

A utilidade pública dos jogos sociais

É melhor prevenir do que remediar, já dizia o famoso ditado popular. Nos últimos anos, os altos índices de registro da dengue vêm preocupando a sociedade brasileira. Assim, as campanhas educativas surgem como ferramentas essenciais para conscientizar a população no combate aos focos de proliferação da doença.

Tecnologias: APP do Orkut + Flash (Actionscript) + Javascript + Ruby on Rails + XML



Pensando nisso, a Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais decidiu investir em ações digitais. Dentre elas, destaque para o jogo veiculado no Orkut, Dengue Ville (<http://dengue.nu/orkut>), criado pela Lápiz Raro (www.lapisraro.com.br). Nas próximas páginas, Juliana Duarte, diretora de comunicação digital da agência, vai nos contar as etapas envolvidas na produção deste trabalho.

WD Além das grandes marcas, as instituições governamentais brasileiras também estão aumentando gradativamente os investimentos pelo universo digital. Um exemplo está presente no portfólio da própria Lápiz Raro, com o desenvolvimento do game Dengue Ville. Quais foram os argumentos fundamentais para convencer a Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (www.saude.mg.gov.br) a investir em um projeto deste porte?

JULIANA A dengue é um problema recorrente em vários estados do Brasil. O combate à doença não está nas mãos só do poder público, depende muito da mobilização das pessoas e envolve mudança de hábitos.

Todo mundo tem o costume de colocar pratinho embaixo de vaso de planta, de guardar as garrafas velhas e mais um monte de coisa, sem se preocupar em evitar a água parada, responsável pela reprodução do mosquito. Mudar hábitos não é nada fácil. E, nesse caso, ainda temos um agravante: as pessoas já sabem o que devem fazer para evitar a dengue, mas mesmo assim não fazem.

Diante desse cenário, propusemos uma nova estratégia: falar com um público mais jovem e de um jeito diferente, explorando os aspectos lúdicos junto ao conteúdo educativo. Mas o argumento decisivo foi a ideia de usar o Orkut. A maior rede social do Brasil nos permitiu ir aonde o nosso público está, o que é bem diferente de convidar as pessoas a irem a uma URL específica.

É uma quebra de paradigma você levar um assunto sério, sendo dito por uma instituição governamental, para um ambiente descontraído e aberto como o Orkut. A equipe do governo de Minas foi muito parceira e apostou na inovação junto com a agência.

WD Falando em jogos sociais, eles começam a se tornar mais um serviço disponível no portfólio de agências digitais. Como surgiu a ideia de trabalhar com este segmento na Lápiz Raro?

JULIANA Estamos sempre acompanhando as tendências da comunicação digital e somos usuários de redes sociais, elas fazem parte do nosso dia a dia. Mas como somos profissionais da área, o nosso jeito de usar é diferente. O olhar é mais crítico e mais funcional.

Eu não saberia dizer como exatamente surgiu a ideia de trabalhar com esse segmento. Foi um processo praticamente natural. Nós já havíamos contratado uma pessoa para focar em redes sociais, principalmente em ações e estratégias de uso para as marcas. O jogo foi uma evolução.

WD Quando falamos de advergames, sabemos que algumas das principais etapas envolvidas em sua concepção são: planejamento, criação do conceito do jogo, desenvolvimento, testes e administração

do ambiente. Em relação aos jogos sociais, o desenvolvimento segue a mesma linha de produção? Quais foram as principais etapas envolvidas na concepção do Dengue Ville?

JULIANA Os jogos seguem as mesmas etapas. A primeira fase é o planejamento, que envolve diagnóstico da situação, estudo de cenário, imersão e conceito criativo. Começamos experimentando jogos semelhantes. Eu já estava "viciada" em FarmVille, que foi uma referência importante para o Dengue Ville. Quem ainda não jogava, passou a jogar. Depois fizemos várias reuniões de brainstorm para fechar o enredo. O passo seguinte foi a organização das informações em planilhas compartilhadas por toda a equipe.

A metodologia foi desenhada com o carro rodando. Mas a experiência ajuda muito, nos dá a segurança necessária para explorar novos caminhos. O importante foi definir a jogabilidade a partir de alguns eixos: desenvolver sentido de comunidade; permitir a interação entre os usuários (diferente de usuário e jogo); criar um clima de competição; definir mecanismos para que o jogo se espalhe; e permitir a personalização. A personalização ainda não está em um nível ideal, mas estamos planejando um upgrade que irá levar a personalização a outro patamar.

A fase seguinte é o design: definição de estilo de ilustração; escolha das fontes; detalhamento dos cenários; e desenho das telas. Como não tivemos muito tempo para trabalhar as fases, elas foram acontecendo praticamente ao mesmo tempo. Antes mesmo de ter as telas prontas, já começamos a fazer o desenvolvimento em Flash (Actionscript | XML) e a plataforma administrativa.

Para a programação em Flash, utilizamos o framework LapisBox, desenvolvido pela nossa equipe. Dentre outras funcionalidades, ele agiliza a montagem do aplicativo e suas interações. Sobre essa etapa, é interessante destacar o desenvolvimento de uma API para simular o estado (tempo, pontuação, nível etc.) de cada objeto no cenário. Criamos uma tabela definindo as ações e a duração de cada item interativo do jogo. Assim como na vida real, temos tempos diferentes e níveis de complexidade variados para executar tarefas e é isso que essa API procura recriar.

Outro recurso interessante é o uso de Shared Objects - uma espécie de Flash Cookies - para "desafogar" o número de execuções ao servidor. Algumas informações são gravadas nesse formato e somente depois de um tempo são enviadas para o servidor. E, do outro lado, a plataforma administrativa, desenvolvida pela Dito, garante a gravação e a recuperação dos dados, filtra as ações e comunica com a API do Orkut. As duas equipes responsáveis pela programação trabalharam em paralelo, mas de forma bastante integrada, testando tudo o tempo todo.

WD Sobre a Dito Ideias & Soluções, na ficha técnica do projeto eles aparecem como os responsáveis pela integração com o Orkut e programação do sistema. Diante disso, quais são os parâmetros necessários na hora de selecionar parceiros para um projeto? E qual a receita ideal para se manter um bom relacionamento neste tipo de relação?

É uma quebra de paradigma você levar um assunto sério, sendo dito por uma instituição governamental, para um ambiente descontraído e aberto como o Orkut

JULIANA Já havíamos feito outro aplicativo com a Dito, mas dessa vez as duas equipes precisaram estar muito próximas porque uma parte grande do jogo foi feita pela Lápis Raro. A escolha do parceiro se dá muito em função da confiança que você tem na entrega dele e de afinidade. Não acredito muito em receitas, mas acho que ter clareza sobre qual é o papel de cada um é o ponto para se manter um bom relacionamento.

WD Durante a divulgação oficial do Dengue Ville, o secretário estadual de saúde Antônio Jorge Marques ressaltou que “uma pesquisa da Fiocruz mostrou que mais de 90% das pessoas sabem como evitar o mosquito, mas uma porcentagem muito pequena tem o hábito de colocar essas medidas em prática. O que se conclui é que as campanhas educativas não têm funcionado”. Levando-se em consideração que boa parte dos jogos sociais está baseada nos conceitos de entretenimento e possui caráter lúdico, quais são os cuidados e os limites para torná-los ferramentas estratégicas em campanhas educativas?

JULIANA É necessário ter um alinhamento total com as informações que precisam ser trabalhadas. Fizemos várias reuniões com a equipe técnica da Secretaria de Saúde do Estado de Minas Gerais para conhecer profundamente as medidas de combate à dengue, as principais dificuldades enfrentadas para adotar as medidas de proliferação, as barreiras à ação, tratamento e comportamento da população.

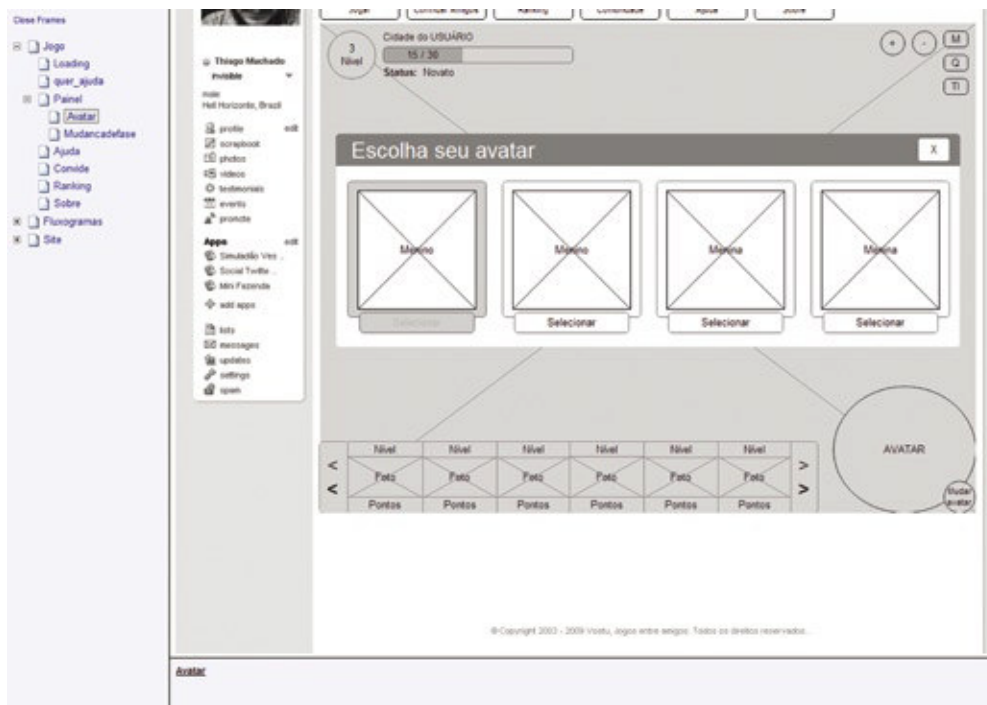
O desafio é traçar o limite entre o que é preciso dizer e a manutenção da jogabilidade. Tem que haver um equilíbrio nisso, não podemos deixar de falar o que precisamos, mas também não podemos deixar o jogo chato.

Um ótimo exemplo dessa dificuldade está na ação de publicar as mensagens que aparecem em pop-up à medida que a pessoa joga. É o assunto mais polêmico do Dengue Ville. Muitos jogadores consideram essa parte muito chata, mas se é um jogo com objetivos educativos não podemos abrir mão disso. O que fizemos foi dosar o número de mensagens. Elas foram diminuindo ao longo do tempo. É interessante que muitas pessoas entenderam isso e saíram em defesa do jogo.

WD Em recente post no blog Social Media (<http://tinyurl.com/78-estudo-1>), a pesquisadora Raquel Recuero apresentou algumas das características de engajamento em jogos sociais, sendo que ele pode ser classificado em dois tipos: engajamento social (relacionado à apropriação do jogo e motivações do grupo) e engajamento individual (relacionado às motivações pessoais). Como vocês trabalharam esta questão durante a criação do projeto?

JULIANA O engajamento social direcionou grande parte das escolhas que fizemos. Em um aplicativo para redes sociais, não dá para abrir mão disso, inclusive porque dependemos desse engajamento para o jogo viralizar. Mas o engajamento

Tela de wireframe de uma das interfaces do jogo Dengue Ville



individual também é fundamental, porque ele mexe com a vaidade das pessoas. No Dengue Ville, procuramos trabalhar nas duas direções e fizemos isso definindo alguns eixos que citei na resposta sobre metodologia (página 57).

WD A usabilidade é um fator essencial na criação e no desenvolvimento de jogos on-line, pois ela pode determinar o sucesso ou o fracasso de um determinado projeto. Pensando nisso, quais foram os testes aplicados para avaliar a facilidade de uso e a jogabilidade deste aplicativo?

JULIANA Não utilizamos nenhum método formal de testes. A equipe toda testou e convidamos também usuários de outros jogos sociais, especialmente FarmVille e Colheita Feliz, para testarem.

Na escolha de quem iria testar, levamos em consideração perfis etários diferentes: adolescentes, crianças e pessoas mais velhas. Além disso, aconteceu que o jogo foi publicado no Orkut pelo menos dois dias antes do previsto. Logo nas primeiras quatro horas, já tínhamos cerca de 500 pessoas jogando. Essa situação ampliou o nosso time de teste.

WD Um aspecto interessante na dinâmica do Dengue Ville é que se o usuário deixa de participar do jogo por um determinado período, no momento em que passa a utilizá-lo de novo, ele recebe um aviso de que está “doente” e precisa fazer uma determinada ação para ser habilitado novamente. Em que etapa do projeto surgiu a ideia de incluir alguns destes detalhes minuciosos? E de que maneira eles contribuem para manter o jogo ativo?

JULIANA Os detalhes foram definidos a partir da imersão que fizemos no assunto da dengue. Eles foram desenhados a partir da necessidade e do compromisso que estabelecemos com os aspectos educativos do jogo. É justamente a diversidade de ações que mantém o jogo ativo. Não podemos parar, os jogadores querem novidade todos os dias. Além disso, como existe uma seção chamada “Comunidade”, dentro do jogo, o espaço para reivindicações está aberto. Assim, temos que escutá-los.

WD A modelagem dos personagens, dos elementos e dos cenários do jogo foi toda baseada em ilustrações. Além disso, a combinação cromática utilizada envolve cores vivas e a tipografia apresenta características de fontes fantasia e manuscritas. Quais foram as principais referências criativas utilizadas para a composição gráfica da interface do Dengue Ville?

JULIANA As referências foram o universo dos jogos sociais. Mas um insight importante veio de um conceito que vem sendo ressaltado pela pesquisadora Giselle Beiguelman (www.desvirtual.com). Ela diz que estamos na era do “capitalismo fofo”, um capitalismo em que tudo soa onomatopéico, feliz e redondinho, como os logos e os nomes das principais redes sociais da web 2.0.

WD Em termos dos princípios de arquitetura de informação e do design de interfaces, quando comparamos com os projetos habituais na área (portais, sites institucionais, hotspots etc.), quais seriam as diferenças envolvidas no processo de criação de jogos sociais?

JULIANA Existem muitas diferenças. É preciso aliar o conceito de cada tela que responde a uma ação muito específica com toda a dinâmica do cenário. As possibilidades de interação são infinitamente maiores do que preencher um formulário, por exemplo. É preciso misturar os wireframes funcionais com um storyboard do jogo.

WD Dos primeiros esboços criativos até o lançamento oficial, quais foram as modificações efetuadas até o momento no projeto? Por exemplo, houve algum aspecto que tenha sido previsto inicialmente e que teve que ser alterado conforme os usuários foram utilizando o game?

JULIANA Podemos citar as mensagens educativas. Estamos sempre mudando a frequência em que elas aparecem para encontrar equilíbrio. Outro ajuste que fizemos foi em relação à pontuação necessária para mudar de fase. Fomos modificando à medida que avaliamos a dificuldade ou a facilidade de acumular pontos.

WD Alguns números são definitivos para apontar o sucesso do projeto: até a metade do mês de abril já tinham sido registrados mais de 500 mil usuários no aplicativo (<http://tinyurl.com/78-estudo-2>). Em trabalhos envolvendo redes sociais, quais são os dados que a Lâpis Raro procura mensurar para justificar o investimento? E que tipo de retorno um trabalho deste porte costuma trazer para uma agência digital?

JULIANA Avaliamos primeiro o número potencial de pessoas que você pode atingir, a relação que as pessoas têm com a rede social, tempo de navegação e perfil de usuário (idade, sexo, hábitos). Ao longo do período em que o projeto está no ar, mensuramos: número de usuários, visitas, tempo e reprodução (retweets, mensagens e citações).

O maior retorno é a possibilidade de muito aprendizado, com o frescor muito grande de quem está ali na hora utilizando o produto que você colocou para rodar. É bem bacana acompanhar o que as pessoas estão dizendo, elogiando ou reclamando. E, além disso, tem, é claro, o cliente satisfeito, as diversas matérias na mídia e os depoimentos de pessoas dizendo que aprenderam alguma coisa com o jogo.

No caso específico do Dengue Ville, que é um jogo educativo, de utilidade pública, tenho o sentimento de estar fazendo uma coisa que pode ter um impacto na vida das pessoas. Acredito no poder da internet quando utilizada para o bem! ✖

Ficha Técnica

Direção de criação web: Juliana Duarte

Direção de criação: Carla Madeira e Juliana Duarte

Atendimento: Flávio Andrade

Direção de Atendimento: Simone Moreira

Planejamento: Juliana Duarte, Juliana Sampaio, Thiago Machado, Antonio Junior, Andressa Abras e Andre Fonseca (Dito Ideias & Soluções)

Arquitetura de Informação: Thiago Machado

Direção de Arte: Diogo Motta

Redação: Juliana Sampaio

Programação Flash: Antonio Junior

Integração com o Orkut e programação do sistema: Dito Ideias & Soluções

Ilustração: Clermont Cintra

Aprovação do cliente: SES - Gisele Bicalho e Thiago Peixoto
SECOM - Jane Faria, Sérgio Esser e Cláudia Ferreira