

# ***Purposeful Game* como freio da desinformação contemporânea: o caso do Super Gotinha VS Desinformação**

***Purposeful Game as a brake on contemporary disinformation: the case of Super Gotinha VS Disinformation***

**Ana Paula Bourscheid<sup>1</sup>, André Fagundes Pase<sup>1</sup> (orientador)**

<sup>1</sup>Programa de Pós-graduação em Comunicação Social  
Escola de Comunicação, Artes e Design  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

**Resumo.** *Este trabalho apresenta o processo de produção da pesquisa aplicada [Santos 2018 e 2020], organizada com base nos procedimentos metodológicos da Pesquisa-Ação [Thiollent 2011], desenvolvida durante o curso de doutorado que iniciou em 2019 e finalizou em 2023, e que teve como objetivo geral investigar o potencial informativo e pedagógico do purposeful game com vistas a divulgar o conceito da desinformação na contemporaneidade, a partir da produção de um purposeful game para plataformas digitais. Como resultado, desenvolveu-se em conjunto com uma equipe multidisciplinar, o purposeful game Super Gotinha VS Desinformação, que foi testado por 51 jovens e adultos, grupo definido como o público-alvo do produto.*

**Palavras-chave:** *Purposeful Games, Desinformação, Vacinação, Pesquisa Aplicada, Pesquisa-Ação.*

**Abstract.** *This work presents the production process of the applied research [Santos 2018 e 2020], organized based on the methodological procedures of Action Research [Thiollent 2011], developed during the doctoral course that began in 2019 and ended in 2023, and whose general objective was to investigate the informative and pedagogical potential of the purposeful game with a view to disseminating the concept of disinformation in contemporary times, based on the production of a purposeful game for digital platforms. As a result, a multidisciplinary team developed the purposeful game Super Gotinha VS Disinformation, which was tested by 51 young people and adults, the group defined as the product's target audience.*

**Keywords:** *Purposeful Games, Disinformation, Vaccination, Applied Research, Action Research.*

## **1. Introdução**

A origem da palavra desinformação remonta [Volkoff 2004], à Rússia, país em que surge o termo *dezinformatsiya*, após a Segunda Guerra Mundial. A conceituação do termo em seus primórdios estava diretamente relacionada ao contexto político e a disputa por territórios. No entanto, com o passar dos anos, a desinformação passou a englobar diferentes áreas, entre elas a área da saúde.

Neste estudo, adota-se o conceito de desinformação utilizado pela Organização

Pan-Americana da Saúde [Opas 2020], que entende essa prática como “[...] informação falsa ou imprecisa cuja intenção deliberada é enganar.” Uma vez que, a pesquisa surge dentro de um contexto de aumento da desinformação envolvendo a área da saúde, especialmente a vacinação. Este cenário tem contribuído com a queda nas taxas de vacinação no Brasil, que conforme dados do DataSUS, em 2015 era de 95%, e, em 2022, foi de 40% [Vazquez 2022].

O desenvolvimento da tese, “*Purposeful Game* como freio da desinformação contemporânea: o caso do Super Gotinha VS Desinformação”, ocorreu entre março de 2019 a janeiro de 2023, este período foi marcado pela Covid-19 e pela circulação, especialmente nas redes sociais digitais, de um quantitativo imensurável de conteúdos desinformativos acerca da eficácia das vacinas para prevenção e combate de doenças.

Este contexto evidencia a demanda crescente pela alfabetização midiática e informacional dos usuários da internet, pois este tem sido o espaço em que a maioria das publicações desinformativas circulam. O trabalho argumenta que uma das possibilidades para estimular o hábito de checar e não acreditar em todos os conteúdos recebidos em suas redes sociais digitais pelo público é através da conscientização que resulta de ações informativas e educativas.

Essa tarefa pode ser facilitada a partir do uso de recursos lúdicos, especialmente dos jogos digitais. [Flanagan e Nissenbaum 2018] entendem que esses produtos sempre têm um propósito específico para sua produção. Exemplo disso, são os *purposeful games*, compreendidos neste trabalho como jogos intencionais. Eles são projetados para coletar, a partir da interação humana com a narrativa do jogo, dados que não poderiam ser produzidos por máquinas computacionais com a finalidade de identificar caminhos que possam solucionar problemas sociais e científicos [Staples 2011 e Lafourcade *et al.* 2015], além de informar sobre um assunto a partir da inserção do jogador em um contexto em que precisa refletir e agir diante de um problema.

É este aspecto que torna a modalidade dos *purposeful games* uma aliada no combate à desinformação contemporânea, visto que os recursos dessa narrativa possibilitam o desenvolvimento de uma linguagem *gamer* voltada para alfabetização e letramento midiático e informacional da população com vistas a identificar, combater, educar e conscientizar em relação ao espalhamento de conteúdos desinformativos.

A presente tese teve como objetivo geral investigar o potencial informativo e pedagógico do *purposeful game* com vistas a divulgar o conceito da desinformação na contemporaneidade, a partir da produção de um *purposeful game* para plataformas digitais. Para tanto, foram elencados os seguintes objetivos específicos: 1) posicionar o termo desinformação; 2) identificar os fatores que colaboram para expansão da desinformação na contemporaneidade; 3) apontar possibilidades para frear a desinformação a partir dos recursos dos games; 4) identificar as características dos *purposeful games*; 5) testar e analisar a experiência dos jogadores ao jogarem o *purposeful game* desenvolvido.

Como resultado, desenvolveu-se em conjunto com uma equipe multidisciplinar, o *purposeful game* Super Gotinha VS Desinformação, disponível de forma gratuita no endereço eletrônico: <https://supergotinha.github.io/jogo/>. O produto tem como público-alvo jovens e adultos e para verificar a experiência destes jogadores, foram realizados testes aplicados com 51 participantes de dois grupos de estudantes jovens e adultos, o primeiro, formado por estudantes do Centro de Educação de Jovens e Adultos (Ceja) de Chapecó-SC e, o segundo, do Curso Microempreendedor Individual (MEI), ofertado na modalidade Formação Inicial e Continuada (FIC) do Programa Qualifica Mais Progredir no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá - Ifap, *Campus Santana-AP*.

## 2. Percurso metodológico

Esta tese consiste em uma pesquisa aplicada [Santos 2018 e 2020] e seus procedimentos metodológicos foram organizados com base no método da Pesquisa-Ação [Thiollent 2011]. Desenvolvida em três etapas, na primeira, compreendida como a fase de “Definição e planejamento”, foram realizadas: 1) Coleta de informações, a partir do mapeamento de bibliografias relacionadas ao conceito de desinformação e suas características na contemporaneidade, *games* e *purposeful games*; 2) Concretização do conhecimento teórico, elaboração dos capítulos teóricos do estudo, realizados com base na investigação dos conceitos de desinformação, desinformação na contemporaneidade, alfabetização e letramento midiático e informacional, e, *purposeful games*.

A segunda, “Produção e testagem”, consistiu na: 1) Pré-produção e produção, fase destinada ao planejamento e produção do protótipo do *purposeful game* Super Gotinha VS Desinformação. Nesta etapa foi estabelecida parceria colaborativa para criação do *game* com dois estudantes do Curso de Ciência da Computação da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), *Campus* Chapecó-SC, [OMITIDO PARA REVISÃO ANÔNIMA].

Desenvolve-se o planejamento do *game*, o conceito e as características de jogabilidade com o auxílio técnico dos dois profissionais que atuaram como bolsistas de apoio no desenvolvimento da pesquisa aplicada. Estes profissionais foram responsáveis pela produção gráfica artística e a programação do jogo. O trabalho dos bolsistas de apoio foi financiado pela pesquisadora através de duas bolsas no valor de R\$ 250,00 (duzentos e cinquenta reais) mensais, totalizando R\$ 1.500,00 (mil e quinhentos reais) para cada bolsista, resultando no valor investido de R\$ 3.000,00 (três mil reais) para o desenvolvimento do *game*.

A autora e pesquisadora executou a função de *game desing*, a partir da elaboração do *Game Design Document* (GDD), documento que norteia o processo produtivo do jogo. O GDD contou com: descrição do tema do jogo; apresentação do público-alvo; organização da dinâmica do jogo, com a apresentação da plataforma utilizada para a produção do jogo, descrição dos cenários, das mecânicas de jogabilidade e detalhamento das fases do *purposeful game* Super Gotinha VS Desinformação. A criação do jogo foi realizada através da plataforma *Godot Game Engine* e sua hospedagem e distribuição ocorreram via plataforma *GitHub*.

Ainda na segunda etapa da pesquisa, realizou-se a fase 2) Pós-produção, destinada para testagem do produto. O *purposeful game* foi testado em momentos distintos, primeiro no pré-teste realizado com jovens e adultos, estudantes do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT) e, depois, nos testes aplicados realizados com estudantes do Centro de Educação de Jovens e Adultos (Ceja) de Chapecó-SC e do Curso Microempreendedor Individual (MEI), ofertado na modalidade Formação Inicial e Continuada (FIC) do Programa Qualifica Mais Progredir no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá - Ifap, *Campus* Santana-AP.

A terceira e última etapa, definida como “Análise e conclusão”, tratou da sistematização dos resultados obtidos e da publicação e divulgação do jogo para acesso gratuito aos demais jogadores. Além da disponibilização do código de programação na plataforma *GitHub* para que colegas pesquisadores possam aperfeiçoar o *purposeful game* ou utilizá-lo como referência em pesquisas futuras.

## 3. O *purposeful game* Super Gotinha VS Desinformação e as percepções dos seus jogadores

Super Gotinha VS Desinformação (Figura 1) tem como principal avatar o Gotinha, devido à representatividade do personagem Zé Gotinha, criado em 1986 pelo artista plástico Darlan Rosa após o Brasil assinar um compromisso com a Organização das Nações Unidas (ONU) para erradicar a poliomielite [Pellegrini 2021]. O desafio do jogador consiste em desenvolver a vida do personagem ao coletar todas as vacinas que integram o cenário do jogo. Além de desviar dos ataques desinformativos e eliminar possíveis avatares da desinformação para conquistar o título de Super Gotinha.



Figura 1. Tela de apresentação do purposeful game Super Gotinha VS Desinformação.

Fonte: [OMITIDO PARA REVISÃO ANÔNIMA]

Após a produção e publicação do Super Gotinha VS Desinformação no mês de abril de 2022, deu-se início a etapa do teste aplicado para verificar a experiência do público-alvo do jogo, jogadores jovens e adultos. Vale ressaltar que os estudantes que aceitaram participar dos testes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE e no total, 51 estudantes jovens e adultos, participaram dos testes aplicados realizados nos meses de julho e outubro de 2022.

Destes, 32 estudantes do Ceja de Chapecó-SC, e, 19 estudantes do curso MEI, ofertado no Ifap, *Campus Santana-AP*. Ao analisar os dados obtidos nos testes aplicados, verifica-se que 94,1% (48 respondentes) gostaram do *purposeful game* Super Gotinha VS Desinformação e 5,9% (3 respondentes) não gostaram.

90,2% (46 respondentes) jogariam o jogo mais uma vez e 9,8% (5 respondentes) não jogariam o jogo mais uma vez. Quanto ao número de vezes mais que jogariam o *purposeful game* Super Gotinha VS Desinformação, 51,0% (26 respondentes) indicaram a opção três vezes ou mais, 31,4% (16 respondentes) jogariam uma vez ou mais e 17,6% (9 respondentes) duas vezes ou mais.

Para 84,3% (43 respondentes) o jogo Super Gotinha VS Desinformação ajuda a aprender a identificar informações que não são verdadeiras, 9,8% (5 respondentes) indicaram que o jogo Super Gotinha VS Desinformação não ajuda a aprender a identificar informações que não são verdadeiras e 5,9% (3 respondentes) não souberam responder.

Quanto às formas pelas quais o jogo ajuda a aprender a identificar informações que não são verdadeiras, 35,3% (18 respondentes) assinalaram “buscar fontes seguras de informação”, 25,5% (13 respondentes) marcaram a opção “pesquisar antes de compartilhar”, 19,6% (10 respondentes) entenderam que é “checar informações”, 2,0% (1 respondente) assinalou “desconfiar de conteúdos alarmantes”, 5,9% (3 respondentes) destacaram a opção “outras” e 11,8% (6 respondentes) não souberam responder.

86,3% (44 respondentes) avaliaram que o jogo qualifica os jogadores para identificar práticas de desinformação na área da saúde, especialmente sobre as vacinas, 3,9% (2 respondentes) indicaram que o jogo não qualifica os jogadores para identificar práticas de desinformação na área da saúde, especialmente sobre as vacinas, e 9,8% (5 respondentes) não souberam responder.

Ao final dos testes aplicados, verificou-se que entre os participantes, as mulheres que têm filhos e são responsáveis por seu grupo familiar demonstraram maior interesse pela temática abordada no Super Gotinha VS Desinformação, pois o jogo foi uma oportunidade de aprendizagem sobre a temática da desinformação que envolve a vacinação. Já os jovens nativos digitais, foram os que mais demonstraram interesse pela dinâmica do jogo, pelos cenários e pelas mecânicas de jogabilidade. Para este grupo, o jogo foi recebido como um recurso que proporciona o desafio, a aprendizagem e o entretenimento.

Também foi possível constatar que as avaliações e as percepções do *purposeful game* pelos seus jogadores, tanto as positivas com as negativas, estão diretamente relacionadas a fatores como: acesso ao *game* pelo navegador; comandos de jogo fáceis e, em pleno funcionamento; conexão estável com a internet; adoção de referências ao longo da narrativa; fases curtas e dinâmicas; preferência por informações visuais, e, tradução das informações textuais.

Cabe ressaltar que a defesa da tese reuniu pesquisadores da área da Comunicação, da Educação e da Informática. Esta composição da banca foi necessária em virtude das múltiplas faces do objeto pesquisado e do próprio tema do jogo em si. A tese foi aprovada com louvor.

#### **4. Considerações finais**

A partir da definição de que *purposeful games* são jogos digitais que visam adquirir informações dos seus jogadores para resolver problemas reais [Lafourcade *et al.* 2015], comprova-se que o Super Gotinha VS Desinformação consiste em um *purposeful game* que, a partir da investigação da experiência dos jogadores que participaram dos testes aplicados, possibilitou a coleta de dados que podem auxiliar no combate à desinformação contemporânea.

Como resultado, conclui-se que a utilização do Super Gotinha VS Desinformação, nos espaços de ensino, oportunizou o diálogo acerca da desinformação envolvendo a vacinação com diferentes grupos e perfis, especialmente jovens e adultos, definidos como público-alvo do produto. A adoção desta modalidade de jogo digital mostrou-se eficaz na divulgação do conceito da desinformação, ao mesmo tempo em que promove a alfabetização e letramento midiático e informacional dos seus jogadores.

Por fim, a tese apresenta e entende os *purposeful games* como uma das alternativas possíveis para combater a desinformação, porém, vale lembrar que essa modalidade de jogo digital, assim como este estudo, não tem a pretensão de acabar com a desinformação. Pois, partem da perspectiva de atuar como freio de um sistema amplo e que precisa ser planejado e efetivado como política pública de um Estado Democrático voltado para propor e construir caminhos capazes de conter o movimento desinformativo. Portanto, o *purposeful game* Super Gotinha VS Desinformação cumpre o papel de atuar como um freio que pode ser usado para dar conta deste desafio que permeia a sociedade e o futuro, especialmente no âmbito do combate à desinformação que tem colocado em risco a saúde de toda a população.

## Referências

- Flanagan, M. e Nissenbaum, H. (2018) Values at Play: valores em jogos digitais. Tradução: Alan Richard da Luz. São Paulo: Blücher.
- Lafourcade, M. e Joubert, A. e Brun, N. L. (2015) Games with a Purpose (GWAPs). United States: ISTE and John Wiley & Sons.
- Opas, O. P. A. S. (2020) Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. Disponível em: [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic\\_por.pdf?sequence=14](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14). Acesso em: 02 nov. 2020.
- Pellegrini, A. (2021) Como Zé Gotinha transformou a vacinação no país. In: Nexo Jornal. 10 jan. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2021/01/10/Como-Z%C3%A9-Gotinha-transformou-a-vacina%C3%A7%C3%A3o-no-pa%C3%ADs>. Acesso em: 20 jul. 2021.
- Santos, M.C. (2018) Pesquisa aplicada em comunicação: O estranhamento da interdisciplinaridade que nos assombra. In: Comunicação & Inovação. v. 19 n. 41. Disponível em: [https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/5469/2550](https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/5469/2550). Acesso em: 05 jul. 2021.
- Santos, M.C. (2020) Desenvolvendo ferramentas para pesquisadores da Comunicação. In: Medium McsUfma. 19 abr. Disponível em: <https://mcsufma.medium.com/desenvolvendo-ferramentas-para-pesquisadores-da-comunica%C3%A7%C3%A3o-19950953d056>. Acesso em: 07 jul. 2021.
- Staples, J. (2011) Serious and purposeful: vídeo game environments. Master of Science in Computer Science, California State University, Northridge. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.864.4114&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 20 jul. 2021.
- Thiollent, M. (2011) Metodologia da pesquisa-ação. 18ª edição. São Paulo: Cortez, 2011.
- Vazquez, R. (2022) Cobertura vacinal menor ameaça produtividade da economia. In: Valor Econômico. 18 out. Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2022/10/18/queda-da-cobertura-vacinal-ameaca-productividade-alertam-especialistas.ghtml>. Acesso em: 07 jan. 2023.
- Volkoff, V. (2004) Pequena história da desinformação: do cavalo de Tróia à Internet. Curitiba: Vila do Príncipe.