

Actas do 13º Congresso Nacional de Psicologia da Saúde

Organizado por Henrique Pereira, Samuel Monteiro, Graça Esgalhado, Ana Cunha, & Isabel Leal

30 de Janeiro a 1 de Fevereiro de 2020, Covilhã: Faculdade de Ciências da Saúde

## **MISSÃO 2050: USO DA GAMIFICAÇÃO PARA A PROMOÇÃO DO COMPORTAMENTO ONLINE SAUDÁVEL**

Ivone Patrão<sup>1,2</sup> (✉ [ivonemartinspatrao@gmail.com](mailto:ivonemartinspatrao@gmail.com)), Jéssica Leandro<sup>1</sup>, Pedro Aires Fernando<sup>3</sup>, & Isabel Leal<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup> ISPA – Instituto Universitário, Lisboa, Portugal

<sup>2</sup> APPsyCi – Applied Psychology Research Center Capabilities & Inclusion, Portugal

<sup>3</sup> CMO – Câmara Municipal de Odivelas, Portugal; <sup>4</sup> WJCR – William James Center for Research, ISPA-IU, Lisboa, Portugal

A tecnologia trouxe novos desafios para a sociedade a diversos níveis, um deles está relacionado com a forma e com a intensidade das relações e, a partir daí, como é que se pensa, sente e comunica online e offline (Patrão, 2017). As crianças e os jovens, por realizarem uma elevada adesão à tecnologia, podem estar em risco quanto à sua forma de socializar e comunicar, que podem ficar menos íntimas e mais superficiais (Amichai-Hamburger & Hayat, 2011; Antheunis, Valkenburg, & Peter, 2012; Nowland, Necka, & Cacioppo, 2017; Tomaël, Alcará, & Di chiara, 2005). Na última década, na Europa, as crianças portuguesas são as que usam mais meios digitais, e têm uma experiência completamente diferente das gerações anteriores, devido ao uso ativo e interativo dos ecrãs digitais, modificando a sua forma de estar e comunicar (Ponte, 2012).

A utilização do jogo tem demonstrado ser uma ferramenta útil na educação em saúde, utilizando o lado lúdico do jogo, e assim contribuir para aumentar o conhecimento sobre determinada área e promover a mudança do comportamento (Alsawaier, 2018; Hursen & Bas, 2019). O uso de estratégias do jogo para serem aplicadas noutros domínios, como por exemplo a educação, a formação, a intervenção terapêutica, entre outras, denomina-se de gamificação.

Os jogos criados com base nas estratégias de gamificação apresentam sete aspectos principais que estão associados à sua eficácia, sobretudo ao nível da motivação, aprendizagem e mudança de comportamentos em

saúde: 1) definição de uma meta e o compromisso em atingir essa meta; 2) desenvolvimento de capacidades para superar desafios; 3) feedback constante sobre o desempenho; 4) reforço positivo; 5) comparação do progresso através da experiência directa e indirecta; 6) interação social; 7) desfrutar do entretenimento numa realidade alternativa (Culgeman, 2013).

Apresenta-se o estudo de pré-teste do jogo – MISSÃO 2050 – para crianças/jovens entre os 5 e 14 anos, que visa a promoção da gestão saudável do comportamento online. O objetivo central é contribuir com uma ferramenta psicoeducativa, ao nível da promoção de comportamentos saudáveis em crianças e jovens (5-14 anos), através do uso do jogo – MISSÃO 2050<sup>®</sup> (Patrão & Fernandes, 2019).

## MÉTODO

### *Participantes*

A amostra é constituída por 25 turmas ( $n=613$  crianças), do 1º (1º ao 4º ano), 2º e 3º ciclo, de escolas publicas e privadas da grande Lisboa. Foram realizados grupos dentro de cada turma para jogar com o protótipo do jogo MISSÃO 2050<sup>®</sup> (Patrão & Fernandes, 2019). A amostra tem as seguintes características: 49% são do sexo masculino, 51% são do sexo feminino; idades entre os 5 e os 14 anos ( $M=8.3$ ;  $DP=2.0$ ).

### *Procedimentos*

Existiu o acompanhamento de 26 professores nos *focus group* (uma média de 1 professor por *focus group*, que realizou uma observação participante). Foi utilizado o jogo de tabuleiro – MISSÃO 2050<sup>®</sup> (Patrão & Fernandes, 2019) – como ferramenta psicoeducativa e de intervenção na área dos comportamentos online saudáveis. As escolas foram contactadas para formalizar a autorização e solicitar o consentimento informado para participar no pré-teste do jogo. Foram realizadas sessões de 1h.

Foi realizada uma análise de conteúdo (Bardin, 2011) dos contributos de cada *focus group* (4 grupos por turma) para os ajustes dos desafios

lançados no jogo, e uma análise quantitativa, com recurso à estatística descritiva.

## RESULTADOS

Apresentam-se os resultados da análise quantitativa/qualitativa, que validam o jogo MISSÃO 2050<sup>®</sup> (Patrão, & Fernandes, 2019) como um recurso psicoeducativo, nas áreas das regras de uso e acesso online, literacia e cidadania digital, socialização e segurança online.

As características da amostra, quanto ao acesso e uso da tecnologia, indicam que, tendo em conta que a média de idades da amostra é de 8 anos, há um contacto directo e contínuo com o mundo virtual, a saber: 100% tem acesso à internet; 28% usa o tablet, 24 % usa o smartphone, 19% usa a consola, 17% usa o smartphone e o tablet, e 12% usa o smartphone, o tablet e a consola.

Com a apresentação do jogo – MISSÃO 2050<sup>®</sup> (Patrão & Fernandes, 2019) – que engloba um tabuleiro, peças de jogo de cada equipa, dados, cartões de jogo (com desafios), descrição do mundo em 2050 (com 8 territórios e percursos), 2 níveis de jogabilidade, com regras baseadas na gamificação, foram recolhidas sugestões das crianças e jovens: quanto ao design do jogo; ao conteúdo dos desafios apresentados; e à motivação para jogar.

As sugestões dos conteúdos a validar e a alterar foram posteriormente tidas em conta para a finalização do jogo. Apresenta-se de seguida os contributos recolhidos:

- Desafios de Percurso (para chegar a cada território têm que ser superados desafios de percurso): Foram compreendidos 97% dos desafios e 3% foram assinalados para análise.
- Desafios de Território Assembleia Digital: 93% foram compreendidos e 7%. foram assinalados para análise.
- Desafios de Território Centro de Reciclagem: 86% foram compreendidos e 14% foram assinalados para análise.
- Desafios de Território Arranha Céus Residencial: foram compreendidos a 100%.

- Desafios Território Bolha Florestal: foram compreendidos 100%.
- Desafios de Território Casa da Sabedoria: 83% foram compreendidos, 17% foram assinalados para análise.
- Desafios de Território Fórum das Emoções: 100% foram compreendidos, sendo que à medida que foram testados houve um ajuste no próprio nome do território, que não era entendido, ainda que a sua descrição fosse compreendida.
- Desafios de Território Tecno Hospital: 100% foram compreendidos.
- Desafios Território Laboratório de Aprendizagem: 100% foram compreendidos.
- Desafios Missão (desafios colocados no fim do jogo, para serem realizados fora do jogo, de forma a transportar as reflexões do jogo para o momento atual): 100% dos desafios aceites, embora com comentários relativamente ao seu grau de exigência.

A totalidade das crianças e jovens em pré-teste mostraram envolvimento e motivação para jogar, pelo ambiente criado no jogo, pela temática e pelo objectivo final do jogo – trazer uma missão de promoção de uso saudável do jogo para a atualidade. A maioria dos professores mostrou interesse em observar a aplicação do jogo e em dar o seu contributo, enquanto observador participante, expressando a necessidade de uma ferramenta na área da promoção do uso saudável das tecnologias.

## DISCUSSÃO

A partir deste pré-teste do jogo MISSÃO 2050<sup>®</sup> (Patrão & Fernandes, 2019) foi possível desenvolver o jogo final, o que vai permitir o desenvolvimento de um programa para a gestão saudável da tecnologia, tanto no contexto terapêutico, como formativo, tendo por base as áreas do jogo (regras de uso e acesso online, literacia e cidadania digital, socialização e segurança online).

Este processo de validação do jogo – MISSÃO 2050<sup>®</sup> (Patrão & Fernandes, 2019) – baseou-se numa metodologia *bottom-up* com contributos de diferentes destinatários do jogo, o que: se apresentou como uma estratégia útil; tornou a ferramenta mais rica do ponto de vista da

aplicabilidade; permitiu testar a jogabilidade, incluindo características da gamificação; possibilitou avaliar a adesão da amostra (Alsawaier, 2018).

A adesão à jogabilidade com o protótipo do jogo foi total, traduzida na motivação e na estimulação da capacidade imagética, resultando assim, numa estratégia eficaz para avaliar o comportamento, as atitudes e as crenças em relação ao mundo online. A maioria da amostra tem informação sobre a tecnologia, acesso a dispositivos móveis, com acesso à internet, consumo de jogos, multimédia e redes sociais, o que indica que as crianças e os jovens assumem a tecnologia como algo intrínseco à sua vida real e no futuro (Brito & Dias, 2017; Martins & Ponte, 2018; Ponte & Batista, 2019).

É necessário transmitir informação à medida, nesta área, para todos os actores da comunidade educativa e alargada, de modo a potencializar o efeito preventivo. Esta acção pode ser feita com recurso ao jogo MISSÃO 2050® (Patrão & Fernandes, 2019), a partir da 1ª infância e de forma contínua, ao longo do desenvolvimento (Patrão, 2017).

O jogo pode ser uma ferramenta útil com a devida adequação às faixas etárias em causa, e motivando a reflexão alargada e aprofundada sobre a promoção do uso saudável da tecnologia, dentro do jogo e para fora do jogo. E, neste sentido, é essencial um “condutor de jogo” (um adulto com formação), que facilite esse processo, à semelhança do que existe, por exemplo, nos jogos psicoeducativos aplicados à aprendizagem de conteúdos (Hursen & Bas, 2019).

## REFERÊNCIAS

- Alsawaier, R. S. (2018). The effect of gamification on motivation and engagement. *The International Journal of Information and Learning Technology*, 35(1), 56-79. doi.org/10.1108/IJILT-02-2017-0009
- Amichai-Hamburger, Y., & Hayat, Z. (2011). The impact of the Internet on the social lives of users: A representative sample from 13 countries. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 585-589. doi: 10.1016/j.chb.2010.10.009
- Antheunis, M. L., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2012). The quality of online, offline, and mixed-mode friendships among users of a social networking site.

- Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 6(3), article 6. doi: 10.5817/CP2012-3-6
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo (Edição revista e atualizada)*. São Paulo.
- Brito, R., & Dias, P. (2017). *Crianças (0 aos 8 anos) e tecnologias digitais. Que mudanças num ano?* Lisboa: CESNOVA – Centro de Estudos de Sociologia da Universidade Nova de Lisboa.
- Cugelman, B. (2013). What it is and why it matters to digital health behavior change developers. *JMIR Serious Games*, 1(1), e3, 1-6 doi: 10.2196/games.3139
- Hursen, C. & Bas, C. (2019). Use of gamification applications in science education. *iJET*, 14(1), 1-23. doi.10.3991/ijet.v14i01.8894
- Martins, C. & Ponte, C. (2018). *Boom digital? Crianças (3 a 8 anos) e ecrãs*. Lisboa: ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação. E-book. <http://www.erc.pt/documentos/Boomdigital/mobile/index.html#p=1>
- Nowland, R., Necka, E., & Cacioppo, J. T. (2017). Loneliness and social internet use: Pathways to reconnection in a digital world? *Perspectives on Psychological Science*, 13, 70-87. doi: 10.1177/1745691617713052
- Patrão, I. (2017). *#GeraçãoCordão: A geração que não desliga!*. Lisboa: Pactor, Lidel.
- Patrão, I., & Fernandes, P. (2019). MISSÃO 2050®: Promoção do uso saudável das tecnologias. Jogo de Tabuleiro. Lisboa: Ideias com História.
- Ponte, C. (Ed.). (2012). *Crianças e Internet em Portugal: Acessos, usos, riscos, mediações: Resultados do inquérito europeu, EU Kids Online*. Minerva: Coimbra
- Ponte, C. & Batista, S. (2019). EU Kids Online Portugal. Usos, competências, riscos e mediações da internet reportados por crianças e jovens (9-17 anos). EU Kids Online e NOVA FCSH.
- Tomaél, M. I., Alcará, A. R., & Di Chiara, I. G. (2005). Das redes sociais à inovação. *Ciência da Informação*, 34(2), 94-103. doi.org/10.1590/S0100-19652005000200010