

# COMUNICAÇÃO:

Mídias, temporalidade e processos sociais

Miguel Rodrigues Netto  
(Organizador)





**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Assistentes editoriais**

Natalia Oliveira

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremona

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

**Revisão**

Os autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial**

**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará  
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

### **Ciências Biológicas e da Saúde**

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília  
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina  
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira  
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra  
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco  
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino  
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora  
Profª Drª Vanessa da Fontoura Custódio Monteiro – Universidade do Vale do Sapucaí  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie  
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás  
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Sidney Gonçalves de Lima – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Linguística, Letras e Artes**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro  
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo  
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

## Comunicação: mídias, temporalidade e processos sociais

**Diagramação:** Camila Alves de Cremo  
**Correção:** Mariane Aparecida Freitas  
**Indexação:** Gabriel Motomu Teshima  
**Revisão:** Os autores  
**Organizador:** Miguel Rodrigues Netto

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C741 Comunicação: mídias, temporalidade e processos sociais /  
Organizador Miguel Rodrigues Netto. – Ponta Grossa -  
PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-435-8

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.358212608>

1. Comunicação. 2. Mídias. I. Rodrigues Netto, Miguel  
(Organizador). II. Título.

CDD 302.23

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

contato@atenaeditora.com.br

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

## APRESENTAÇÃO

O livro “Comunicação: Mídias, temporalidade e processos sociais” é uma obra multidisciplinar que reúne estudos científicos de pesquisadores de diversas partes do país sob o fio condutor da mídia e de suas relações na sociedade. Ao todo dezessete capítulos emprestam seu brilho a esta obra que tem tudo para ser referência nos estudos da mídia. Este primeiro volume aborda de forma categorizada os trabalhos conforme suas afinidades temáticas.

Como é de se esperar pela temática, o livro apresenta uma predominância de capítulos que dialogam de modo mais explícito com o jornalismo e suas práticas assim temos a abordagem do jornalismo em plataformas digitais, jornalismo de revista e sites de notícias. A publicidade é também uma área central na obra e aqui temos estudos que abrangem comportamento do consumidor, campanha publicitária e publicidade comportamental.

Num eixo tangente às mídias o livro dialoga bem com áreas importantes das ciências humanas e sociais, como as interfaces tecnológicas nos estudos de games, seja nas transformações comunicacionais contemporâneas, seja enquanto jogos digitais acionados por smartphones ou na trilha sonora dos games. Também merece destaque o debate sobre o desejo social do consumo, a análise do discurso presidencial sob o espectro do negacionismo, bem como outros estudos que perpassam por campos complexos e múltiplos como direitos humanos, educação, filosofia e cultura.

O objetivo central do livro é demonstrar como é amplamente possível a partir de um tema interdisciplinar reunir pesquisadores dos mais diversos matizes capazes de produzir sentidos que dialogam entre si e que ampliar o alcance de um debate tão caro ao nosso tempo como a temporalidade e os processos sociais que emergem das mídias e que foram catapultados ao plano máximo com o advento da pandemia do Coronavírus.

A humanidade nunca esteve tão conectada e a sociedade em rede nunca foi tão real. O ciberespaço se maqueia de simulacro e realidade conforme a nuance que lhe é dada pelo fluxo cibercultural do conteúdo compartilhado. As relações econômicas, políticas e sociais se imbricaram de tal forma que é impossível dizer quanto um conteúdo é comercial, de entretenimento, de engajamento ou instrucional. Não sabemos a medida potencial dos meios que nos cercam.

Deste modo a obra Comunicação: Mídias, temporalidade e processos sociais apresenta uma teoria bem fundamentada nos resultados práticos obtidos pelos diversos pesquisadores que arduamente desenvolveram seus trabalhos que aqui serão apresentados de maneira concisa e didática. Esperamos que nestes tempos sombrios onde a intolerância e a polarização insistem em minar o senso crítico, que esta obra possa servir de luz para pavimentar o sólido conhecimento acerca das mídias que aqui se constrói e se consolida.

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

A PANDEMIA NO UNIVERSO DELAS: COMO PLATAFORMAS DIGITAIS DIRIGIDAS ÀS MULHERES INFORMAM SUAS LEITORAS SOBRE O CORONAVÍRUS

Elizângela Costa de Carvalho Noronha


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126081>

### **CAPÍTULO 2..... 23**

CONTEÚDO JORNALÍSTICO DAS REVISTAS BOA FORMA E CORPO A CORPO NA ABORDAGEM DO TEMA BELEZA

Miguel Rodrigues Netto


Débora de Andrade Barbão

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126082>

### **CAPÍTULO 3..... 39**

MERCADO DE REVISTAS E O NICHU DO HOMEM EM CRISE DE IDENTIDADE NO BRASIL E PORTUGAL


Mateus Silva Noronha

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126083>

### **CAPÍTULO 4..... 54**

MODELOS DE NEGÓCIO NO JORNALISMO DIGITAL: PERSPECTIVAS E DESAFIOS PARA O USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Raniê Solarevisky de Jesus


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126084>

### **CAPÍTULO 5..... 71**

AS NARRATIVAS EM SUAS FORMAÇÕES DISCURSIVAS: O CASO “LAVA JATO” EM SITES JORNALÍSTICOS

Karolina de Almeida Calado


Heitor Costa Lima da Rocha

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126085>

### **CAPÍTULO 6..... 85**

A CAMPANHA DE LANÇAMENTO DA MARCA DEVASSA E A REINVENÇÃO DA PUBLICIDADE


Sandra Maria Ribeiro de Souza








 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126086>




### **CAPÍTULO 7..... 98**

O CONSUMO DO MODO DE VIDA DA ARISTOCRACIA INGLESA: A REPRESENTATIVIDADE DO LUXO E PODER

Lye Renata Prando

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126087>

<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>109</b>
PUBLICIDADE COMPORTAMENTAL E RESPONSABILIDADE CIVIL	
Bruno Yudi Soares Koga	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126088">https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126088</a>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>129</b>
GAMES E INTERFACES: UMA CORRELAÇÃO ENTRE A POPULARIDADE E A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO	
Paula Poiet Sampedro	
Gislene Victoria Silva	
Vania Cristina Pires Nogueira Valente	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126089">https://doi.org/10.22533/at.ed.3582126089</a>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>141</b>
TRANSFORMAÇÕES COMUNICACIONAIS CONTEMPORÂNEAS A PARTIR DO PRISMA TECNOLÓGICO	
Danusa Santana Andrade	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260810">https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260810</a>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>153</b>
ANÁLISE TEÓRICA SOBRE JOGOS DIDÁTICOS DISPONÍVEIS COMO APLICATIVOS PARA SMARTPHONES COM O TEMA TABELA PERIÓDICA	
Carlos Adriano Sá Amorim	
Elaine da Silva Ramos	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260811">https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260811</a>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>166</b>
A TRILHA SONORA DOS GAMES: UMA RETROSPECTIVA	
Gislene Victoria Silva	
Paula Poiet Sampedro	
Vânia Cristina Pires Nogueira Valente	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260812">https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260812</a>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>178</b>
A LIBERDADE DO INDIVÍDUO NO DESEJO SOCIAL DE CONSUMO A FILOSOFIA DE UMA CONSCIÊNCIA NO HUMANISMO DE ERICH FROMM	
Antônio Veiga Neto	
Jacir Alfonso Zanatta	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260813">https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260813</a>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>194</b>
A NEGAÇÃO DA VACINA E A RESISTÊNCIA AO JACARÉ: DO DISCURSO VERBAL DO PRESIDENTE AO DISCURSO MIMETIZADO DA OPOSIÇÃO	
Ahiranie Sales dos Santos Manzoni	
Lisiane Alcaria de Oliveira	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260814">https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260814</a>	

<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>207</b>
PESQUISAS EM MUDIATIZAÇÃO E POLÍTICA: O ESTADO DA ARTE NO BRASIL	
Mab Favero Nathasje	
Marcos Fabio Belo Matos	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260815">https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260815</a>	
<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>222</b>
VIOLÊNCIA-IMAGEM, MÍDIA E PULSÃO DE MORTE: PEDAGOGIA DO IMAGINÁRIO E DIREITOS HUMANOS	
Magno Medeiros	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260816">https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260816</a>	
<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>235</b>
RESSIGNIFICAÇÃO DO MITO SUL-RIO-GRANDENSE PELO OLHAR DE MENINAS ESCOLARES DE 12 A 18 ANOS RESIDENTES EM SANTA MARIA, RS	
Jéssica Dalcin da Silva	
Evandro Bertol	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260817">https://doi.org/10.22533/at.ed.35821260817</a>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....	<b>241</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	<b>242</b>

## GAMES E INTERFACES: UMA CORRELAÇÃO ENTRE A POPULARIDADE E A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Data de aceite: 01/09/2021

Data de submissão: 04/06/2021

### Paula Poiet Sampedro

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp)  
Bauru, SP  
<http://lattes.cnpq.br/8388039231523027>

### Gislene Victoria Silva

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp)  
Bauru, SP  
<http://lattes.cnpq.br/8978120515660556>

### Vania Cristina Pires Nogueira Valente

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp)  
Bauru, SP  
<http://lattes.cnpq.br/8962021573218552>

**RESUMO:** O mercado de jogos digitais tem ganhado diversas possibilidades e ferramentas devido à popularização dos computadores, *smartphones* e *tablets*, esse trabalho procura discutir esse mercado e a experiência do usuário (UX) no meio digital. A pesquisa buscou saber a opinião dos jogadores sobre os jogos digitais que que esses mais estão consumindo, para verificar a correlação entre a popularidade dos jogos e a experiência que esses fornecem aos usuários, além de estabelecer possíveis relações entre faixas etárias. O foco principal foi à avaliação das interfaces dos dois games mais citados na pesquisa, *League of Legends* e *Free*

*Fire*, e os resultados apontam para elementos que são bem explorados e outros que precisam ser melhorados para aprimorar a UX dentro dos jogos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jogos digitais; Experiência do usuário; Design de interfaces; Games.

### GAMES AND INTERFACES: A CORRELATION BETWEEN POPULARITY AND USER EXPERIENCE

**ABSTRACT:** The current game market has won different possibilities and tools because of computer, smartphones and tablets popularization, the current work discusses this market and the user experience (UX) in digital medium. The research focused on player's opinions about the digital games that they are consuming, to verify the correlation between games popularity and the experience provided to the users, and to establish possible relations about age range. This work focus was the interface evaluation of the two games most cited in the survey, *League of Legends* and *Free Fire*, and the results point to elements that are well explored and others that need to be improved to increase the UX in games.

**KEYWORDS:** Digital game; User experience; Interface design; Games.

## 1 | INTRODUÇÃO

Os jogos digitais atualmente têm ganhado um espaço diferenciado devido às possibilidades trazidas pela internet. Esse mercado tornou-se mundial e hoje conta com diversas lojas online

especializadas em venda de jogos e entretenimento totalmente digitais. Segundo Huizinga (2014), o jogo é um fato mais antigo que a cultura, uma vez que os animais também praticam esse tipo de atividades e a civilização humana não acrescentou característica essencial alguma à ideia geral de jogo. Apesar de Huizinga ter sido o pioneiro nos estudos sobre jogos (Salen e Zimmerman, 2004), outros autores também estudam o assunto sobre diversos pontos de vista, como o professor e teórico em jogos Jesper Juul (2011), os professores e game *designers* Katie Salen e Eric Zimmerman (2004) entre outros.

Para além dos jogos, diversos autores estudam a interação dos usuários com os meios digitais, como por exemplo, Prensky (2012, p. 155) que afirma que “os computadores e os videogames quase podem ser considerados os passatempos que mais prendem a atenção de seus usuários na história da humanidade”. O autor (2012) aborda o design balanceado, criativo, focado, com personalidade, tensão e energia como princípios para o desenvolvimento de games e fatores que reforçam a UX. Para Prensky (2012) pontos importantes para a UX são: uma clara visão geral; um foco constante na experiência do jogador; uma estrutura forte; altamente adaptável; fácil de aprender, difícil de dominar; que mantém o jogador no estado de fluxo; que oferece frequentes recompensas e não penalidades; que inclui exploração e descobertas; oferece assistência mútua; tem uma interface útil e inclui a capacidade de salvar o progresso.

Seguindo um ponto de vista semelhante, Juul (2011) e Valente (2018) apontam que um jogo deve promover desafios que oferecem certo grau de dificuldade, jogar um jogo melhora as habilidades dos jogadores, fundamentalmente tornando-se um processo de aprendizagem. Quando um jogador está interagindo com um jogo ele é “transportado” para o ambiente do jogo e quase chega a acreditar que realmente está lá (Huizinga, 2014), é nesse meio que o processo de aprender a jogar acontece. Para explicar essa sensação de concentração, Mihaly Csikszentmihalyi (1999, p. 136) aponta o conceito do fluxo (*flow*) como um estado onde o usuário está totalmente engajado em uma atividade “o fluxo é uma fonte de energia psíquica que concentra a atenção e motiva a ação”. Ele é atingido quando se tem metas e objetivos claros que exigem respostas apropriadas, foco e concentração e equilíbrio entre habilidades e desafios, pois se os desafios são elevados, causam frustração, se baixos, levam à apatia e tédio. As atividades que podem proporcionar esse estado são chamadas pelo autor de “atividades de fluxo” (Csikszentmihalyi, 1999).

Para diferenciar os jogos não digitais (tabuleiro, cartas, assim por diante) dos digitais (que utilizam de computadores, dispositivos móveis, consoles de vídeo games, entre outros), esses últimos estão definidos nesse texto como “games”. Os games digitais podem ser considerados atividades de fluxo, uma vez que fornecem desafios aos jogadores e respostas imediatas às suas ações e que, assim como citado por Huizinga (2014), têm o poder de imergir o usuário em seu ambiente. No entanto, nem todo jogo funciona como atividade de fluxo para todo jogador, esse estado ocorre quando a atividade realizada é balanceada entre as habilidades do usuário e os desafios fornecidos pelo jogo.

O fluxo trazido por essas atividades influencia diretamente na UX, e ambos são influenciados pela interface que o jogo apresenta aos usuários: seu design visual, sonoro, suas ferramentas e possibilidades. Jakob Nielsen (1993) define “usabilidade” como um atributo de qualidade, que avalia o grau de facilidade de interação de algum dispositivo ou qualquer interface que possa ser operada por um usuário. Usabilidade se refere ainda aos métodos para melhorar a facilidade de uso durante o processo de planejamento de uma interface e os cinco componentes que definem a usabilidade são: facilidade de aprendizado, eficiência de uso, facilidade de memorização, baixa taxa de erros e satisfação subjetiva. O sistema precisa ser fácil de aprender e uma vez aprendido a interagir, o usuário deve ser apto a atingir altos níveis de produtividade, após certo período sem utilizá-lo, o usuário casual precisa ser capaz de retornar ao sistema e realizar suas tarefas, sem a necessidade de reaprender como interagir com ele. O usuário deve ser capaz de operar o sistema sem maiores transtornos, com baixa taxa de erros e, caso estes ocorram, o usuário deve ser capaz de se recuperar. Erros grosseiros não devem ocorrer. A interação deve ser agradável, de forma que o usuário se sinta subjetivamente satisfeito ao utilizar o sistema. Esses elementos colaboram com a UX e a potencializam, facilitando o alcance do fluxo pelos jogadores.

Y'ng Ng et al (2018) apontam que a UX nos videogames tende a ir além da implementação real do próprio jogo pois para apreciar e compreender jogos é necessário entender o que acontece no ato de jogar, na experiência de jogo. Para os autores (2018) a principal intenção de qualquer desenvolvimento de jogo que seja: divertido, forneça surpresas, desafios e experiências esteticamente agradáveis, apoiando uma conexão social e permitindo que o jogador se identifique com o jogo. O visual do game também se mostra um grande aliado na UX e acaba sendo negligenciado por alguns nos estudos da área (Garver *et al.*, 2018). Segundo Norman (2008), quando interagimos com um produto (seja esse digital ou um objeto) existem três níveis de processamento emocional que interagem entre si e influenciam um ao outro. Os níveis são: reflexivo, comportamental e visceral.

O nível visceral e veloz: ele faz julgamentos rápidos do que é bom ou ruim, seguro ou perigoso, e envia os sinais apropriados para os músculos (o sistema motor) e alerta o resto do cérebro. Este é o princípio do processamento afetivo [...]. O nível comportamental é onde se localiza a maior parte do comportamento humano. Suas ações podem ser aperfeiçoadas ou inibidas pela camada reflexiva e, por sua vez, ela pode aperfeiçoar ou inibir a camada visceral. A camada mais alta é a do pensamento reflexivo [...] ela observa, reflete sobre o nível comportamental e tenta influenciá-lo (Norman, 2008, p.42).

Com o objetivo de analisar a UX proporcionada pelos jogos, foi realizada uma pesquisa com 199 participantes, para saber quais os jogos mais jogados, seus pontos positivos e negativos e a quantidade de horas diárias que são jogadas. Foram selecionados os dois games mais citados e analisados o design de cada um de acordo com os



apontamentos feitos pelos respondentes.

A seção a seguir exibe os dados obtidos por meio do questionário, ela é seguida pela terceira seção onde são discutidos o design dos dois games mais citados pelos respondentes do questionário: *League of Legends* (LoL) e *Free Fire*. A quarta seção apresenta uma discussão sobre a UX em ambos os games. Por fim as considerações finais apresentam alguns apontamentos sobre o assunto e sobre trabalhos futuros.

## 2 | RESULTADOS

Durante quarenta e cinco dias, entre junho e julho de 2019, foi disponibilizado um formulário online para que voluntários respondessem questões sobre seus games digitais favoritos, os respondentes apontaram 92 títulos de games diferentes. Vinte e Três respondentes apontaram o LoL, somando 57 horas de jogo. *Free Fire* obteve dezesseis respondentes e somou 65 horas de interação. *Counter Strike: Global Offensive*, nove respondentes com 14 horas e 15 minutos de interação. *Pokémon GO* foi apontado por sete respondentes. *Candy crush* e *The Sims 4* por seis respondentes cada jogo. Cinco respondentes apontaram os games *Grand Theft Auto* (GTA) e *Overwatch*. Quatro respondentes apontaram os games *Dark Souls 3* e *Clash Royale*. Com três respondentes os games: *Fortnite*, *The Witcher 3*, *Pubg mobile*, *The Elder Scrolls V Skyrim* e *Mahjong*. Com dois respondentes, dezesseis games: *Dota*, *Paper.io 2*, *Rainbow Six*, *Don't Starve Together*, *Age of empires*, *Minecraft*, *Forza Horizon*, *God of War* (2018), *Paciência*, *WoW*, *Apex legends*, *Hearthstone*, *Tetris*, *Super Mario World*, *Rummikub* e *Beat Saber*.

Por fim, sessenta e cinco títulos de games digitais diferentes foram apontados, cada um por apenas um respondente, são eles: *Tom Blast*, *Guns of Boom*, *Caça-palavras*, *Codycross*, *Tibia*, *Forza Motors Sport*, *Canastra*, *Chrono Trigger*, *TROVE*, *PES*, *Plants vs Zombies 2*, *Far Cry New Dawn*, *Grim Dawn*, *SimCity*, *Street food*, *Into The Breach*, *Sonic dash*, *Brawl Stars*, *94%*, *Shadow of the Tomb Raider*, *Forest Fantasy Story*, *Identity V*, *Infamous Second Son*, *Sonic Mania*, *Destiny 2*, *Stardew Valley*, *Crush Soda*, *Factorio*, *Slay The Spire*, *Surreal-Game Arte*, *Star Conflict*, *Pop Pet*, *Resident Evil 2 Remake*, *Mário Kart*, *Sekiro Shadow die Twice*, *Sonic 3*, *Middle-earth: Shadow of Mordor*, *Black desert online*, *Starcraft 2*, *Angry Birds Dream Blast*, *Matchington Mansion*, *Mobile Legends*, *Civilization VI*, *Outer Wilds*, *Mu origin 2*, *Ragnarok mobile*, *Rimworld*, *God of War 3*, *Mário Bros*, *Angela*, *Battlefield*, *Apex legends*, *Wartale*, *Top Eleven*, *slither.io*, *Vai Salsicha*, *Dream league*, *PES Mobile*, *Roller Coaster Tycon*, *Mortal Kombat*, *Harry Potter*, *Escape From Tarkov*, *Dead by Daylight*, *Power Rangers mobile* e *H1Z1*.

Os respondentes apresentaram idades entre 11 e 66 anos, e escolaridades variadas: 37.69% estão cursando o ensino superior, 20.60 possuem ensino superior completo, 10.05% possuem pós-graduação completa, 9.55% estão cursando o ensino fundamental, 8.54% possuem ensino médio completo e 8,54% estão cursando o ensino médio e 5.03%

dos respondentes estão cursando pós-graduação.

No grupo de 199 respondentes, as preferências de jogo são variadas, no entanto destaca-se a preferência dos jogadores pelo modo “*multiplayer online*”, apontado por 101 pessoas, em seguida “*single-player offline*” foi mencionado por 58 pessoas, “*Single-Player Online*”, citado por 35 pessoas e “*Multiplayer Online*” mencionado por 5 participantes.

Percebeu-se que esse modo de jogo condiz com os dois games mais apontados pelos jogadores, envolvendo várias pessoas conectadas à internet para interagir com o mesmo campo de jogo.

### 3 | DISCUSSÕES

Para manter a discussão concisa, devido ao grande número de jogos citados, a interpretação dos dados se concentrou na análise dos dois títulos mais citados: LoL e *Free Fire*.

LoL é um game eletrônico gratuito em terceira pessoa do gênero *multiplayer online battle arena*, lançado em outubro de 2009, desenvolvido pela Riot Games para as plataformas Microsoft Windows e Mac Os X. De acordo com Web Site da Riot Games o LoL tornou-se o título mais jogado no mundo, recebendo diversos prêmios, em seu Website oficial a produtora frisa que tem como objetivo melhorar a UX (Riot Games, 2019, p. n.p).

O game procura ser competitivo o objetivo dos jogadores é proteger seu *Nexus* (fonte de poder dos personagens) e destruir o *Nexus* do grupo inimigo. Os mapas do game oferecem o tutorial e quatro campos batalha: *Summoner's Rift*, *Twisted Treeline*, *Howling Abyss* e *Crystal Scar*. O game proporciona diferentes possibilidades aos jogadores como diferentes habilidades: luta contra um oponente; possibilidade de criar estratégias de jogo, conquista de títulos dentro do game, entre outros (Riot Games, 2019). Tendo em vista a ampla gama de possibilidade apresentadas pelo game, esse trabalho mantém seu foco de análise no campo *Summoner's Rift*, por ser considerado pela produtora o mais famoso campo de jogo.

Logo quando o jogador cria sua conta é apresentado a ele um tutorial onde é demonstrada uma primeira plataforma de jogo com menos inimigos, para que o jogador aprenda os primeiros comandos, e mesmo a posição da mão esquerda no teclado (devido aos botões de ataque). Também é apresentado um mapa do game com explicação do funcionamento, quais os objetivos do jogador, como evitar ataques e realizar ataques, como ganhar dinheiro (moeda usada dentro do próprio game), como adquirir itens, melhorar seus ataques e se proteger dos ataques inimigos. O game ainda apresenta outras opções como dicas que podem ser fornecidas durante a partida e um segundo site oficial onde são apresentados os personagens, estratégias, vídeos explicativos, dicas e mesmo as gírias mais usadas pelos jogadores.

As partidas são jogadas em grupos, fator que pode mesclar jogadores mais e menos

experientes e auxiliar ou atrapalhar os mesmos. Cada partida por ter até 10 pessoas, 5 em cada time. Visualmente o game se aproxima da fantasia, usa de cores vibrantes e contrastes como pode ser observado na Figura 1. O jogador tem a visão apenas do seu entorno durante o jogo e de um pequeno mapa (observado no canto inferior direito da Figura 1) com os caminhos e elementos do seu time e do time inimigo. As animações não são realistas e o próprio game não preza por detalhes pequenos dos personagens (fator que pode ser considerado uma vantagem por alcançar jogadores com computadores menos robustos e ampliar seu público). Durante as batalhas do game vários elementos de animação são ativados ao mesmo tempo, o que pode causar certa dificuldade para entender o que está ocorrendo no campo (Figura 1).



Figura 1: Tela do *gameplay* - *Gameplay screen*.

Fonte: Imagem capturada pelos autores durante *gameplay* do game LoL.

São apresentadas várias opções de modificações, como tamanho de tela, tamanho dos elementos em tela, ele também oferece uma opção para daltônicos, que alteram as cores da barra de vidas do jogador do verde para o amarelo, no entanto não permite que o jogador escolha uma cor diferente das citadas. O game também permite que suas configurações sejam alteradas para computadores menos potentes, para evitar travamentos.

O game atualiza as habilidades de cada campeão (personagem jogável) em suas novas versões e é percebido que cada um apresenta vantagens e desvantagens quando joga por caminhos específicos. Como são diversos personagens jogáveis, fica difícil conhecer imediatamente todas as habilidades e possibilidades de cada um, o que pode trazer dificuldades aos novos jogadores.

Outro fato que deve ser mencionado, ainda sobre o design do game é a forma como a equipe vencedora e perdedora são anunciadas: quando o time vence, aparece escrito vitória em uma grande parte da tela, com animações em tom de azul. A música e

narração também são dedicadas a esse momento, fator que o torna mais empolgante. A tela de derrota também é animada, mas essa em tons vermelhos. Assim como a tela de vitória, grande parte da visão do jogador é ocluída pela escrita “derrota”, música e narração também induzem o clima da cena.

Na pesquisa realizada o LoL obteve 23 respondentes com idades de 16 a 24 anos e a maioria do sexo masculino, do Estado de São Paulo, com escolaridade entre o Ensino Médio e Superior e estudante de instituições públicas. Quanto a facilidade de jogar, 5 respondentes disseram que foi fácil e 6 que foi difícil, enquanto os outros 12 disseram que a dificuldade foi balanceada. A maioria dos respondentes disseram que costumam jogar LoL de 2 a 3 horas por dia e ao visual, objetivos, jogabilidade e desafios do jogo, atribuíram notas de 4 a 10, no entanto a grande maioria manteve-se entre 7 e 10. Grifa-se que três respondentes afirmaram jogar mais de 6 horas por dia.

Na questão, “O que achou mais difícil nos comandos do jogo”, sobre o game LoL as respostas foram: Controles de ações (tanto do mapa quanto dos personagens que possuem habilidades diferentes), o controle de câmera, andar e atacar ao mesmo tempo, a dependência da internet e o aprendizado.

As piores partes do game digital LoL, segundo os respondentes, são os *hackers* de contas (pessoas que roubam contas dos jogadores); às comunidades tóxicas no jogo, o machismo, hostilidade e desrespeito também foram citados por vários respondentes; bugs do game (erros e travas); a comunicação entre companheiros de equipe e mesmo o aprendizado e dependência de jogadores mais maduros e complacentes para os que estão iniciando. Outro ponto importante que foi citado é a frustração referente a derrota (que também pode ser influenciada pelo design do game).

Já os pontos positivos mais citados foram: os desafios, jogar com os amigos (opção *multiplayer*); a história e visual do game; a variedade de personagens a competitividade e estratégias que ele permite; partidas de curta duração; as recompensas e mesmo a adrenalina proporcionada quando a partida está sendo finalizada.

Outra pergunta feita aos participantes foi o que eles mudariam no game. Para essa questão foram apontados: o visual; algumas situações dependentes da aleatoriedade; a curva de aprendizagem (deveria ser mais suave); um sistema de punição para jogadores tóxicos mais efetivos (vários respondentes falaram sobre essa opção); mais desafios para o fim do jogo; outras formas de auxiliar os iniciantes.

Com relação ao jogo *Free Fire*, a pesquisa trouxe outros apontamentos. *Free Fire* é um game eletrônico *mobile* de ação-aventura do gênero *battle royale*, desenvolvido pela 111dots Studio e publicado pela Garena. O game obteve um beta aberto em novembro de 2017 e foi lançado oficialmente para Android e iOS em 4 de dezembro de 2017.

O game é de atirador em terceira pessoa e consiste em até cinquenta jogadores por partida. Os jogadores saltam de paraquedas em uma ilha e seu objetivo é matar todos os outros jogadores. Estão disponíveis dois mapas diferentes, e ambos são ilhas. Nos mapas

são disponibilizados armas, equipamentos e abrigos para auxiliar nas estratégias de cada jogador. Os jogadores escolhem à vontade a posição inicial e pegam armas e suprimentos para aumentar o tempo de vida na batalha. O ganhador é o último sobrevivente ou o time sobrevivente (é possível fazer parcerias em times de até 4 pessoas). O game disponibiliza vários tipos de armas, e conseqüentemente, exige uma série de comandos e conhecimento do jogador.

Para aproximar os jogadores o espaço de interação é reduzido a cada período de tempo e um temporizador fica disponível na tela, se o temporizador estiver branco significa que você está dentro da zona segura, se estiver amarelo indica que você deve mudar sua posição, pois o campo de jogo será reduzido. O visual do game preza pelo realismo, mas não se prende a animações e texturas fortemente apuradas (Figura 2). Os campos do game são abertos em sua maioria e possibilitam a visão de longas distâncias, também são apresentados locais como casas e construções para os jogadores explorarem.



Figura 2: Tela do *gameplay* - *Gameplay screen*.

Fonte: Garena, 2019.

No canto superior esquerdo da tela é disponibilizado um mapa sobre o local, nele é possível identificar as construções e a zona segura estipulada pelo game (caracterizada pelo círculo branco desenhado no mapa). O *Free Fire* também exibe telas diferentes quando você é derrotado ou vitorioso: durante a derrota, o personagem cai ao chão e o jogador inimigo pode dançar ou comemorar, no entanto como ele também é alvo de outras pessoas, isso nem sempre acontece. Durante as vitórias há uma troca de tela onde aparece escrito vitorioso e o que você ganhou com aquela partida.

O game *Free Fire* foi apontado por 16 respondentes como game preferido atualmente. Os dados coletados apontam que a maioria dos respondentes têm idades entre 12 e 17 anos, 6 são do sexo masculino e 10 do feminino, todos do Estado de São Paulo e a maioria cursam o Ensino Fundamental em instituição de ensino pública. Quanto ao visual,

objetivos, jogabilidade e desafios do game *Free Fire*, a médias das notas atribuídas pelos respondentes foi de 9 a 10. A maioria costuma jogar entre uma e três horas por dia, porém três respondentes disseram que jogam mais de 6 horas por dia. Quanto às dificuldades para aprender a jogar o *Free Fire* as respostas foram equilibradas entre os respondentes que acharam fácil e aqueles que acham que a dificuldade de aprendizado é mediana, no entanto nenhum respondente achou o game difícil de ser aprendido. Os respondentes citaram como maiores dificuldades do game a compra de itens, o aumento progressivo da dificuldade de jogo, a mira de algumas armas e mesmo a movimentação pelo *smartphone*.

Os pontos destacados como piores foram: *hackers* (cópia de contas); a dependência da internet, comunidades tóxicas e a falta de balanceamento entre as habilidades dos jogadores. Esse último apontamento é ressaltado pelo design do game que mistura todos os jogadores em um mesmo cenário independente de suas habilidades. Já as melhores partes do game foram: os desafios, o visual, a variedade de personagens e a possibilidade de jogar com os amigos (opção *multiplayer*), a disputa entre pessoas reais e não contra personagens programados, a construção sonora do game e a evolução dos personagens.

Os respondentes também opinaram sobre possíveis mudanças nos jogos, citando que os roubos de conta precisam ser resolvidos, assim como o balanceamento entre os jogadores, o tempo de espera antes do início do jogo, a dependência da internet e as compras de melhorias para os personagens que só podem ser realizadas com dinheiro.

## 4 | EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Como citado em Nielsen (1993), um dos elementos que corroboram para a melhor UX é a usabilidade, os respondentes apontaram nos games *Lol* e *Free Fire* a facilidade de aprendizado, a eficiência do uso, baixa taxa de erros, interação agradável e satisfação do usuário.

Um ponto que deve ser destacado é a quantidade de horas jogadas por dia de cada game. O *LoL*, foi o game mais citado pelos respondentes (23 pessoas disseram que é seu game preferido atualmente) e a quantia de horas jogadas pelos respondentes somam 57 horas por dia. O *Free Fire* ficou em segundo lugar, com 16 citações, no entanto a quantia de horas jogada por dia é maior, somadas são 65 horas de *gameplay*. Em média a quantidade de horas jogada pelos respondentes de *LoL* é aproximadamente 2,47 horas por dia, já de *Free Fire* é 4,06 horas por dia.

Os jogos influenciam os três níveis de processamento emocional de diferentes maneiras, e proporcionam aos jogadores diferentes estímulos, dessa forma a quantidade de jogadores que preferem um determinado game não é a garantia de que esse é realmente o mais jogado pela amostra. Ambos os games exploram de diversas formas os três níveis de interação. No nível visceral é possível citar elementos do *LoL* como cores e personagens que exibem proporções corporais e acessórios exagerados e devido a isso transmitem

diversas sensações ao jogador, como de força, destreza e armas que utilizam. O visual do game também apresenta cores fortes como supracitado e o contraste e composição delas também se encaixa no nível visceral, inclusive durante as vitórias e derrotas. Grifa-se que o game permite que o jogador altere as roupas e acessórios (como armas) dos personagens, fator que também pode estar incluído nessa etapa devido às modificações da aparência dos personagens.

O *Free Fire*, no nível visceral, apresenta poucos atrativos de cores de modo geral, uma vez que preza por tons mais terrosos em geral (algumas modificações permitem roupas e acessórios que imitam luz e brilho), no entanto, as texturas e animações realistas podem ser enquadradas nessa categoria. O game também permite que o jogador altere as roupas do seu personagem, no entanto várias são dependentes de compras em dinheiro no aplicativo. As roupas gratuitas são visualmente mais simples.

Já no nível comportamental, o LoL explora principalmente a parceria dos times, dos amigos e conhecidos que jogam juntos e das complexidades das estratégias e pontos de virada fornecidos aos jogadores. O *Free Fire* também explora esses dois pontos, no entanto é comum o jogador preferir a individualidade; as estratégias também são mais simples, uma vez que o objetivo do jogador é matar e não morrer (o jogador não tem uma segunda chance, se ele morrer acabou a sua participação na partida). Esse fato não rebaixa o game que explora outros pontos mais interessantes nesse nível, como o desafio de ser o último jogador sobrevivente.

No último nível, o reflexivo, o game LoL permite a modificação de roupas dos personagens sem o gasto de dinheiro e permite que o jogador ajude os amigos na vitória de todo o time, fatos que influenciam em como o jogador é visto pelo restante do grupo. Ainda no LoL existe um ranque entre os jogadores de sete níveis (*tiers*) e cada um possui cinco divisões, o que também influencia em como o jogador é visto pelos outros.

O *Free Fire* também apresenta um ranque para os jogadores com seis níveis (Bronze, Prata, Ouro, Platina, Diamante e Mestre) e vários subníveis em cada um. O game ainda fornece prêmios para os vencedores de partidas ranqueadas (partidas usadas para subir de nível no jogo): os jogadores têm um período para mostrar suas habilidades e serem retribuídos com patentes e recompensas (como novos avatares) que além de subir sua classificação.

Também é possível alterar as roupas dos avatares em *Free Fire* e exibi-las aos outros jogadores, no entanto essas modificações dependem exclusivamente de custos monetários. Outra diferença é a grande quantidade de jogadores (se comparado ao LoL) por partida, o que favorece a semelhança de adereços entre os participantes.

A análise dos resultados mostrou que os respondentes apontaram características do estado de fluxo, como o balanceamento entre desafios e habilidades, em ambos os games.

## 5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como citado por Prensky os games trouxeram interatividade, desenvolvimento de competências e habilidades e que eles contribuem para o desenvolvimento da aprendizagem, pois os jogadores necessitam descobrir regras e estratégias do jogo. E para isso, é necessário envolver regras claras, desafios, tensão e energia, competição, descoberta e animação com foco na qualidade da UX.

A qualidade da UX direciona ao estado de fluxo que pode ser visto em Csikszentmihalyi, pois os games LoL e *Free Fire* apresentam controle e envolvimento na atividade, regras e objetivos claros, foco e concentração, *feedback* imediato e balanceamento entre desafios e habilidades, descrito pelos respondentes. Os designs atribuídos a eles fazem jus aos seus objetivos, apesar de apresentarem ainda alguns pontos que podem ser melhorados.

As plataformas Riot Games e Garena destacam a prioridade em melhorar o envolvimento dos usuários nos games. Promovem campeonatos, focam na qualidade do design de interfaces, no balanceamento, nas estratégias e trilha sonora, fatores que corroboram com a melhor experiência dos gamers. Em ambos os games os usuários deixaram claro que é basilar eliminar comunidades tóxicas e os roubos de contas, fatores que ainda carecem de melhora para a UX.

Pelo período em que o formulário ficou aberto e sendo apenas compartilhado nas redes sociais, ficou claro que não apenas os jogos atraem as pessoas, como também o tema da pesquisa, pois os vários respondentes afirmaram, nos formulários, que gostaram da pesquisa, acharam a temática interessante, deram sugestões e pediram para saber dos resultados.

Para esse trabalho as análises dos games foram limitadas aos aspectos gerais da UX. Para as próximas pesquisas serão apontados pontos mais específicos e discussões mais fechadas a games pré-determinados. Desta forma, a análise e as discussões podem ser aprofundadas, as comparações e os aspectos específicos dos games no tocante ao design de interfaces. Esse enfoque também permitirá discutir os elementos visuais, componentes da interatividade, usabilidade, fluxo e UX em um game específico.

Por meio do formulário disponível para esse trabalho, foi percebida a grande quantidade de games casuais preferidos pelos respondentes, esse é um dado que será explorado em pesquisas futuras, assim como alavancar a pesquisa para alcançar um público mais jovem e de outros estados brasileiros.

Por fim grifa-se a importância de mais pesquisas nesse âmbito, uma vez que um jogo ou game digital é um sistema que depende majoritariamente da UX para funcionar adequadamente, e estudar games bem-sucedidos e mais jogados pelo público aflora ferramentas e possibilidades para criação de novos games que coloquem seu usuário como elemento principal.



## REFERÊNCIAS

CSIKSZENTMIHALYI, M. 1999. *A descoberta do fluxo: a psicologia do envolvimento com a vida cotidiana*. Rio de Janeiro, Rocco, 166p.

FLUSSER, V. 2013. *O Mundo Codificado*. São Paulo, Cosacnaify, 224p.

GARENA. 2019. Disponível em: <https://ff.garena.com/index/pt/>. Acesso em 02/07/2019.

GARVER, S.; ADAMO-VILLANI, N.; DIB, H. 2018. The Impact of Visual Style on User Experience in Games. *EAI Endorsed Transactions on Serious Games*, 4 (15):01-07.

GOOGLE PLAY. 2019. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.dts.kfireth>. Acesso em 03/07/2019.

HUIZINGA, J. 2014. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo, Perspectiva, 243 p.

JUUL, J. 2010. A casual revolution. In: J. JUUL, *A casual revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. Cambridge, The MIT Press, p. 1-23.

JUUL, J.. 2011. *Half-real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. Cambridge, The MIT Press, 248 p.

LEAGUE OF LEGENDS. 2019. Disponível em: <https://br.leagueoflegends.com/pt/game-info/get-started/what-is-lol/>. Acesso em 03/07/2019.

NIELSEN, J. 1993. *Engineering Usability*. San Francisco, Morgan Kaufmann, 340p.

NORMAN, D. A. 2008. *Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia*. Rio de Janeiro, Rocco, 278 p.

NORMAN, D. A. 2006. *O design do dia-a-dia*. Rio de Janeiro, Rocco, 271 p.

NOVAK, Jeannie. *Desenvolvimento de games*. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

PRENSKY, M. 2012. *Aprendizagem Baseada em Jogos Digitais*. São Paulo, SENAC, 576 p.

RIOT GAMES. 2019. Disponível em: <https://www.riotgames.com>. Acesso em 04/07/2019.

SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. 2012. *Regras do Jogo: Fundamentos do design dos jogos, volume 1*. São Paulo, Blucher, 167 p.

SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. 2012. *Regras do Jogo: Fundamentos do design dos jogos, volume 3*. São Paulo, Blucher, 258 p.

Y'NG NG, Y.; KHONG, C. W.; NATHAN, R. J. 2018. Evaluating Affective User Centered Design of Video Games Using Qualitative Methods. *Hindawi International Journal of Computer Games Technology*, 2018:01-13.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Alimentação 25, 28, 29, 30, 36, 37, 41, 51, 99, 101

Aplicativos 70, 98, 153, 155, 156, 157, 158, 164, 165

Automação 54, 56, 57, 59, 61, 62, 64

### B

Beleza 11, 12, 20, 23, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 34, 35, 36, 37, 38, 222, 232, 233

### C

Cinema 104, 112, 146, 166, 167, 168, 172, 175, 176

Consciência 72, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 186, 187, 189, 190, 191, 192, 223

Consumo 20, 23, 25, 40, 44, 45, 46, 57, 58, 85, 86, 87, 93, 96, 98, 99, 100, 101, 106, 107, 108, 112, 118, 150, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 189, 190, 192, 218, 219

Cultura 25, 34, 37, 41, 43, 44, 52, 53, 54, 78, 99, 100, 130, 140, 143, 146, 148, 149, 150, 151, 152, 179, 182, 183, 184, 188, 189, 204, 209, 210, 220, 221, 232, 234, 235, 236, 237, 240, 241

### D

Desejo 32, 62, 76, 123, 174, 178, 179, 180, 183, 184, 185, 186, 191, 192, 193, 223, 225, 226, 230

Direitos humanos 74, 222, 229, 230, 231, 233, 241

Discurso 1, 3, 4, 5, 13, 21, 31, 57, 59, 62, 64, 65, 66, 67, 71, 72, 73, 74, 75, 78, 83, 98, 99, 100, 101, 104, 106, 107, 108, 167, 182, 183, 194, 196, 197, 198, 199, 200, 202, 203, 204, 205, 206, 216, 218, 219, 220, 237

### E

Educação 25, 36, 37, 46, 100, 154, 156, 164, 165, 176, 220, 222, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 241

Emagrecimento 23, 28, 33, 35, 37

### F

Filosofia 27, 114, 152, 178, 179, 182, 183, 184

Fluxo 46, 130, 131, 138, 139, 140, 149, 166, 173, 174, 175, 176, 230

### G

Games 110, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 137, 138, 139, 140, 153, 154, 156, 166, 167, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 222

Globalização 40, 41, 53

## H

Humanismo 178, 179, 184, 232

## I

Identidade 1, 16, 19, 28, 39, 40, 41, 42, 46, 51, 52, 53, 93, 100, 152, 187, 192, 205, 218, 219, 235, 237

Ideologia 43, 71, 73, 74, 78, 83, 179, 197, 221

Imersão 166, 172, 173, 174, 175, 177

Impotência 179, 181, 182, 230

Individualidade 28, 138, 178, 179, 183, 187, 188, 189, 190, 191, 225

## J

Jogos didáticos 153, 156

Jogos digitais 129, 140, 171, 172, 173, 176

Jornalismo 3, 4, 19, 20, 21, 22, 23, 27, 30, 31, 32, 34, 38, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 72, 73, 74, 83, 141, 178, 241

## L

Liberdade 74, 76, 77, 79, 80, 96, 107, 111, 113, 114, 115, 117, 125, 142, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 192, 193, 231

Luxo 98, 107, 185

## M

Mercado 7, 25, 29, 39, 40, 44, 45, 46, 47, 54, 55, 59, 60, 85, 94, 95, 96, 98, 111, 120, 121, 129, 166, 170, 174, 175, 179, 181, 182, 184, 186, 190, 191, 192

Mídias sociais 85, 209

Midiatização 207, 208, 209, 210, 211, 212, 214, 215, 217, 218, 219, 220, 221

Mulheres 1, 2, 3, 7, 8, 9, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 27, 28, 29, 30, 33, 34, 35, 36, 37, 45, 51, 88, 90, 94, 95, 96, 100, 118, 239

## N

Narrativa 72, 73, 75, 76, 83, 84, 90, 98, 99, 101, 106, 107, 166, 167, 168, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 224, 235

Negacionismo 194, 196, 205

Notícia 1, 3, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 27, 31, 32, 33, 35, 41, 65, 68, 89

## O

Oferta 44, 52, 53, 54, 58, 59, 61, 62, 66, 85, 98, 111, 118, 146, 184

## P

Pandemia 1, 2, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 55, 58, 59, 67, 68, 70, 195, 198, 199, 200, 203, 205, 206

Pesquisa 21, 23, 25, 26, 31, 36, 37, 38, 41, 46, 47, 48, 50, 54, 55, 68, 69, 71, 72, 75, 76, 83, 98, 108, 110, 111, 112, 116, 117, 126, 129, 131, 135, 139, 141, 143, 145, 151, 153, 155, 156, 157, 158, 164, 165, 178, 192, 201, 208, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 236, 237, 238, 239, 240, 241

Plataformas digitais 1, 2, 70, 87

Poder 4, 44, 45, 52, 53, 68, 74, 75, 81, 83, 96, 98, 106, 130, 133, 145, 147, 148, 149, 179, 182, 184, 185, 186, 195, 202, 220, 222, 226, 227, 230, 232, 233

Política 13, 36, 43, 46, 52, 53, 72, 73, 75, 76, 83, 100, 114, 149, 152, 180, 187, 189, 199, 201, 205, 207, 208, 210, 211, 212, 214, 217, 218, 219, 220, 236, 241

Processo 4, 5, 26, 31, 40, 54, 56, 64, 76, 77, 85, 86, 98, 99, 100, 111, 113, 115, 117, 123, 124, 125, 130, 131, 143, 144, 146, 148, 153, 155, 156, 157, 167, 171, 179, 180, 181, 186, 187, 191, 192, 201, 208, 209, 210, 211, 219, 220, 223, 230

Publicidade 37, 43, 54, 55, 58, 62, 66, 85, 86, 87, 93, 94, 95, 96, 98, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 115, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 178, 181, 190

## Q

Questionário 132, 235, 238

Química 153, 154, 155, 156, 158, 163, 164, 165

## R

Redes sociais 2, 59, 85, 86, 92, 95, 112, 139, 181, 182, 195, 202, 205, 211, 218, 219

Resistência 18, 86, 194, 195, 203, 205, 226, 227

Revista 21, 23, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 68, 70, 82, 93, 100, 104, 108, 110, 127, 151, 164, 165, 176, 177, 206

## S

Saúde 1, 2, 7, 8, 11, 12, 13, 16, 18, 19, 20, 21, 27, 28, 29, 38, 39, 41, 47, 52, 57, 59, 93, 107, 118, 119, 121, 123, 198, 199, 200, 201, 206

Sexo 39, 41, 47, 51, 52, 95, 135, 136

Silenciamento 20, 71, 72, 74, 75

Smartphones 129, 153, 154, 155, 156, 157, 164

Sociabilidade 222, 223, 224, 225, 227, 229, 232

Sociocultural 40

Sujeito 12, 39, 41, 52, 98, 100, 104, 148, 154, 182, 183, 184, 188, 194, 196, 197, 198, 199, 200, 203, 204, 205, 222, 225, 229, 230, 231, 233, 238

## **T**

Tecnologias 29, 54, 55, 56, 57, 59, 66, 67, 86, 112, 126, 141, 143, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 155, 165, 174, 175, 185, 209

Transformações 4, 74, 87, 96, 99, 106, 141, 143, 149, 167, 195, 209, 211, 236

Trilha sonora 89, 139, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176

## **U**

Usuário 65, 110, 117, 129, 130, 131, 137, 139, 168, 174, 175, 237


## **V**


Vacina 194, 196, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206

# COMUNICAÇÃO:

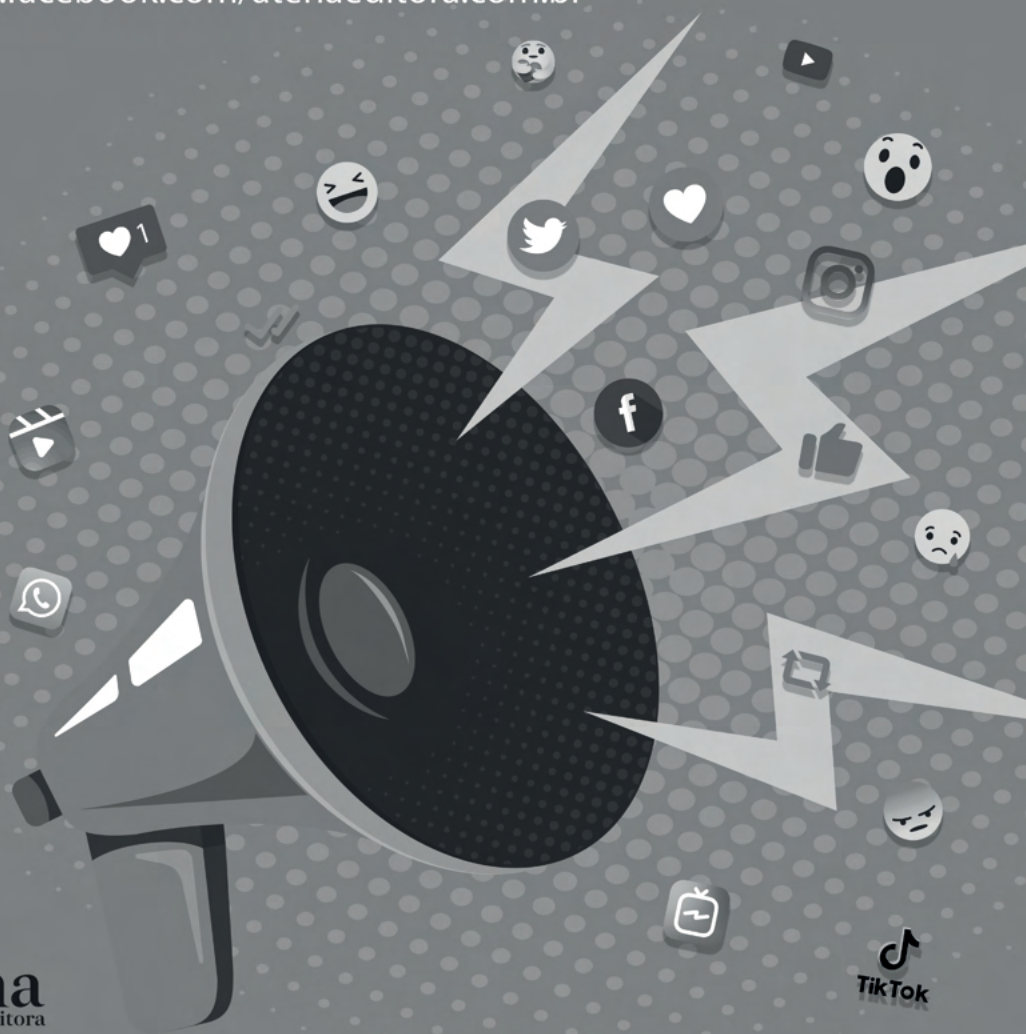
Mídias, temporalidade e processos sociais

 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

 [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

 @atenaeditora

 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)



# COMUNICAÇÃO:

Mídias, temporalidade e processos sociais

🌐 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

✉️ [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

📷 @atenaeditora

📘 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

