

## Inovação em jogos casuais<sup>1</sup>

Calícia Matos Faria de Abreu<sup>2</sup>

### Resumo

A indústria do entretenimento no Brasil tem forte expressão e vem se desenvolvendo cada vez mais, o país já é o 4º maior consumidor de games no mundo. As novidades de produção nacional trazem à cena aspectos peculiares e significativos em torno dos jogos casuais. Desta forma, o presente artigo busca conhecer mais desse movimento na rede online, a atenção está voltada para os aspectos da inovação nesses tipos de jogos. Sob o olhar das ciências humanas, quais seriam as novidades mais representativas? Como as habilidades sociais estariam ligadas às inovações no jogo? A hipótese gira em torno de um novo ambiente pensado como um “espaço vivido”.

### Palavras-chave

Jogos Casuais; Ciberultura; Interação; Inovação.

### Introdução

A palavra inovação possui na indústria dos *games* um sentido amplo que vai além da exploração de novas ideias para se lançar no mercado. São diversos aspectos econômicos ou culturais que giram em torno do que seria uma novidade tecnológica. O contexto das tecnologias de informação e comunicação (TIC) traz consigo uma necessidade constante de atualização e um consumo exacerbado na sociedade atual. Diante do cenário que se forma, pode-se presumir que esse contexto das TIC passa também pela cultura do efêmero ou do transitório. É um novo ambiente formado pelos

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado no Eixo 7 – Redes sociais na Internet e Sociabilidade online do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura realizado de 20 a 22 de novembro de 2013.

<sup>2</sup> Mestre em Tecnologia e Cultura pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ.

suportes tecnológicos eletrônicos ou computacionais que norteiam grande parte do entretenimento e da comunicação.

Os chamados jogos casuais são desenvolvidos para computadores pessoais - (PC) e, em geral, são jogados em rede e *online*. Desta forma, não estão fora da realidade tecnológica aqui ressaltada. O gênero começou a ganhar força no mercado do entretenimento no fim da década de 1990 (JULL, 2010, p.25), desde então, os títulos desses jogos *online* só vêm se multiplicando, assim como seus jogadores.

O presente texto procura entender esse movimento da rede *online* com os jogos casuais. A proposta visa conhecer mais sobre as inovações dessa modalidade de jogo no mercado brasileiro. Por esse motivo, o corpus de análise escolhido é o *EcoCity*, um jogo de simulação com final aberto de produção basicamente nacional. O jogo funciona nos sites de serviços de rede social mais acessados<sup>3</sup> do Brasil: o *Facebook* e o *Orkut*. Sua produção contraria a maioria das empreitadas semelhantes nessas redes, pois os números demonstram que a grande fatia de desenvolvedores<sup>4</sup> é norte-americana, embora o Brasil já seja o 4º maior consumidor<sup>5</sup> de *games* no mundo. A produção de *EcoCity* é fruto da parceria da *Fox Channels do Brasil* com a empresa brasileira *Sioux*, sob a marca da *National Geographic Society*.

O primeiro tópico do artigo apresentará o *EcoCity* e as técnicas de metodologia utilizadas, é necessário apresentar a questão em função do tipo de estudo que ainda se configura como algo novo no meio acadêmico. Já para alicerçar o pensamento, serão utilizados os apontamentos sobre a ascensão dos casuais *games*. Jesper Juul (2010), em

---

3 O 1º lugar atualmente é do *Facebook*, na segunda posição está o *Youtube* e o 3º lugar é do *Orkut*. A fonte é da *Hitwise*. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/06/facebook-e-rede-social-mais-acessada-no-brasil-em-maio.html> Acesso em 21 de julho de 2013.

4 A maioria dos jogos entre os 25 mais populares são desenvolvidos nos Estados Unidos, de acordo com os últimos *rankings* (2012 e 2011). Ranking 2011 - Dados disponíveis em: <http://blog.submarino.com.br/Radar/artigos/?p=4567>. Acesso em: 22 de junho de 2013. Ranking 2012 - Dados disponíveis em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/songpop-e-o-jogo-mais-popular-do-facebook-em-2012>>. Acesso em 05 de junho de 2013.

5 Para saber mais sobre o assunto leia: “Brasil é 4º maior consumidor mundial de *games*”. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,brasil-e-4-maior-consumidor-mundial-de-games,130283,0.htm>. Acesso em: 22 de junho de 2013.

sua obra “*A Casual Revolution*”, destaca os principais itens que contribuíram no rápido desenvolvimento desses tipos de jogos.

O segundo momento do texto irá ressaltar os principais aspectos que contribuem para a formação de um novo cenário na atualidade. A abordagem de Johnson (2001), sobre o sistema de recompensas vai dialogar com a proposta do *pull* de Juul (2010). Alex Primo (2007), também será citado com os comentários sobre as interações mútuas e reativas.

No fim do artigo um diagrama será apresentado com a reunião dos principais aspectos abordados no texto, nessa reunião será possível visualizar uma proposta do cenário atual.

### ***Ecocity: um jogo casual***

O *EcoCity* ou Eco Cidade em português, foi lançado em junho de 2011, seu desafio é a construção e manutenção de uma cidade sustentável que deve crescer sem esquecer do meio ambiente. A temática chama a atenção em função dos cuidados com o meio ambiente que se mostram prementes na atualidade. O jogo é caracterizado como social, pois constitui uma atividade ordenada desenvolvida por um grupo de participantes que interagem entre si (HUIZINGA, 1999, p. 37). É também considerado casual, uma vez que é relativamente simples, com regras fáceis de entender e que exige um baixo tempo de dedicação (TAUSEND, 2006).

Para participar do *EcoCity*, é necessária a criação de um perfil dentro de um dos dois sites disponíveis, além de aceitar os termos e condições de uso. O aplicativo começa apresentando algumas perguntas através de dois personagens caracterizados como profissionais da construção civil. Eles perguntam ao novato se este está pronto para começar a transformar a cidade problemática em uma *EcoCity* e, nas palavras da dupla: “*EcoCity* - uma cidade sustentável que oferece qualidade de vida para seus habitantes, sem descuidar do meio ambiente”.

O jogo, nesse ponto, apresenta um *game* no formato de outros campeões de acesso na rede: *games* que constroem e administram cidades, fazendas ou micro mundos

temáticos que precisam crescer. A diferença é que, no *EcoCity*, a cidade não é criada e sim transformada. Ela já começa com construções de má qualidade, lugares abandonados, lixos por toda parte e com uma população descontente com a poluição. Antes que o jogador comece a construir e crescer, tem que cuidar e organizar os problemas já existentes.

Uma questão importante na escolha do jogo é que o número de usuários mensais se mantém na mesma faixa desde seu lançamento em 2011, essa faixa vem variando entre cinquenta e sessenta mil usuários. O número é relevante se comparado com outros títulos de sucesso no *Facebook*<sup>6</sup>.

Como o *Ecocity* funciona nos sites de serviço de rede social, além das interações no jogo, é interessante observar também as interações entre os jogadores nos grupos que se relacionam com o jogo. Desta maneira, é possível extrair as considerações dos indivíduos por meio de suas próprias palavras. A metodologia utilizada para o trabalho mescla os conceitos de observação participante e de observação não-participante, que foram explorados em momentos diferentes. A técnica participante foi utilizada para a análise do ambiente do jogo, já a não-participante foi selecionada para observar as interações dos indivíduos nos grupos. Os métodos tiveram que ser diferentes em função dos ambientes observados. No jogo não é possível observar sem jogar, por isso se faz necessário observar participando. Já no grupo, estar presente sem participar é interessante para manter um distanciamento e para não interferir no ambiente<sup>7</sup>. A observação seguiu durante todo o mês de junho de 2013, totalizando desta forma trinta dias e 86 interações. O grupo fechado chamado “Ecoamigos” tinha 2900 membros até o fim do período da pesquisa. A figura 01 demonstra a disposição dos ambientes observados e as propostas de observação utilizadas.

É importante dizer, que outras pesquisas e experiências prévias da pesquisadora em jogos, também serviram de auxílio para o trabalho. Essas experiências auxiliaram

6 Na divulgação de 2012 com o ranking dos mais jogados no *Facebook*, o 1º lugar fica com o *SongPop* da *FreshPlanet*. A desenvolvedora declara que mais de 60 milhões de pessoas já jogaram o título. Vale salientar que a listagem é mundial, contudo, a maioria dos jogos entre os 25 mais populares são desenvolvidos nos Estados Unidos. Dados disponíveis em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/songpop-e-o-jogo-mais-popular-do-facebook-em-2012>>. Acesso em 21 de julho de 2013.

7 O artigo segue a linha de pesquisa de autoras como Janice Caiafa (2007) e Raquel Recuero, na sua obra conjunta com Adriana Amaral e Suely Fragoso (2011).

principalmente na formação de uma visão sobre as diferenças dos jogos casuais, em relação aos outros tipos de jogos.



Figura 01 - Representação dos ambientes observados e dos métodos de observação utilizados na pesquisa<sup>8</sup>.  
Fonte: Criação da autora.

Acredita-se que a principal diferenciação dos *social games* para os outros jogos de computador se dá pelo fato de os primeiros estarem atrelados aos sites de redes sociais. Jesper Juul (2010) ressalta que os jogos casuais são uma reinvenção cultural do que os videogames podem ser. Ele diz que outros *games*<sup>9</sup> na história já conseguiram conquistar largas audiências, e que a novidade para essa reinvenção não é essa conquista de uma larga audiência. Também não é a oferta de jogos para homens e mulheres de todas as idades. O autor aponta que o *design* do *casual game* é baseado em princípios que não são novos, mas que têm sido esquecidos na história dos *games*. Juul (2010, p. 5-8) afirma que três fatores justificam a ascensão desse tipo de jogo no momento:

1. Uma mudança demográfica. A primeira geração de pessoas que jogaram *games* quando eram crianças está agora com quarenta anos.

<sup>8</sup> O método de observação está baseado na obra de John J. Shaughnessy, Eugene B. Zechmeister e Jeanne S. Zechmeister (2012, p. 110).

<sup>9</sup> Como exemplo ele cita *Pac-man*, *Tetris*, *Myst* e *Paciência*.

2. O segundo fator é a presença generalizada dos computadores pessoais na industrialização do mundo.
3. Já o terceiro é a economia: os *games* casuais são baratos para desenvolver se comparados aos *hardcores* que são mais complexos e demoram muito mais tempo em função disso.

Antes de avançar com as considerações sobre as observações em *EcoCity*, é interessante ressaltar alguns aspectos do suporte desses tipos de jogos, que é o item dois ressaltado por Juul. O computador pessoal - PC, enquanto suporte do *casual game*, acaba emprestando suas principais características ou mesmo convenções aos jogos que ali se desenvolvem. Esses jogos se utilizam do conhecimento básico de informática, como a maneira de usar o *mouse* e o teclado, ou ainda, a forma de manipulação direta dos dados. Não está se considerando que todas as pessoas já tenham acesso a um computador e que esses conhecimentos sejam simples para todos os tipos de pessoas e absolutamente instituídos na sociedade. No entanto, podemos, sim, afirmar que o uso do computador é mais difundido entre pessoas de várias idades, classes sociais, gêneros e etc. do que o uso de um *joystick*, por exemplo. Desta forma, pode-se dizer em um âmbito geral que, no momento da ascensão dos jogos casuais as características do PC são convenientes ao se estudar o tema.

## Inovação

Efetivamente, nenhum jogo é igual, mesmo se tratando dos desafios e sistemas básicos. Vários itens, por menores que sejam, representam novidades e são sempre inseridos pelas empresas desenvolvedoras de jogos em cada lançamento. Logicamente, isso faz parte de uma lógica de mercado e de concorrência. Contudo, o que estamos observando aqui é que tipo de característica se faz relevante sob um olhar no campo acadêmico e nas ciências sociais. Com esse ponto de vista, percebe-se que o maior motivo da inovação em *EcoCity* não é somente uma nova maneira de jogar ou muito menos somente algum avanço tecnológico. Mas, sim, a reunião de vários aspectos em um só ambiente ao mesmo tempo. Desta forma, acredita-se que os pontos ressaltados

por Juul (2010), sobre as características da ascensão dos *social games*, façam parte desta reunião de aspectos. Os apontamentos do autor não são inovações do jogo em si, mas são itens fundamentais na formação de um novo cenário na atualidade.

A obra de Juul é elucidativa enquanto reflete sobre os motivos da ascensão do gênero casual, no entanto termina com indagações similares às indagações do presente projeto e que não são plenamente respondidas. O autor também parece tentar entender o movimento dessa rede. Ele indica que os jogos casuais são uma resposta alternativa para velhas questões, sobre como fazer *games* para que os jogadores sintam que valha a pena gastar seu tempo e dinheiro. E ainda, que significado pode adquirir no contexto em que é jogado?

Em sua obra, o apontamento mais significativo sobre as indagações acima, que interferem tanto nos objetivos do autor quanto nos nossos, é sobre a atração proporcionada pelos *games*. Juul explica que tanto os videogames quanto os jogos não digitais possuem uma forma de nos puxar para dentro da narrativa. “Essa experiência, sobre começar a ser um jogador, pode ser descrita como um simples sentimento de atração, olhando para o jogo e querendo fazer isso<sup>10</sup>”. (JUUL, 2010, p. 2, tradução nossa)

“Antes da ascensão dos *casual games*, algumas pessoas não sentiam o *pull*, isto é, a atração sobre videogames. Dessa forma, casuais *games* têm tornado visível as convenções sobre tradicionais *games hardcores*<sup>11</sup>” (JUUL, 2010, p.152, tradução nossa).

Acreditamos que a atração é um ponto importante na delimitação da hipótese do presente projeto. Nesse caminho, um pensamento que dialoga com a questão da atração é a abordagem do sistema de recompensas em jogos eletrônicos estudada por Johnson (2001). Ele se baseia em pesquisas de neurocientistas para estudar o instinto de desejo natural do corpo. O autor faz uma comparação do sistema de recompensas da vida real com o sistema do jogo: “a recompensa da vida real, em geral, paira às margens da

---

<sup>10</sup> texto em língua estrangeira é: *This experience, of being a gamer, can be described as the simple feeling of a pull, of looking at a game and wanting to play it.*

<sup>11</sup> O texto em língua estrangeira é: *before the rise of casual games, some people did not feel the pull, the attraction of video games. In this way, casual games have made the conventions of traditional hardcore games visible.*

existência diária – exceto para as recompensas mais primitivas de comer e fazer amor (ambas superam o videogame em termos de dependência)” (JOHNSON, 2001, p.30).

Para ele, as recompensas podem acontecer de diversas maneiras em uma mesma etapa no jogo:

“Cada escala contém sua própria rede de recompensa, esteja você apenas aprendendo a usar o controle, ou simplesmente tentando solucionar um enigma (...) a maior parte crucial no projeto de interface do jogo gira em torno do fato de manter os jogadores informados das recompensas potenciais disponíveis para eles e como, no momento, essas recompensas são necessárias.” (JOHNSON, 2001, p.30)

A ideia do sistema de recompensa de Johnson é muito próxima a abordagem do *pull* de *Juul*, os dois pensamentos sugerem certa “fidelização” do jogador. As duas vertentes mostram como o jogador desenvolve a vontade de se manter no ambiente do jogo.

Outro ponto pertinente para o tópico inovação, e que também contribui para um novo cenário na atualidade, se dá na diferenciação entre interação mútua e reativa. Seguindo a proposta de Primo (2007), a interação mútua acontece quando as ações de cada integrante definem ou redefinem o relacionamento, mas, de maneira que cada ação constituinte dependa da outra e não apenas de si mesma. Alex Primo (2007) salienta que a ação conjunta entre os interagentes é diferente de uma relação causal, onde A causa efeito em B e B causa outro efeito em A. Ele diz que a ação A-B possui a inteligibilidade de cada ação constituinte dependendo do outro e não apenas de si mesmo.

Primo (2007) toca no mesmo ponto de Recuero (2009) quando explica o que é uma interação mútua e aponta que as ações de cada integrante definem ou redefinem o relacionamento. Ele ainda diz que existe uma reflexividade entre o relacionamento e o si mesmo de cada participante:

Além de participarem da definição de suas relações, os participantes também são definidos pelos relacionamentos. Isto é, as relações afetam os seus participantes, como também seus relacionamentos futuros (mas, claro, o impacto não será o mesmo em cada participante, tendo em vista suas singularidades) (PRIMO, 2007, p. 103).

Alex Primo afirma que a maioria das interações no ciberespaço não são interações mútuas e sim reativas. Por reativa ele entende aquelas que dependem de fórmulas previstas e não são negociadas. Constituem-se como pouco livres e seguem objetivos específicos. Haverá sempre uma ação e respostas presumíveis programadas no sistema com formatação de trocas e emissões de resultados mediados por um programa.

Trazendo a teoria do autor para o jogo em questão, afirma-se que, na criação das *ecocidades* existem muitas ações que se configuram como reativas. Em geral, os jogos operam com o recurso de respostas pré-programadas, mas no caso de *EcoCity* ou da maioria dos jogos de simulação sempre existe a parte livre que envolve o aspecto da criação. É exatamente o que torna o jogo atraente. Tomando-se como exemplo o início do jogo, onde duas opções são propostas, o jogador pode criar uma cidade no campo ou na praia. São opções fechadas; em outras palavras, reativas. Contudo, a organização do espaço, onde colocar as ruas ou que tipo de construções o ambiente terá, são exemplos do que não pode ser pré-programado. Ainda que, sendo a organização dependente de cada jogador, exista a interação criativa com o sistema do jogo, isso não se configura como uma interação mútua.

Por outro lado, e com base nos apontamentos de Primo (2007), o que se percebe é que, no espaço dos grupos relacionadas ao jogo, a interação mútua é construída onde os participantes trocam ideias e conversam. A relação se desenvolve mediante muitas trocas e diálogos travados no ciberespaço. Têm-se exemplos de diálogos síncronos e assíncronos com numerosos comentários. Observa-se que as pessoas se manifestam muitas vezes exatamente para expor suas opiniões contrárias ao aspecto reativo do jogo, criando conexões com a vida real, dando sugestões sobre o que poderia mudar ou apenas trocando ideias sobre o jogo em si.

Nesse caminho, e conforme mencionado, a interação mútua é construída no espaço dos grupos relacionados ao jogo, onde os jogadores trocam ideias e conversam. Contudo, o relacionamento dentro dos jogos é uma premissa básica e condicionante para que a interação aconteça nos grupos, ou ainda, para que os laços sejam fortalecidos.

## Considerações finais

Conforme foi visto, o corpo do artigo esteve alicerçado na aproximação entre as teorias de Juul, Primo e Johnson. Juul contribui apontando o cenário e defendendo a questão da atração por esses tipos de jogos. Primo colocou a questão da interação mútua que adaptamos para o cenário dos jogos. E Johnson tocou no mesmo ponto de Juul na questão da vontade de jogar. O diagrama a seguir reproduz essa reunião de aspectos. As marcações vermelhas denunciam alguns fatores que motivam a entrada em *EcoCity*. O que sobressai no diagrama são os laços mais fortes, dependentes e condicionantes que se formam entre o jogo e os grupos.

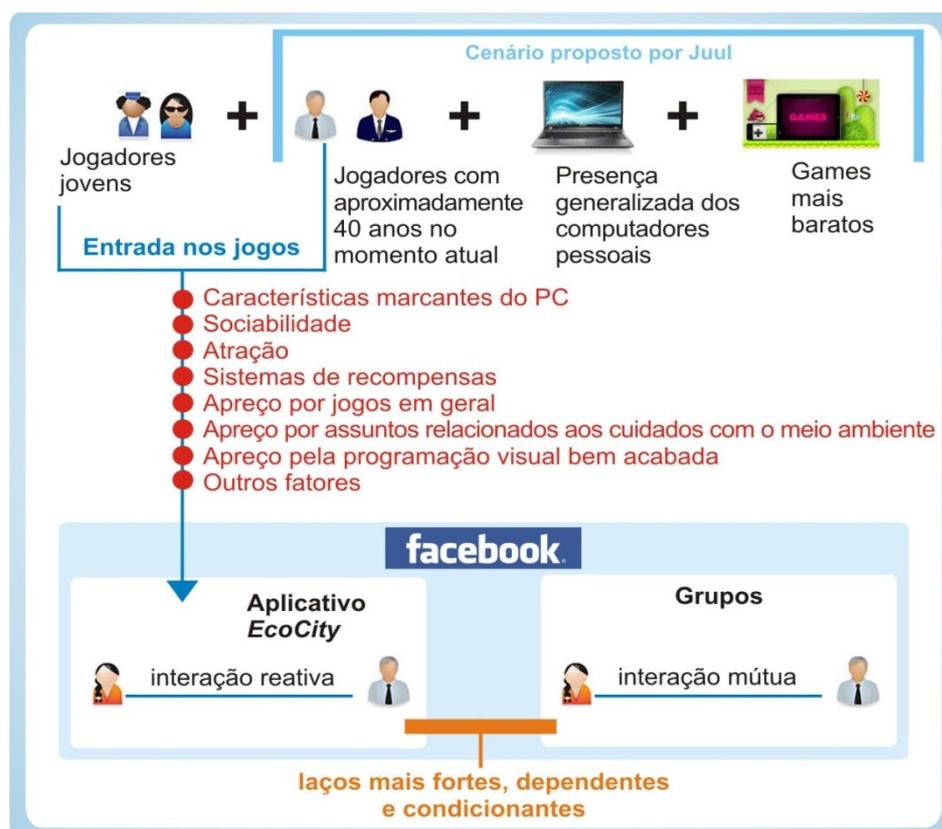


Figura 02 – Representação da ascensão dos jogos casuais e da reunião de aspectos que formam a inovação em *EcoCity*. Fonte: Criação da autora.

Aarseth (2001) é um estudioso da área de jogos, na citação retirada de sua revista eletrônica ele também defende que as habilidades sociais são necessárias em jogos de múltiplos jogadores. Seu apontamento corrobora com os resultados da presente pesquisa:

Jogos são objeto e processo; eles não podem ser lidos como textos ou podem ser escutados como música, eles devem ser jogados. (...) O envolvimento criativo é um ingrediente necessário nos usos de jogos. A natureza complexa de simulações é tal que um resultado não pode ser predito anteriormente; pode variar muito dependendo da sorte do jogador, habilidade e criatividade. Em jogos *multi-player*, habilidades sociais são necessárias, ou devem ser desenvolvidas. Qualquer um que gastou algum tempo em um jogo de múltiplos jogadores sabe isso<sup>12</sup>. (AARSETH, 2001, tradução nossa)

Mas, o presente artigo ainda pretende ir além, defendendo que as habilidades sociais não só são necessárias, mas também são aspectos condicionantes para se manter os laços fortes no jogo casual. Isto é, se não houver o desenvolvimento de uma habilidade social, ou não houver o cultivo contínuo de um laço mais forte, não haverá condição de se continuar jogando e avançando no jogo.

Para fechar o pensamento, de maneira relevante pode-se trazer a reflexão de Fragoso (2012), a autora se ocupa em estudar os elementos que fomentaram a formação das chamadas comunidades virtuais e, com elas, os espaços virtuais. Ela destaca que espaço é:

“... ao mesmo tempo uma experiência individual e coletiva, um ente material e uma abstração, uma construção racional e uma percepção intuitiva. A complexidade dessa compreensão do espaço reflete a pluralidade das experiências espaciais na vida cotidiana, que se amplia nas interações sociais mediadas pela internet” (FRAGOSO, 2012, p. 81).

---

<sup>12</sup> O material original pode ser lido na revista eletrônica *Games Studies*. Disponível em <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>. Acesso em: 12 de janeiro de 2013. O texto em língua estrangeira é: *Games are both object and process; they can't be read as texts or listened to as music, they must be played. Playing is integral, not coincidental like the appreciative reader or listener. The creative involvement is a necessary ingredient in the uses of games. The complex nature of simulations is such that a result can't be predicted beforehand; it can vary greatly depending on the player's luck, skill and creativity. In multi-player games, social skills are needed, or must be developed. Anyone who has spent some time in a multi-player game knows that.*

O termo espaço denota muitos significados e articulações, todavia, o trabalho está em consonância com a proposta de Fragoso enquanto adota a perspectiva dos espaços vividos. Essa perspectiva contempla os “aspectos individuais (psicológicos e cognitivos) e coletivos (socioculturais, políticos e econômicos) da percepção espacial, bem como a materialidade dos corpos das pessoas que interagem e de seus entornos físicos” (FRAGOSO, 2012, p. 75).

As considerações finais do artigo não destacam um aspecto inovador, mas, sim, um ambiente que reúne vários aspectos. Desta forma, a ideia de “desenvolvimento de habilidade social” de Aarseth, vai ao encontro da ideia de “ambiente vivido” de Fragoso. Pode-se dizer então, que o diagrama apresentado representa um espaço que não é “um pano de fundo das interações sociais, mas parte integrante – e ativa – do contexto que modula e influencia essas interações” (FRAGOSO, 2012, p. 81).

## Referências

AARSETH, Espen. **Computer Game Studies, Year One**. Game Studies, n.01, 2001. Disponível em: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html> Acesso em 10 de novembro de 2012.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Revista Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, ed. 20, Dez. 2008.

ASSIS, Jesus de Paula. **Artes do videogame: conceitos e técnicas**. São Paulo: Alameda, 2007.

CAIAFA, Janice. **Aventuras na cidade: ensaios e etnografias**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007. p. 135-175.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

\_\_\_\_\_. **De interações e interatividade**. In: Compós – Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 10., 2001, Brasília. Disponível em: [http://ufrgs.academia.edu/SuelyFragoso/Papers/188235/de\\_interacoes\\_e\\_interatividade](http://ufrgs.academia.edu/SuelyFragoso/Papers/188235/de_interacoes_e_interatividade). Acesso em 10 de novembro de 2012.

\_\_\_\_\_. **Mediações espaciais da sociabilidade on-line.** Pré-print do capítulo publicado em Oliveira, I. de L. e Marchiori, M. (orgs) Redes Sociais, Comunicação, Organizações. S. Caetano do Sul: Editora Difusão, 2012. Disponível em: <[http://www.academia.edu/1986442/Mediacoes\\_espaciais\\_da\\_sociabilidade\\_on-line](http://www.academia.edu/1986442/Mediacoes_espaciais_da_sociabilidade_on-line)>. Acesso em 12 de janeiro de 2013.

JUUL, Jesper. "The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness". In: Digital Games Research Conference Proceedings. Utrecht: Utrecht University, 2003. Disponível em: <<http://www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld>>. Acesso em 31 de maio de 2012.

\_\_\_\_\_. **A casual revolution : reinventing video games and their players.** Cambridge: Mit Press, 2010.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço.** São Paulo: Itaú Cultural/ Unesp, 2003.

O'NEILL, Nick. **What exactly are social games?** Artigo em blog, 2008. Disponível em: <<http://www.socialtimes.com/2008/07/social-games/>>. Acesso em 15 de novembro de 2012.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

\_\_\_\_\_. **Conflito e cooperação em interações mediadas por computador.** Contemporanea: Revista de Comunicação e Cultura, v. 3, n. 1, p. 38-74, Jun. 2005. Disponível em: <<http://www.contemporanea.poscom.ufba.br/2aprimo%20j05w.pdf>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2013.

RANEL, João. O conceito de jogo e os jogos computacionais. In: SANTAELLA, Lucia e FEITOZA, Mirna (Orgs.). **Mapa do jogo: a diversidade cultural dos games.** São Paulo: Cengage Learning, 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet.** Porto Alegre: Sulinas, 2009.

SANTAELLA, Lucia e FEITOZA, Mirna (Orgs.). **Mapa do jogo: a diversidade cultural dos games.** São Paulo: Cengage Learning, 2009.

SHAUGHNESSY John J.; ZECHMEISTER Eugene B.; ZECHMEISTER Jeanne S. **Metodologia de pesquisa em psicologia.** São Paulo: McGraw-Hill, 2012.

---

TAUSEND, U. **Casual games and gender.** 2006. Disponível em:  
<<http://www.ulrichtausend.com/research/Casual%20Games%20and%20Gender%20-%20Ulrich%20Tausend.pdf>>. Acesso em 10 de novembro de 2012.