mesmo outros públicos, como jogadores com uma faixa etária diferente da abordada.

O trabalho também levanta dados sobre um público brasileiro de jogadores, e tentamos comparar com resultados de pesquisas em países de língua inglesa que estavam disponíveis. Pesquisas como estas podem levantar diferenças de jogadores conforme localização, o que pode vir a ser precioso para desenvolvedores de jogos em português, que não tem muitas fontes de informações dentro do contexto nacional.

Uma tentativa do pesquisador foi o de levantar dúvidas sobre os itens, distribuindo ganchos ao longo do texto para possíveis pesquisas futuras. Muitas delas dificilmente poderiam ser respondidas com pesquisa quantitativa, e uma pesquisa qualitativa poderia complementar esta, que se limita aos resultados que o método proporciona.

Apesar do caráter acadêmico, acreditamos que esta pesquisa pode ser enriquecedora para profissionais da área de design de jogos. Não apenas por levantar informações sobre um público mas também por incitar reflexão sobre o jogar; para que o trabalho de projetar jogos não seja uma repetição cega de padrões, mas que sejam repensados, criticados, comparados, aprofundados e questionados.

Esta pesquisa pretende contribuir com a área de pesquisa dos jogos eletrônicos levantando informações e dando uma modesta contribuição na compreensão do fenômeno baseando-se na opinião dos usuários. Como artefatos digitais sofisticados e com formas complexas de envolvimento com usuários, sua compreensão nunca estará completa mas enriquecendo-se a partir das múltiplas visões e experiências, e esta é uma delas.

To be continued...

REFERÊNCIAS

Aarseth, E. (2001) **Computer Game Studies, Year One**, Game Studies, 1(1), July. Available online at <<http://www.gamestudies.org>>

Albuquerque, Rafael Marques de; Fialho, Francisco Antonio Pereira. **Diversão nos jogos eletrônicos**: reflexões epistemológicas para o game design. SBGames 2010 Artes & Design Proceedings. Florianópolis, 2010.

Albuquerque, Rafael Marques de; Fialho, Francisco Antonio Pereira; Pereira, Alice Theresinha Cybis; Gonçalves, Marília Mattos. **Digital game based learning with free online games**: analysing two games against poverty. Conference ICBL 2009. In: Conference ICBL 2009 Proceedings. Florianópolis – Brazil: November, 2009.

Almeida, Rogério M. de. **Eros e Tântatos**: A vida, a morte, o desejo. Edições Loyola, São Paulo, 2007.

Alves, Lynn. **Videogames**: Algo mais que a violência. In: Fernandes, Anita Maria da Rocha; Clua, Esteban Walter Gonzalez; Alves, Lynn; Dazzi, Rudimar Luis Scaranto (organizadores). Jogos eletrônicos: Mapeando Novas Perspectivas. Visual Books, Florianópolis, 2009.

Anderson, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. 3. ed Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2006. 240p.

Aristóteles. **A Poética**. Editora Nova Cultural, São Paulo. 1999. Capítulo V, versículo 22. p.

Bakhtin, Mikhail. **A Imagem grotesca do corpo em Rabelais e suas fontes**, In: A cultura popular na Idade Média e no Renascimento. Edunb. São Paulo-Brasília. 1996. 3ª edição. 5º capítulo.

Barendregt, Wolmet; Bekker, Mathilde M.; Speerstra, Mathilde. **Empirical evaluation of usability and fun in computer games for children**. Human-Computer Interaction. INTERACT'03. M. Rauterberg et al. (Eds.) Published by IOS Press, (c) IFIP, 2003, pp. 705-708.

Calleja, Gordon. **Digital Games as Designed Experience: Reframing the Concept of Immersion**. 256 f. Tese (Doutorado em Filosofia). Victoria University of Wellington. 2007a.

_____. **Digital Game Involvement: A Conceptual Model**. Games and Culture. Volume 2 Number 3 July 2007b.

Campbell, Joseph. **O poder do mito**. Tradução de Carlos Felipe Moisés. Editora Palas Athena: São Paulo, 1990.

Crawford, Chris. **Chris Crawford on game design**. Indianapolis, New Riders, 2003.

Cruz, Dulce Márcia; Albuquerque, Rafael Marques; Azevedo, Victor de Abreu. **Jogando e aprendendo nos mundos virtuais**. In: Simpósio Santa Catarina Games, 2009, Florianópolis. Anais do I Simpósio Santa Catarina Games, 2009. v. 1.

Cruz, Dulce Márcia; Moreira, Cristiano. **As narrativas eletrônicas e suas possibilidades educacionais**. In: Diana Carvalho de Carvalho; Ilana Laterman; Leandro Belinaso Guimarães; Nelita Bortolotto. (Org.). Experiências pedagógicas com o ensino e formação docente: desafios

contemporâneos (no prelo). 1 ed. Araraquara: Junqueira & Marin Editores, 2009, v. 1, p. 35-50.

Csikszentmihalyi, Mihaly. **Flow**: the psychology of optimal experience. United States of America, Harper & Row Publishers, 1990.

Dansky, Richard. **Introduction to Game Narrative**. In Bateman, Chris. (Edited by). *Game writing: Narrative Skills for videogames*. Charles River Media, Boston, Massachusetts – USA. 2007.

Descartes, René (1596-1650). **As paixões da alma**. Tradução de Rosemary Costhek Abílio. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

Desurvire, Heather; Wiberg, Charlotte. **Game Usability Heuristics (PLAY) For Evaluating and Designing Better Games**: The Next Iteration Lecture. In A.A. Ozok and P. Zaphiris (Eds.): *Online Communities, LNCS 5621*, pp. 557–566, 2009

Eglesz, Dénes; Fekete, István; Kiss, Orhidea Edith; Izsó, Lajos. **Computer games are fun?** On professional games and players' motivations. *Educational Media International*, Vol. 42, No. 2, June 2005, pp. 117–124.

Federoff, Melissa A. **Heuristics and usability guidelines for the creation and evaluation of fun in video games**. 2002. 52 f. Dissertação (Mestrado em Telecomunicações) – Universidade de Indiana, EUA.

Fialho, Francisco Antonio Pereira; Braviano, Gilson; Santos, Neri dos. **Métodos e técnicas em ergonomia**. Florianópolis – Edição dos autores, 2005.

Fu, Fong-Ling; Su, Rong-Chang; Yu, Sheng-Chin. **EGameFlow**: A scale to measure learners' enjoyment of e-learning games. *Computers & Education* 52 (2009) pp. 101–112, 2009.

Fullerton, Tracy. **Game Design Workshop**: a playcentric approach to creating innovative games. Second edition. United States of America, Elsevier, 2008.

Galisi, Delmar. **Videogames**: ensino superior de jogos no Brasil. In: Santaella, Lúcia; Feitoza, Mirna (Organizadoras). *Mapa do Jogo: A diversidade Cultural dos jogos*. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

Gaspar, Débora da Rocha. **Jogos eletrônicos**: entre a escola e a lan house. 2007. 182 p. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.

Gee, Paul James. **What Games have to teach us about learning and literacy**. New York, Palgrave MacMillan, 2007.

Gillham. Bill. **Developing a questionnaire**. Continuum: London, 2000.

Godoi, Christiane Kleinubing. **Categorias da motivação na aprendizagem**. Florianópolis, 2001. 406f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção.

Gouveia, Patrícia. **Simulação Lúdica, a Arte da Jogabilidade como Narração Sensorial**. In: Fernandes, Anita Maria da Rocha; Clua, Esteban Walter Gonzalez; Alves, Lynn; Dazzi, Rudimar Luis Scaranto (organizadores). *Jogos eletrônicos: Mapeando Novas Perspectivas*. Visual Books, Florianópolis, 2009.

Greenberg, Bradley S.; Sherry, John; Lachlan, Kenneth; Lucas, Kristen; Holmstrom, Amanda. **Orientation to Video Games Among Gender and Age Groups**. Simulation and Gaming 41(2). 2008.

Hangcock, P.; Pepe, A.; Murphy, L. 2005. **Hedonomics**: the Power of positive and pleasurable ergonomics. Ergonomics in design. V. 13, n. 1, p. 8-14.

Hanna, Libby; Neapolitan, Denise; Ridsen, Kirsten. **Evaluating Computer Game Concepts with Children**. IDC 2004, June 1-3, 2004, College Park, Maryland, USA.

Helander, M.; Tham, M. P. **Hedonomic** – affective human factors design. Ergonomics. V. 46. N. 13/14. P. 1269-1272, 2003.

Hoffman, Bobby; Nadelson, Louis. **Motivational engagement and video gaming**: a mixed methods study. Education Tech research. 2010.

Hugo, Victor. **Do Grotesco e do Sublime** - Tradução do Prefácio de Cronwell. Editora Perspectiva. São Paulo.

Huizinga, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. 4.ed. São Paulo: Perspectiva, 1993. 243p.

Inal, Yavuz; Cagiltay, Kursat. **Flow experiences of children in an interactive social game environment**. British journal of Educational Technology Vol 38 No 3, 2007. Pp. 455-464.

Jones, Gerard. **Brincando de matar monstros**: por que as crianças precisam de fantasia, videogames e violência de faz-de-conta. Tradução de Ana Ban. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2004.

Jordan, Patrick W. **Designing pleasurable products**. London: Taylor & Francis, 2000.

Juul, E. 2001. **The repeatedly lost art of studying games**, Game Studies, 1(1), July. Available online at <<http://www.gamestudies.org>>

Kiili, Kristian. **On educational game design**: building blocks of flow experience. Tampere University of Technology Publication 571. Tampere, Finland: Tampere University of Technology, 2005.

Koster, Raph. **A Theory of Fun for Game Design**. Paraglyph Press. Scottsdale, Arizona – USA. 2005.

Lakatos, Eva Maria; Marconi, Marina de Andrade. . **Metodologia científica** : ciencia e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis.. 5. ed. rev. e ampl. São Paulo (SP): Atlas, 2007.

Lean, Jonathan; Moizer, Jonathan; Towler, Michael; Abbey, Caroline. **Simulation and games**: Use and barriers in higher education. Active Learning in Higher Education. Vol 7(3): 227–242. London, 2006.

Maffesoli, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitaria, 2000. 232p.

Malone, T.; Lepper, M. **Making learning fun**: A taxonomy of intrinsic motivations for learning. In: SNOW, R.; FARR, M. ;Aptitude, learning, and instruction: III. Conative and affective process analyses. Erlbaum: Hillsdale, NJ, 1987. p. 223-253

Mäyrä, Frans. **An introduction to game studies**: games in culture. Padstow, Cornwall (Great Britain): Sage Publications, 2008.

Mingoti, Sueli Aparecida. **Análise de dados através de métodos de estatística multivariada**: Uma abordagem aplicada. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

Moita, Filomena Maria Gonçalves da Silva Cordeiro. **Games**: Contexto Cultural e Curricular Juvenil. 2006. 181 f. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade Federal da Paraíba, 2006.

Morin, Edgar. **Ciência com Consciência**. Tradução de Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória. 13ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

Niemeyer, Lucy. **Design Atitudinal**: uma abordagem projetual. In: Molt'Alvão, Claudia; Damazio, Vera (organizadoras). Design Ergonomia Emoção. Rio de Janeiro, Mauad X: FAPERJ, 2008.

Norman, Donald A. **Design Emocional**: Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Tradução de Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

Pasquali, Luiz. **Psicometria** - Teoria dos testes na Psicologia e na Educação. Segunda Edição. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2004.

Pearce, Jon M. **Achieving flow in an online learning environment**. In R. Atkinson, C. McBeath, D. Jonas-Dwyer & R. Phillips (Eds), Beyond the comfort zone: Proceedings of the 21st ASCILITE Conference (p. 759). December, 2004.

Preece, Jennifer; Rogers, Yvone; Sharp, Helen. **Design de Interação: Além da interação homem-computador**. Tradução de Viviane Possamai. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Prensky, Marc. **Digital game-based learning**. New York, McGraw-Hill, 2001.

_____. **The Motivation of Gameplay**. On The Horizon, Volume 10 número 1. 2002.

Poole, Steven. **Trigger Happy: Videogames and the entertainment revolution**. Arcade Publishing, New York. 2000.

Quandt, Thorsten; Grueninger, Helmut; Wimmer, Jeffrey. **The Gray Haired Gaming Generation: Findings From an Explorative Interview Study on Older Computer Gamers**. Games and Culture. Volume 4 Number 1, January 2009 27-46. 2009.

Ranhel, João. **O conceito de jogo e os jogos computacionais**. In: Santaella, Lúcia; Feitoza, Mirna (Organizadoras). Mapa do Jogo: A diversidade Cultural dos jogos. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

Read, Herbert. **As Origens da Forma na Arte**, Zahar Editora, Rio de Janeiro, 1967.

Read, Janet C.; MacFarlane, Stuart. **Using the Fun Toolkit and Other Survey Methods to Gather Opinions in Child Computer Interaction**. IDC '06, June 7-9, 2006 Tampere, Finland.

Rouse III, Richard. **Game Design: Theory and Practice**. Wordware Publishing, Plano, Texas - USA, 2001.

Russo, Beatriz; Hekkert, Paul. **Sobre amar um produto: os princípios fundamentais**. In: Molt'Alvão, Claudia; Damazio, Vera (organizadoras). Design Ergonomia Emoção. Rio de Janeiro, Mauad X: FAPERJ.

Salen, Katie; Zimmerman, Eric. **Rules of Play: Game Massachusetts, London, England. Design Fundamentals**. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts, London, Englan, 2004.

Santaella, Lúcia. **O que é semiótica**. 12. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 84p.

Santoro, Fernando. **Arqueologia dos prazeres**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.

Sato, Adriana Kei Ohashi. **Do mundo real ao mundo ficcional: a imersão no jogo**. In: Santaella, Lúcia; Feitoza, Mirna (Organizadoras). Mapa do Jogo: A diversidade Cultural dos jogos. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

Souza, Carlos Antonio; Fialho, Antonio Francisco Pereira; Otani, Nilo. **TCC: Métodos e Técnicas**. Florianópolis: Visual Books, 2007.

Schuyttema, Paul. **Design de games: uma abordagem prática**. Tradução de Cláudia Mello Belhassof. São Paulo, Cengage Learning, 2008.

Seligman, Martin E. P.; Csikszentmihalyi, Mihaly. **Positive psychology: An introduction**. American Psychologist. Vol. 55. No. 1. P. 5-14, 2000.

Sodré, Muniz; Paiva, Raquel. **O Império do Grotresco**. Mauad Editora: Rio de Janeiro, 2002.

Sweetser, Penelope; Wyeth, Peta. **GameFlow: A Model for Evaluating Player Enjoyment in Games**. ACM Computers in Entertainment, Vol. 3, No. 3, July 2005. Article 3A.

Tavares, Roger. **Fundamentos de game design para educadores**. I Seminário Jogos Eletrônicos, Educação e Comunicação - construindo novas trilhas, no GT – Desenvolvimento de Games. UNEB, Salvador – Bahia, outubro/2005.

Turkle, Sherry. **Life on the screen: identity in the age of the internet**. New York: Simon & Schuster, 1995.

Weaver III, James B. **Personality and Entertainment Preferences**. In Zillmann, Dolf; Vorderer, Peter (editors). Media Entertainment: the psychology of its appeal. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2000.

Wikipedia. **Jogo eletrônico casual**. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Jogo_eletr%C3%B4nico_casual Acessado em 28 de fevereiro de 2011.

Wikipedia. **Jogo eletrônico de simulação**. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Jogo_eletr%C3%B4nico_de_simula%C3%A7%C3%A3o Acessado em 28 de fevereiro de 2011.

Xavier, Guilherme. **A cultura visual nos jogos eletrônicos**: A condição eletrolúdica. Novas Ideias, Teresópolis, 2010.

Game Studies. Disponível em: <http://gamestudies.org> , acessado em 5 de agosto de 2010.

Games and Culture. Disponível em: <http://gac.sagepub.com/> acessado em 5 de agosto de 2010.

APÊNDICE

Versão final do questionário. A diagramação foi alterada.

Questionário sobre Games

(games são jogos eletrônicos, de vídeo-game, jogos para PC ou celular)

Este questionário faz parte de uma pesquisa do mestrado da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e tem o objetivo de entender a experiência do jogador de games.

Idade: _____ anos

Sexo: () Masculino () Feminino

Qual sua experiência como jogador(a) de games?

- () Tenho o hábito de jogar mais de duas vezes por semana
- () Tenho o hábito de jogar duas vezes por semana ou menos
- () Já tive o hábito de jogar, mas não tenho mais
- () Joguei poucas vezes em minha vida
- () Nunca joguei

As perguntas abaixo são sobre sua experiência nos games. Se você nunca jogou ou se jogou muito pouco, não precisa continuar preenchendo, entregue o questionário como ele está. Se já jogou, pode continuar respondendo. Obrigado por participar!

Se possui ou já possuiu hábito de jogar, onde isso normalmente acontece? (pode marcar mais de uma resposta)

- () em minha casa
- () em casa de amigos ou parentes
- () lan house
- () fliperama/arcade/taitorama
- () pelo celular ou console móvel, em qualquer lugar
- () no trabalho
- () outro _____

Qual tipo de jogo você costuma jogar? (pode marcar mais de uma opção)

- () tiro (ex: Counter Strike, Medal of Honor)
- () plataforma (ex: Super Mário Bros., Crash Bandicoot)

- aventura (ex: Tomb Raider, The Legend of Zelda)
- corrida (ex: Need for Speed, Gran Turismo)
- esportes (ex: Winning Eleven, Tony Hawk Pro Skater)
- estratégia (ex: Age of Empire, Warcraft)
- luta (ex: Tekken, Mortal Kombat, Street Fighter)
- RPG (ex: Grand Chase, Pokemon, Final Fantasy)
- simulação (ex: The Sims, Sim City)
- jogos online (ex: Tibia, Ragnarok, World of Warcraft)
- puzzle (quebra-cabeça)(ex: Tetris, Campo Minado)
- jogos pequenos, de passatempo, pela internet (Ex: Colheita Feliz, Cartoon Network)
- outro. Qual? _____

Liste por ordem de preferência o nome dos 4 jogos em que você mais se divertiu:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Responda às perguntas definindo o quanto você gosta do que está escrito, e tente associar as frases com sua experiência jogando games.

Circule apenas uma opção por questão.

1 – “Admirar mundos cheios de fantasia e coisas impossíveis”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- Nunca fiz isso

2 – “Comparar meus resultados com o de outros para ver quem é o melhor ou o mais habilidoso”

- (3) É um dos que mais gosto

- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

3 – “Fazer algo que foi desafiador, que foi difícil, mas que me esforcei e consegui, mesmo quando eu podia não ter conseguido”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

4 – “Saber que o resultado também depende da sorte e do azar, além de minha habilidade”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

5 – “Jogar para me distrair e passar o tempo”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

6 – “Sentir que eu consigo controlar o que está acontecendo, sabendo o que pode acontecer e como reagir”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto

() Nunca fiz isso

7 – “Fazer dentro do jogo o que é proibido na vida real: como roubar, matar ou destruir”

(3) É um dos que mais gosto

(2) Gosto muito

(1) Gosto

(0) Acho indiferente

(-1) Não gosto

() Nunca fiz isso

8 – “Colaborar com outros jogadores com objetivos comuns”

(3) É um dos que mais gosto

(2) Gosto muito

(1) Gosto

(0) Acho indiferente

(-1) Não gosto

() Nunca fiz isso

9 – “Ver imagens, cenários e personagens bonitos e agradáveis ao olhar”

(3) É um dos que mais gosto

(2) Gosto muito

(1) Gosto

(0) Acho indiferente

(-1) Não gosto

() Nunca fiz isso

10 – “Fazer o que é bom e correto e assim melhorar o mundo do jogo”

(3) É um dos que mais gosto

(2) Gosto muito

(1) Gosto

(0) Acho indiferente

(-1) Não gosto

() Nunca fiz isso

11 – “Ver no jogo lugares e personagens tão convincentes que pareçam existir de verdade”

(3) É um dos que mais gosto

(2) Gosto muito

- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

12 – “Receber algum tipo de prêmio ou recompensa por algo que eu fiz ou conquisei”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

13 – “Fazer ou manter amizades jogando games”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

14 – “Fazer com que as coisas fiquem de um jeito que eu ache bonito e harmonioso”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

15 – “Perceber que alguma coisa que eu não previa acontece e me surpreende”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

16 – “Ver deformidades, um mundo com aparência deturpada, horrível e esquisita”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

17 – “Conversar com meus amigos sobre games”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

18 – “Observar a destruição, a morte e a violência dentro do jogo”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

19 – “Jogar contra outros jogadores e tentar vencê-los”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

20 – “Perceber que há outras pessoas me admirando quando eu estou bem no jogo”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto

(0) Acho indiferente

(-1) Não gosto

() Nunca fiz isso

21 – “Conseguir completar os objetivos com sucesso”

(3) É um dos que mais gosto

(2) Gosto muito

(1) Gosto

(0) Acho indiferente

(-1) Não gosto

() Nunca fiz isso

22 – “Perceber que o mundo foi salvo, pessoas foram resgatadas, o mal foi combatido e heróis agem com honra e nobreza”

(3) É um dos que mais gosto

(2) Gosto muito

(1) Gosto

(0) Acho indiferente

(-1) Não gosto

() Nunca fiz isso

23 – “Jogar em mundos onde posso fazer o impossível, coisas que não consigo fazer no mundo real”

(3) É um dos que mais gosto

(2) Gosto muito

(1) Gosto

(0) Acho indiferente

(-1) Não gosto

() Nunca fiz isso

24 – “Sentir que estou dentro do jogo e parece que aquilo tudo é real”

(3) É um dos que mais gosto

(2) Gosto muito

(1) Gosto

(0) Acho indiferente

(-1) Não gosto

() Nunca fiz isso

25 – “Aprender algo novo enquanto jogo, mesmo que não seja um conhecimento útil, gosto de aprender”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

26 – “Sentir que estou no comando, que sou poderoso e posso escolher como eu quero as coisas e deixá-las do meu jeito”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

27 – “Fazer com que as coisas fiquem bizarras e que pareçam fora de ordem”

- (3) É um dos que mais gosto
- (2) Gosto muito
- (1) Gosto
- (0) Acho indiferente
- (-1) Não gosto
- () Nunca fiz isso

Obrigado por participar!

Comentários?