

PLAY & SAVE

MISSÃO E EVANGELISMO
NA ERA DOS GAMES

ALLAN MACEDO DE NOVAES
ERICK EUZÉBIO LIMA
(ORGS.)

UNASPRESS





Igreja Adventista
do Sétimo Dia



Educação
Adventista

Divisão Sul-Americana (DSA)

Presidente: Stanley Arco

Diretor do Departamento de Educação: Antônio Marcos da Silva Alves

Instituto Adventista de Ensino (IAE), mantenedora do Unasp

Presidente: Mauricio Lima

Secretário: Charles Rampanelli

Tesoureiro/CFO: Telson Vargas

UNASP

Reitor: Martin Kuhn

Vice-reitor administrativo: Claudio Knoener

Vice-reitor para educação superior e diretor do campus São Paulo: Afonso Ligório Cardoso

Vice-reitor e diretor do campus Engenheiro Coelho: Carlos Alberto Ferri

Vice-reitor para a educação básica e diretor do campus Hortolândia: José Prudêncio Júnior

Pró-Reitor Financeiro: Paulo Ricardo Monarin

Pró-reitor de graduação: Edilei Rodrigues de Lames

Pró-reitor de pesquisa e desenvolvimento institucional: Allan Macedo de Novaes

Pró-reitor de gestão integrada: Mauricio Guimarães Lima

Pró-reitor de pós-graduação lato sensu: Luis Henrique dos Santos

Pró-reitor de desenvolvimento espiritual: João Brito Netto

Pró-reitor de educação a distância: Jonas Rafael Nikolay

UNASPRESS

Editora Universitária Adventista

Editor-chefe: Allan Macedo de Novaes

Editor-assistente: Gabriel A. Costa

Responsável editorial pelo EAD: Regiane Cardoso de Oliveira

Conselho editorial e artístico: Dr. Martin Kuhn; Me. José Prudêncio Jr.; Dr. Afonso Cardoso; Dr. Carlos Ferri; Esp. Claudio Knoener; Dr. Allan Novaes; Dr. Edilei Lames; Esp. Evandro Fávero; Me. João Brito; Dra. Lizbeth Kanyat; Dr. Vanderlei Dorneles; Dr. Silvano Barbosa; Dr. Fabio Alfieri; Dra. Silvia Quadros; Esp. Regiane Cardoso de Oliveira; Me. Lucas Alves; Dr. Adolfo Suárez; Esp. Marcelo de Carvalho; Me. Diogo Cavalcanti



PLAY & SAVE

MISSÃO E EVANGELISMO
NA ERA DOS GAMES

ALLAN MACEDO DE NOVAES
ERICK EUZÉBIO LIMA
(ORGS.)

UNASPRESS



UNASP



Igreja Adventista
do Sétimo Dia

UNASPRESS

Editora Universitária Adventista

Caixa Postal 88 – Reitoria Unasp
Engenheiro Coelho, SP CEP 13448-900
Tels.: (19) 3858-5171 / 3858-5172

www.unaspres.com.br

Coordenação editorial: Rhayane Storch
e Gabriel A. Costa
Preparação e revisão: Max Pfeffer,
Gabriel A. Costa e Thiago Abdala
Projeto gráfico e diagramação: Felipe Rocha

Play & Save: missão e evangelismo na era
dos games

1ª edição — 2025

Pareceristas *ad-hoc* para a presente obra:

Dr. Adriani Milli
Dr. Alexandre Ramos
Dr. Caio César
Dr. Carlos Olivares
Dr. Clacir Virmes Jr.
Dr. Fabio Vinicius Bergamo
Dra. Marta Maria Pires

Dados Internacionais da Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)
(Ficha catalográfica elaborada por Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129)

Play & save : missão e evangelismo na era dos games / organização Allan Macedo de Novaes,
Erick Euzébio Lima. – Engenheiro Coelho, SP : Unaspres, 2025.

ISBN 978-65-5405-077-7

1. Evangelismo 2. Gamificação 3. Igreja Adventista do Sétimo Dia 4. Jogos - Aspectos religiosos
- Cristianismo 5. Missão cristã I. Novaes, Allan Macedo de. II. Lima, Erick Euzébio.

25-280037

CDD-269.2

OP 00043

Índices para catálogo sistemático:

1. Evangelismo : Cristianismo 269.2

Editora associada:



ABEU Associação Brasileira
das Editoras Universitárias

Todos os direitos reservados à Unaspres - Editora Universitária Adventista. Proibida a reprodução por quaisquer meios, *sem prévia autorização escrita da editora*, salvo em breves citações, com indicação da fonte.

SUMÁRIO

9 PREFÁCIO

13 APRESENTAÇÃO

17 O CRISTIANISMO E A ARTE

CAPÍTULO 1

19 O DOM CRIATIVO DE DEUS

Rodrigo Follis

CAPÍTULO 2

31 A IMPORTÂNCIA DO BELO E DA ESTÉTICA

Rodrigo Follis

CAPÍTULO 3

41 A IGREJA CONTEMPORÂNEA E A ARTE

Rodrigo Follis

51 INTRODUÇÃO À CULTURA DA MÍDIA

CAPÍTULO 4

53 CULTURA DA MÍDIA

Thamires Ribeiro de Mattos

CAPÍTULO 5

61 INTERAÇÕES ENTRE CULTURA, SOCIEDADE E PRODUTOS MIDIÁTICOS

Thamires Ribeiro de Mattos

71

GAMES

CAPÍTULO 6

73 INTRODUÇÃO AOS GAMES

Erick Euzébio Lima

CAPÍTULO 7

83 DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA DE GAMES

Erick Euzébio Lima

CAPÍTULO 8

93 TECNOLOGIAS E TENDÊNCIAS NO MERCADO DE GAMES

Erick Euzébio Lima

105

RELIGIÃO E GAMES

CAPÍTULO 9

107 RELIGIÃO E GAMES

Erick Euzébio Lima

CAPÍTULO 10

117 CLASSIFICAÇÃO DOS JOGOS E SUAS REFLEXÕES TEOLÓGICAS

Erick Euzébio Lima

127

O ADVENTISMO E OS GAMES

CAPÍTULO 11

129 O ADVENTISMO E A MÍDIA

Allan Novaes

CAPÍTULO 12

139 O ADVENTISMO E OS GAMES

Allan Novaes

CAPÍTULO 13

151 ELLEN G. WHITE E OS JOGOS

Fábio Augusto Darius

- 163 **CAPÍTULO 14**
REFLEXÕES SOBRE COMPETIÇÃO
Vanessa Meira
- 173 **CAPÍTULO 15**
REFLEXÃO SOBRE SAÚDE FÍSICA
Vanessa Meira
- 183 **CAPÍTULO 16**
REFLEXÃO SOBRE SAÚDE MENTAL
Vanessa Meira

193

EVANGELISMO E MISSÃO ATRAVÉS DOS GAMES

- 195 **CAPÍTULO 17**
OS JOGOS E A ESPIRITUALIDADE
Rodrigo Follis
- 205 **CAPÍTULO 18**
RELIGIÃO E COMUNICAÇÃO
Rodrigo Follis
- 215 **CAPÍTULO 19**
GAMES E EVANGELIZAÇÃO
Rodrigo Follis

225

GAMIFICAÇÃO E *SERIOUS GAMES*

- 227 **CAPÍTULO 20**
INTRODUÇÃO À GAMIFICAÇÃO
Allan Novaes e Vanessa Meira
- 237 **CAPÍTULO 21**
SERIOUS GAMES
Allan Novaes e Vanessa Meira
- 247 **CAPÍTULO 22**
JOGOS E EDUCAÇÃO
Francislê Neri de Souza

257

HEROES, O JOGO DA BÍBLIA

CAPÍTULO 23

259 **UNIVERSO HEROES**

Sam Neves

CAPÍTULO 24

269 **BIBLE HEROES CHAMPIONSHIP**

Sam Neves

CAPÍTULO 25

279 **HEROES APLICADO À IGREJA**

Sam Neves

289

SAVEPOINT

CAPÍTULO 26

291 **UM "PONTO DE SALVAÇÃO" NA UNIVERSIDADE**

Max Luiz Pfeffer Filho

305

ÍNDICE REMISSIVO

309

SOBRE OS ORGANIZADORES



PREFÁCIO

Jesus, aproximando-se, falou-lhes, dizendo:

— Toda a autoridade me foi dada no céu e na terra. Portanto, vão e façam discípulos de todas as nações, batizando-os em nome do Pai, do Filho e do Espírito Santo, ensinando-os a guardar todas as coisas que tenho ordenado a vocês. E eis que estou com vocês todos os dias até o fim dos tempos (Mt 28:18–20).

A Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD), bem como seus membros, têm utilizado os mais variados meios para cumprir a Grande Comissão de Mateus 28:18–20. A página impressa ainda é amplamente utilizada, e programas de rádio e de TV, centenas de portais disponíveis na internet e influenciadores adventistas têm utilizado seus perfis em redes sociais para alcançar as pessoas. Mas ao olharmos para o passado, percebemos que, a princípio, muitos desses meios foram recebidos com desconfiança pela igreja.

Algo semelhante acontece com os games. Parece haver uma grande desconfiança em associá-los com a missão. Felizmente isso está mudando: com o crescimento exponencial da indústria de games, as potencialidades dessa mídia se tornam cada vez mais óbvias para a igreja. Iniciativas já estão sendo tomadas, como é o caso do game bíblico *Heroes*, que têm quebrado barreiras e alcançado milhões de pessoas. Ainda assim, algumas dúvidas perduram: o hábito de jogar é compatível com a vida cristã? Que benefícios o jogo pode trazer para a minha comunhão com Deus? Como posso usar jogos para cumprir a missão?

Play & save: missão e evangelismo na era dos games responde essas e outras perguntas. Allan Novaes e Erick Lima, organizadores deste livro, são pesquisadores na área de jogos e religião no Unasp. Através da curadoria e organização feita por esses dois, durante a leitura, somos levados a contemplar

a relação entre religião, cultura e games. Também nos é apresentado um retrospecto de como a IASD tem se relacionado com essa mídia em sua história; entendemos aqui como o cristão pode usufruir dos games de maneira saudável; e, por fim, somos expostos a reflexões e aplicações a respeito da contribuição dos games para o cumprimento da missão.

É importante lembrar que esta obra é fruto da parceria entre o Unasp e o Departamento de Comunicação da Conferência Geral dos Adventistas do Sétimo dia. Também é a primeira obra literária do novo selo editorial da Unasp Press, o selo Savepoint, que tem como foco a publicação de produtos lúdicos.

Esta leitura vai ampliar seus horizontes a respeito do tema. Espero que, por meio dela, sua vida seja abençoada, e que ela te motive a utilizar os games para o cumprimento da Grande Comissão! Fique com Deus!

Williams Costa Júnior

*Diretor de Comunicação da Conferência
Geral dos Adventistas do Sétimo Dia*



APRESENTAÇÃO



No decorrer da história cristã, jogos e devoção pessoal foram colocados em oposição. Alguns argumentaram que os jogos poderiam distrair os fiéis de suas responsabilidades religiosas e levar a comportamentos imorais. O tempo e a energia dedicados a eles poderiam afetar a fé, e a competição, por sua vez, poderia contribuir para atritos e rupturas sociais.

De outro modo, porém, o ato de jogar colabora para a interação social e até para o aprendizado. *Play & Save* é uma colaboração para essa discussão complexa, que envolve equilíbrio delicado entre princípios religiosos solidificados e valores culturais em constante transformação.

Jogos já são a maior parcela do mercado de entretenimento, mas também são coisa séria. Empresas têm implementado treinamentos através de processos gamificados, tendência também seguida por escolas. A presença constante dos jogos também traz discussões importantes sobre sedentarismo e saúde mental. Todas essas questões serão abordadas aqui.

Lidaremos, sobretudo, com as oportunidades que os jogos podem trazer à missão evangelística. Exemplos recentes revelam que, na contramão da percepção de muitos, jogos podem ser utilizados como ferramenta para conhecimento das Escrituras e como ponte para desenvolver relacionamentos saudáveis. Você saberá mais sobre isso ao ler a seção *Heroes: o jogo da Bíblia*, que traz testemunhos sobre esse tipo de aplicação.

A igreja é instigada a lidar com desafios e aproveitar as oportunidades que aparecem a cada geração. Como fenômeno cultural, os jogos não podem ser ignorados. Essa obra é resultado do esforço de compreender essa realidade e propor uma leitura cristã que vá além do mero afastamento. Quando nos deparamos com um grande desafio, ainda maiores são as possibilidades.

Deus nos abençoe com generoso discernimento e correto engajamento!

Os organizadores



O CRISTIANISMO E A ARTE

CAPÍTULO 1

O DOM CRIATIVO DE DEUS

Rodrigo Follis*

* Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Existem quatro formas diferentes de pensarmos nossa relação com as artes.



1) Fazendo e apreciando artes a partir da lógica da cruz de Cristo.



2) Julgando a arte dos que não possuem a cosmovisão cristã.



3) Avaliando a arte inspirada na filosofia cristã, mesmo vinda de artistas não cristãos.



4) Sendo crítico diante da arte do cristão que desrespeita a cosmovisão bíblica.

CRIADOS PARA CRIAR

Em Gênesis, capítulos 1 e 2, vemos o relato da criação dos seres humanos, quando Deus nos fez à sua imagem e semelhança. Se Ele nos criou e nos fez à sua imagem e semelhança, então podemos dizer facilmente que também somos seres criadores. Ser criativo faz parte da imagem e da semelhança que Deus colocou desde sempre em nós.

De acordo com Gênesis 1:26, Deus disse: “façamos o homem à nossa imagem, conforme a nossa semelhança, tenha ele domínio sobre os peixes do mar, sobre as aves do céu, sobre os animais domésticos, sobre toda a terra, e sobre todos os répteis que rastejam pela terra”. Você notou que Deus fez aqui um duplo chamado? Ele não apenas criou o ser humano à sua imagem e semelhança, mas o criou para que ele dominasse as coisas.



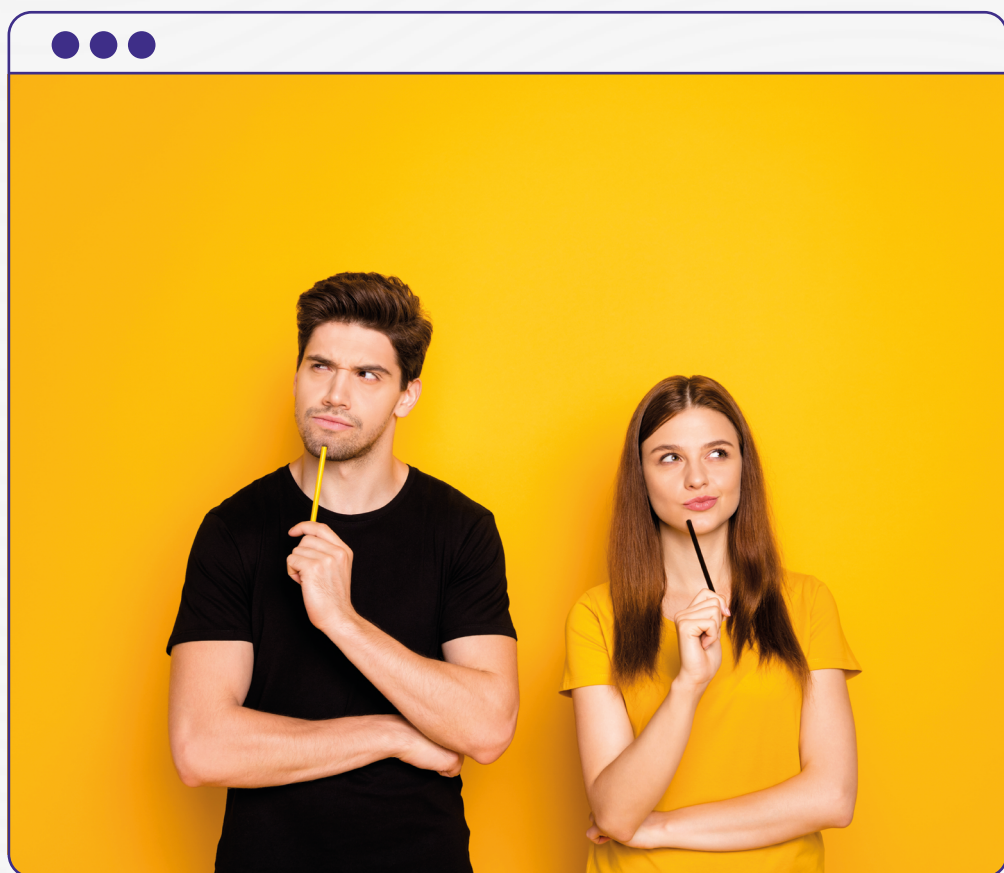
“Certamente, o mundo é tudo aquilo que Deus criou e para o qual Cristo veio redimir. Isso inclui a cultura, porque os seres humanos jamais viveram isolados uns dos outros e, quando se reúnem, automaticamente criam a cultura. Seria impossível pensar em amar os seres humanos e, não obstante, odiar a cultura humana, amar o indivíduo e, não obstante, odiar sua música, canções, histórias, pinturas, jogos, rituais, decorações, roupas, linguagens e estilos de cabelo. Deus nos fez seres culturais.”²

O ato de dominar mostra que o ser humano deve fazer aquilo que Deus começou na criação. Devemos continuar com o ímpeto criativo na sociedade e na cultura. O poeta e crítico musical Steve Turner nos lembra que a entrada do pecado no mundo, mesmo trazendo tantas coisas ruins, não extinguiu nossa capacidade criativa, dada diretamente por Deus a cada um de nós.¹

Por Deus ter nos criados à sua imagem e semelhança, e termos o dom criativo, isso significaria dizer que somos iguais a Ele em todos os aspectos? De maneira nenhuma. Pensar que isso é possível, inclusive, foi o ponto que levou o ser humano à queda. Satanás disse à mulher que ela poderia ser

¹ TURNER, S. **Cristianismo criativo?** uma visão para o cristianismo e as artes. São Paulo: W4 Editora, 2017.

² Ibid.



Quando usamos nossa criatividade, estamos imitando o nosso Criador, que nos fez à sua imagem e semelhança.

igual a Deus (Gn 1-3). A verdade é que nunca seremos, em essência, iguais a Deus. Só ele pode criar *ex nihilo*, ou seja, a partir do nada. O ser humano é criador por ser imagem e semelhança de Deus, mas, diferente dele, só conseguimos criar a partir das coisas que já existem. Dentro disso, nosso papel é dominar a criação feita por Deus e criar a partir dela.

Fazer coisas belas é um mandamento divino. Quando fazemos isso, honramos a imagem e a semelhança de Deus em nós. Nossos atos criativos são expressões para honra e glória de Deus e da capacidade que Ele nos deu. Ele nos criou, e é por isso que criamos.

DEUS E AS COISAS BELAS

Na Bíblia observamos vários tipos de dons. O diretor de cinema e roteirista Frank Schaeffer destaca que a criatividade está presente em toda a Bíblia, desde seu primeiro capítulo.³ Ela se encontra, por exemplo, no Cântico dos Cânticos, na sabedoria dos Provérbios e na poesia dos Salmos. A Bíblia também apresenta detalhes de construções, como a do tabernáculo no deserto e a beleza do templo de Salomão. Neles, vemos arte em sua essência, com objetivos cerimoniais, de adoração e, até mesmo, de decoração, todos feitos para a honra e para a glória de Deus e também para uso de seu povo.

A Bíblia deixa claro que a arte não precisa ser feita apenas no contexto religioso ou de adoração. A existência dos móveis do templo, além de expressar beleza, tinha um objetivo pedagógico: ensinar a história da redenção. Por exemplo: colocar anjos na arca da aliança tinha uma finalidade simbólica e pedagógica, pois ensinava algo; fazer uma bacia para sacrifícios

³ SCHAEFFER, F. **Viciados em mediocridade**: cristianismo contemporâneo e as artes. São Paulo: W4 Editora, 2019.





“As artes, a criatividade, a apreciação de nossa própria criatividade, a criatividade das pessoas ao nosso redor — em suma, toda a beleza que Deus colocou em nossa vida — é um dom gracioso e benéfico que vem do nosso pai celestial”.⁴

era pedagógico e simbólico, pois tratava da história da redenção. Por outro lado, a arte pode ser feita, meramente para embelezar, como mostra o texto de 2 Crônicas 3:6, que fala da construção do templo, no qual se conta que “também [se] adornou a sala de pedras preciosas”. Esse texto mostra que havia elementos no templo que eram apenas bonitos, como as pedras preciosas que estavam nas paredes. A finalidade de colocar pedras preciosas nas paredes era apenas adornar, ou seja, deixar o ambiente bonito. E Deus gosta da beleza, assim como gosta da pedagogia e dos símbolos.

A beleza faz parte dos planos e do projeto de Deus. Vamos isso, por exemplo, na exuberância da natureza, obra do mesmo criador que ordenou que o templo fosse adornado com pedras preciosas. Existem dons de diversos tipos: alguns pedagógicos, que ensinam; alguns litúrgicos, para adoração; e outros estéticos, que tem a ver com a beleza. Todos eles foram criados por Deus e devem ser usados em nossas vidas.

⁴ Ibid.

O PAPEL DOS ARTISTAS CRISTÃOS DENTRO E FORA DA IGREJA

A relação do cristão com as artes pode ser encarada de quatro formas. A primeira é a partir da cosmovisão que ele carrega. O cristão deve fazer suas criações a partir da lógica da cruz de Cristo, independentemente de quais forem elas (escrita, pintura, composição musical, produção audiovisual, *games* etc.). Suas criações podem ser 1) comerciais, 2) para a sociedade, 3) usadas pelo grande público ou 4) direcionadas para a igreja. E, em qualquer uma delas, o cristão deve expressar sua cosmovisão em suas criações.

A segunda forma de encarar a arte diz respeito à postura do cristão diante das produções artísticas daqueles que não possuem uma cosmovisão bíblica. O cristão até pode consumir essa arte, mas deve ter consciência de que ela não carrega sua cosmovisão, assim, ela sempre será incompleta. Esse tipo de arte pode até ser analisado em seu sentido técnico, onde analisamos se ela é uma boa arte, bem construída. Se sim, pode até ser apreciada. No entanto, como essa arte não carrega uma cosmovisão cristã, será sempre necessário filtrá-la.

A terceira forma diz respeito à postura do cristão diante das produções artísticas daqueles que não possuem uma cosmovisão bíblica, mas são inspiradas na filosofia cristã. O cristão pode consumir essa arte também. Na história da humanidade, muitos artistas produziram obras cristãs, mas não eram cristãos. Nesse caso, devemos saber separar a figura do artista da sua cosmovisão. Podemos discordar do artista e concordar com sua mensagem. Aqui, se a arte for boa e carregar a cosmovisão cristã, ela poderá ser apreciada e usada de maneira mais ampla. Se essa arte é estética e tecnicamente boa e carrega uma cosmovisão cristã, não precisa ser ignorada apenas por causa das falhas de



**Devemos
saber separar
a figura do
artista da sua
cosmovisão.
Podemos
discordar
do artista e
concordar
com sua
mensagem.**



seu artista. Afinal, todos somos pecadores e erramos, incluindo até mesmo o melhor dos cristãos. Assim, saber separar mensagem e mensageiro é, muitas vezes, importante.

A quarta forma de encarar a arte é a do cristão que, embora convertido, produz arte com uma cosmovisão não cristã. Aquele que se converte não precisa produzir apenas arte religiosa, ou seja, voltada apenas para o uso na e pela igreja. No entanto, em sua criação artística, o cristão não deve se dissociar de sua cosmovisão. Se o artista cristão, mesmo em sua arte secular, não expressa uma cosmovisão cristã, ele precisa repensar e reformular suas obras a partir dela. Aqui temos o oposto do ponto anterior, no qual a arte tinha uma boa cosmovisão, embora o artista não. Em suma, o que podemos dizer é que a cosmovisão importa mais do que o artista, ok?

Creio que já podemos resumir tudo que falamos. Toda vez que o cristão se depara com qualquer tipo de arte, ele deve julgar se ela é boa tanto técnica como esteticamente. Mas, também, precisa pensar qual cosmovisão ela pretende transmitir. É a partir dessas três coisas que devemos escolher se algo deve ou não ser consumido por nós.

APLICAÇÃO

Todos possuem a capacidade de criar, afinal, ser criativo faz parte de sermos à imagem e semelhança de Deus. Você conhece suas capacidades? Aproveite essa oportunidade para se conhecer e desenvolver sua criatividade.

CAPÍTULO 2

A IMPORTÂNCIA DO BELO E DA ESTÉTICA

Rodrigo Follis*

* Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Deus fez o mundo e
o ser humano de
forma física.



Ele considerou
todas as coisas que
criou boas.



Ordenou que o ser
humano dominasse
o mundo e criasse.



A criatividade faz parte
da imagem que
herdamos de Deus.



Enquanto estivermos
no mundo, devemos
criar coisas belas.

A IGREJA DEVE PRODUZIR ARTE

Uma vez meu orientador de doutorado me perguntou se eu acreditava na volta de Cristo. Eu disse que sim. Aí ele fez uma pergunta para a qual, na visão dele, eu não teria resposta. Ele questionou qual seria a razão da Igreja Adventista, que acredita na volta de Cristo para muito breve, investir tanto em escolas, hospitais, orfanatos, indústrias de alimentos etc. Se Jesus pode voltar amanhã, não é perda de tempo investir tempo e recursos em coisas que são pensadas para durar muitos anos, como uma universidade, uma escola e um hospital? Eu disse a ele que é justamente porque acreditávamos na breve volta de Cristo que investíamos tanto nessas coisas. Parece um paradoxo, não é mesmo? A mesma esperança pode gerar motivação ou inanição.



“A criatividade não é simplesmente admissível, é essencial. É o que Deus deseja. Enquanto o homem dava nome aos animais, diz-se que Deus estava interessado em ‘ver como este os chamaria’ (Gn 2:19), o que indica que Deus tinha prazer nos atos criativos de Adão”. Deus aceitou o nome que o homem deu a todos os seres vivos, pois ele estimula o ser humano a criar, e se alegra com as obras que honram e glorificam seu nome. A Bíblia está repleta de histórias de criação e criatividade humana.¹

Por que escolhemos a primeira e não a segunda? É sobre isso que quero discutir aqui.¹

O primeiro ponto que aprendemos com a criação é que Deus fez o ser humano, o Jardim do Éden, as plantas, os animais e tudo o que há na Terra. O jardim era um local físico, assim como nós somos, podendo ser tocados e sentidos. Deus não nos fez em espírito, mas nos moldou e a todo o mundo em matéria. Quando acabou a criação, Ele disse que todas as coisas que criou eram boas, incluindo o ser humano (Gn 1–2). Note, se todas as coisas são boas, isso obviamente inclui o mundo.

¹ TURNER, S. **Cristianismo criativo?** Uma visão para o cristianismo e as artes. São Paulo: W4 Editora, 2017.



Para o professor de teologia Steve Turley², o Gênesis nos ensina que Deus criou um mundo que é bom, e, toda vez que Ele cria alguma coisa, Ele atribui àquilo que é criado um valor objetivo. Esse valor possui uma ordem própria, ou seja, como tudo que Deus criou é bom da forma como criou, Ele gerou uma ordem através dessa bondade. Tal bondade, ordenada no mundo, oferece ao ser humano um modelo objetivo através do qual podemos orientar nossas afeições. Sabemos que o mundo caiu em pecado (Gn 3), mas muito do que foi criado permaneceu. Assim, apesar deste mundo ter muitas coisas ruins, ele merece, também, nosso apreço, pois nele vemos também a bondade de Deus.

Jesus não criou um mundo etéreo, mas um mundo físico. Da mesma forma, quando criamos, o fazemos também de maneira física. Quando Cristo terminou de construir o mundo, Ele olhou para o ser humano e ordenou que dominássemos sobre todas as coisas, que fizéssemos o mundo prosperar. O mandamento que recebemos no Jardim do Éden foi, em outras palavras, “continuem a fazer o mundo ser bom”. O poeta e crítico musical Steve Turner³ destaca que a doutrina da criação nos ensina que Deus criou a humanidade com o propósito de servi-lo com amor e cuidar das boas coisas criadas. Por isso, a criatividade faz parte da imagem que herdamos de um Deus que é criador e designer.

Nós esperamos a volta de Cristo. Quando prestamos atenção em como ela acontecerá, vemos que Apocalipse 21 não fala que deixaremos de ter um corpo, nem tampouco que somente o espírito irá para o céu. Na volta de Cristo descrita em Apocalipse 21, a cidade celeste desce para a Terra e pousa

² TURLEY, S. **Beleza redimida**: cultivando uma estética elevada na educação. São Bernardo do Campo: Trinitas, 2019.

³ TURNER, S. **Cristianismo criativo?** Uma visão para o cristianismo e as artes. São Paulo: W4 Editora, 2017.



Como definir beleza? É um conceito subjetivo?
"Beleza é o encanto, o esplendor, o deleite, a delicadeza do verdadeiro e do bom, que conduz o ser humano à verdade e à bondade na ocasião de direcionar aquilo que Platão chamou de *eros* (o *pathos* de Aristóteles), ou um desejo ardente dentro do ser. Por definição, a beleza – como esplendor e deleite – deve atrair-me ao verdadeiro e ao bom".³

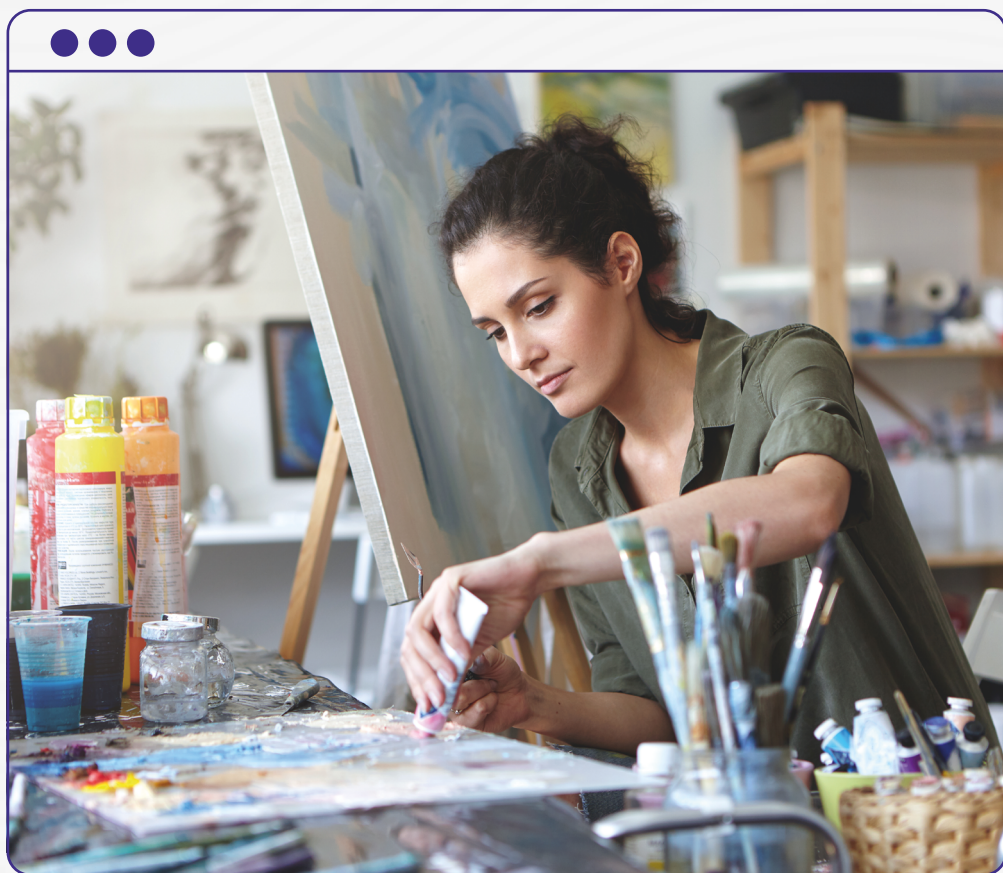
onde era o Jardim do Éden original. A Bíblia diz que será uma cidade física com prédios, com ruas, com um lago. Mas, diferente das cidades que temos hoje, que tem coisas boas e coisas ruins, a nova cidade terá apenas o bom e o belo. João diz em Apocalipse 21:2: "Vi também a cidade santa, a nova Jerusalém, que descia do céu, da parte de Deus, ataviada como noiva adornada para o seu esposo".

No Gênesis, vemos que Deus criou o mundo físico. No Apocalipse, na promessa da volta de Cristo, há, também, a promessa de que este mundo físico voltará a ser perfeito e belo. A descrição da cidade santa que desce é gloriosamente bela. Ela tem ruas de ouro, um mar de cristal. A arte está presente no lugar onde moraremos com Cristo. João descreve, em Apocalipse 21:18-21, parte da beleza da Nova Jerusalém:

⁴ Ibid.



**A descrição
da cidade
santa que
desce é
gloriosamente
bela. Ela tem
ruas de ouro,
um mar de
cristal. A
arte está
presente nela.**



Os atos de adoração a Deus são variados e podem ser expressos de acordo com os talentos desenvolvidos em cada pessoa.

A estrutura da muralha é de jaspe; também a cidade é de ouro puro, semelhante a vidro límpido. Os fundamentos da muralha da cidade estão adornados de toda espécie de pedras preciosas. O primeiro fundamento é de jaspe; o segundo, de safira; o terceiro, de calcedônia; o quarto, de esmeralda; o quinto, de sardônio; o sexto, de sárdio; o sétimo, de crisólito; o oitavo, de berilo; o nono, de topázio; o décimo, de crisópraso; o undécimo, de jacinto; e o duodécimo, de ametista. As doze portas são doze pérolas, e cada uma dessas portas, de uma só pérola. A praça da cidade é de ouro puro, como vidro transparente.

Pense comigo: se o Éden e a Nova Jerusalém são os focos centrais da história da humanidade; se não deveríamos ter perdido o Éden, mas perdemos; e se a nossa esperança é voltar para a Nova Jerusalém, o Éden restaurado; o que deve acontecer no intervalo entre esses dois acontecimentos? Devemos tentar viver, da melhor maneira possível a beleza da criação de Deus. Isso implica, necessariamente, em tentar viver de forma plena aqui a despeito de sabermos que a solução completa somente virá na ocasião do retorno de Cristo. Isso responde à grande pergunta de nosso capítulo: escolas, universidades e hospitais são instituições que foram idealizadas para abençoar a humanidade. O mundo que Cristo criará será infinitamente melhor do que qualquer coisa que fizemos no presente, mas isso não significa que devemos manter o atual como está. Temos a responsabilidade de produzir o bem, pois isso, no fim, também é testemunho. A arte, afinal, também se enquadra em tudo isso.

APLICAÇÃO

Baseada e inspirada pela criação divina, a igreja deve produzir arte. Além da música e da pregação, quais outras formas de arte sua igreja tem o potencial de desenvolver? Será que ela tem feito isso? Se não tem feito, será que isso não é fugir dos mandamentos divinos?

CAPÍTULO 3

A IGREJA CONTEMPORÂNEA E A ARTE

Rodrigo Follis*

* Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Nossa arte deve abranger o grande conflito e a história da redenção.



Sem esses elementos, ela é uma arte equivocada.



Podemos considerar belas as artes que não possuem uma cosmovisão cristã.



No entanto, se uma obra não tem Cristo, lhe falta a essência.



A arte cristã deve ser bela e possuir uma cosmovisão cristã.

A RELAÇÃO HISTÓRICA DA IGREJA COM A ARTE

A relação do cristianismo e da igreja com a arte é de altos e baixos. Em 2 mil anos de cristianismo, tivemos momentos de condenação da arte e de perseguição a artistas. Por outro lado, tivemos também a aceitação das obras artísticas e de intensa produção de diferentes formas de arte, como pintura, música e arquitetura.

A história do cristianismo mostra que estilos diferentes de arte foram trabalhados. Isso nos ensina que a arte é condicionada culturalmente. No período gótico, por exemplo, foram produzidas catedrais góticas. No barroco, catedrais barrocas. Em outros períodos, outros estilos arquitetônicos de igrejas. A pergunta que te faço é: qual deles foi melhor? Algum estava mais correto ou mais errado? Acredito que, no geral,

eles não estavam errados. Afinal, cada época tinha questões sociais que modificaram as estruturas da arte e da sociedade, e a igreja se relacionou com cada forma. Se hoje temos telões e equipamentos eletrônicos em nossos cultos, é por estarmos em uma geração e em uma cultura que faz isso ser possível. Essa é a mesma lógica em qualquer período social e cultural.

No caso da música, por exemplo, tínhamos, no século 15, um estilo totalmente diferente das músicas do século 18 em diante. Qual música foi a melhor? Aquela que conseguiu transmitir a mensagem cristã e, ao mesmo tempo, também foi respeitada enquanto arte na época em que foi produzida.

Podemos ouvir cantos gregorianos e achar que eles são os mais bonitos, mas possivelmente eles não servirão para serem usados, hoje, na adoração. Se, por exemplo, quisermos fazer um culto, seja na igreja ou em casa, e começarmos a cantar cantos gregorianos, a maior parte das pessoas presentes não conseguirá fazê-lo. Por quê? Porque elas se encontram em um momento histórico em que o canto gregoriano é pouco utilizado. Na atualidade, as pessoas usam outras formas de canto, condicionadas pelo momento histórico em que vivem. Devemos ter em mente que uma estrutura condicionada historicamente faz sentido no recorte temporal em que ela ocorre.

Mas isso quer dizer que podemos aceitar tudo que o mundo oferece? Na verdade, não. O poeta e crítico musical Steve Turner aponta que nos tornamos mundanos não porque nos envolvemos com o mundo, mas quando permitimos que o mundo molde nosso modo de pensar e agir.¹ Por isso, precisamos nos perguntar, sempre que vemos uma arte, se os

¹ TURNER, S. **Cristianismo criativo?** Uma visão para o cristianismo e as artes. São Paulo: W4 Editora, 2017.

“As doutrinas da criação, da queda e da redenção são fundamentais para toda compreensão cristã. Se interpretarmos mal qualquer uma dessas três doutrinas, nossa teologia e, consequentemente, nossa arte estarão comprometidas.” O artista cristão deve conhecer profundamente as histórias e os princípios sobre a produção artística, conforme ordenados por Deus e expostos na Bíblia, para orientar sua arte.”²

princípios que ela carrega são cristãos. A história da redenção está presente naquela arte?

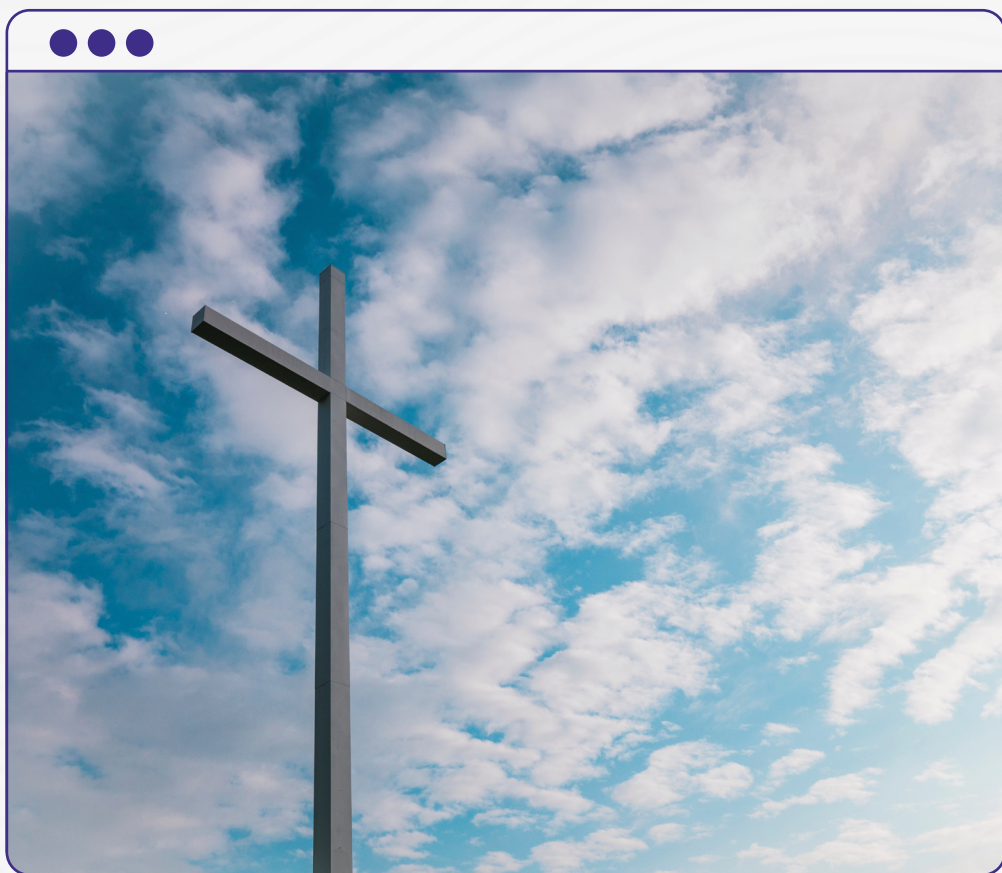
A queda do ser humano está ali? A graça também? E o Cristo ressurreto? A volta de Cristo está representada? Isso não significa que toda música precisa contar com todos esses elementos. Mas quer dizer que todas as músicas, todas as histórias, todas as literaturas e todas as artes nas suas mais variadas possibilidades têm que ter uma cosmovisão que abranja o grande conflito ou a história da redenção. Ou, no mínimo, não serem contrárias em nenhum aspecto desses temas abrangentes que são fundamentais para nossa visão de mundo.

Se produzimos uma arte que vá contra esses elementos, ela é, em sua essência, uma arte equivocada. Nesse caso, a igreja pode condenar tal obra, não necessariamente enquanto arte, mas enquanto cosmovisão. Podemos considerar uma música linda, uma pintura bela, um livro muito bem escrito, mesmo que

² Ibid.



**Precisamos
nos perguntar,
sempre que
vermos uma
arte, se os
princípios que
ela carrega
são cristãos.
A história
da redenção
está presente
naquela arte?**



Uma arte com cosmovisão cristã, mas ruim tecnicamente, é algo condenável, pois Cristo não merece isso. Ele merece o melhor, sempre!

essas produções não tenham uma cosmovisão cristã. No entanto, se uma obra não tem Cristo, falta-lhe a essência. Para o diretor de cinema e roteirista Frank Schaeffer, todas as criações artísticas devem ser medidas em termos de sua aderência à causa cristã.³

Tanto a arte que o cristão produz quanto a que ele consome devem unir beleza e cosmovisão cristã, evocando o grande conflito e a história da redenção. Na produção artística, os cristãos devem fazer duas coisas: produzir a melhor arte possível, mas dentro da maior cosmovisão de todos os tempos, o cristianismo. Assim, fazer uma arte com cosmovisão cristã, mas ruim tecnicamente, também é algo condenável, pois Cristo não merece isso. Ele merece o melhor, sempre.

OS DEZ MANDAMENTOS CONDENAM A ARTE?

Todo artista cristão deve estar em harmonia com os dez mandamentos de Êxodo capítulo 20. Acontece que esses mesmos mandamentos são usados por alguns para condenar a arte. Isso porque o segundo mandamento diz que não devemos fazer esculturas e imagens de nada do céu, da terra e do mar. Ou seja, pintura, fotografia, cinema, arte e games seriam pecados. Muitos cristãos acreditam nisso e chegam ao ponto de não tirar fotos dos próprios filhos, argumentando que isso seria idolatria.

Precisamos interpretar os mandamentos à luz do contexto bíblico. Não podemos esquecer que Êxodo 20:2, o prólogo dos mandamentos, também foi escrito pelo dedo de Deus em tábuas de pedra. Portanto, os mandamentos não começam com “não terás outros deuses diante de mim”, mas com Deus

³ SCHAEFFER, F. **Viciados em mediocridade**: cristianismo contemporâneo e as artes. São Paulo: W4 Editora, 2019.

dizendo “Eu sou o Senhor, teu Deus, que te tirei da terra do Egito, da casa da servidão”.

Isso muda a interpretação do texto, porque o que Deus fala antes de dar os mandamentos é que Ele liberta. A graça vem primeiro, a obediência, depois. A libertação de Cristo veio primeiro, depois Ele nos pede algo. “Eu sou o Senhor, teu Deus, que te tirou da sua escravidão. Portanto, não terás outros deuses diante de mim e não farás imagem”. O que o texto está dizendo é que, lá no Éden, quando fomos criados, fomos feitos à imagem e semelhança de Deus, mas depois veio o pecado, que destruiu todas as relações humanas.

Quando relações humanas são destruídas, é preciso libertação, e quem nos liberta é o mesmo que um dia nos criou. No segundo mandamento, ao dizer “não farás imagens de escultura e não as adore”, Deus está mostrando que no mundo existe



Deus estimula os artistas e a criação artística. Na Bíblia, vemos isso nas construções do tabernáculo e do templo no Antigo Testamento. O artista cristão deve produzir arte com o propósito de servir a Deus e aos outros. Se os objetos produzidos servem apenas ao artista, se sua obra é mais importante do que as pessoas, ele está incorrendo naquilo que Deus chama de idolatria. Quando o artista se importa mais com a sua criação do que com o serviço que ela presta a Deus e aos outros seres humanos, ele inverte a ordem natural da criação estabelecida por Deus.

uma hierarquia: Deus, seres humanos e os objetos. Os objetos estão abaixo dos seres humanos. Qual seria o problema se fizéssemos um bezerro de ouro e o adorássemos? Estaríamos invertendo a ordem hierárquica divina e colocando uma escultura acima do ser humano e de Deus.

O que Deus está nos dizendo com esses mandamentos é que podemos, sim, criar e construir objetos, fazer arte, tirar fotografias, fazer esculturas, produzir vídeos e desenvolver games, mas sem nos esquecermos da hierarquia da criação, de que Deus está acima de tudo e que os seres humanos vêm logo em seguida. Tudo mais deve servir a Deus e a humanidade. Se o que criarmos inverter essa ordem, então estaremos em pecado.

APLICAÇÃO

Devemos analisar como as artes que consumimos ou fazemos tratam a um desses elementos: a história da redenção, a queda do ser humano, a graça, Cristo ressurreto ou a sua volta. Temos feito isso?



INTRODUÇÃO À CULTURA DA MÍDIA

CAPÍTULO 4

CULTURA DA MÍDIA

Thamires Ribeiro de Mattos*

* Mestra em Divulgação Científica e Cultural
pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

A cultura é a vazão da
criatividade humana.



Podemos manifestar a
cultura de diversas formas,
como arte e religiosidade.



Arte e religiosidade
transformam vidas, e,
juntas, são poderosas.



A cultura da mídia transmite
mensagens importantes,
inclusive religiosas.

CULTURA, ARTE E RELIGIÃO

Quando pensamos em cultura, pensamos em um conjunto de atitudes e visões de mundo que um certo grupo possui. Dentro dessas atitudes estão a religião e a arte, afinal, se expressar através da religião e da arte é parte de como vivemos em sociedade; como processamos nossos pensamentos; como entendemos o que é certo e errado. Assim, seria um erro pensar que as religiões não são importantes para a sociedade como um todo, afinal, ela faz a ponte entre nossos pensamentos e nossas crenças sociais.

A religiosidade também é uma forma de cultura, que para a maior parte das pessoas é "superior" às outras. Ela nos faz ter contato com Deus, vivenciar o poder da fé e sermos transformados. Ela faz parte do nosso dia a

dia, e, por isso, ela é cultura, e funciona de uma maneira muito parecida com a arte.

Na arte, também vivenciamos algo único: ela é capaz de dar voz a sentimentos e opiniões que não seriam bem verbalizados. Assim como a religião, ela possui um poder transformador. Diferentes manifestações artísticas, como música, pintura, escultura etc. são vistas, ao redor do mundo, auxiliando na cura de doentes físicos e emocionais, promovendo resiliência, felicidade e unindo grupos de pessoas.¹ Se você faz parte de um grupo religioso, deve perceber que esses efeitos também são parte da vivência coletiva em função de Deus.

Ao entendermos o que liga a arte à religião dentro da cultura, é possível observar diversas aproximações entre as duas. Um dos jeitos mais populares na atualidade para mostrar como a arte e a religião se ligam são os produtos da cultura da mídia.

CULTURA DA MÍDIA

A cultura é a vazão da criatividade humana, que produz práticas e coisas. Além disso, a cultura deve ser sempre disseminada, afinal, a criatividade, quando guardada para si, não possui o mesmo poder transformador.

Na atualidade, a cultura — com suas interpretações de mundo — é muito transmitida através das mídias: rádio, televisão, jornais, revistas, internet etc. Ao entrar em contato com qualquer uma dessas mídias, você absorve diversas informações comunicadas pela cultura, como sinais artísticos e sinais religiosos.

¹ KROPF, A. **The transforming power of art.** American journal of public health, v. 99, n. 5, p. 778, 2009. DOI: <https://doi.org/10.2105/AJPH.2009.162032>



O mundo contemporâneo está dominado pela mídia. Assim, não há como fugir completamente de sua influência, mas devemos entender como ela influencia as pessoas, ensinando “como nos comportar e o que pensar e sentir, em que acreditar, o que temer e desejar — e o que não”. Essa ideia possui uma ligação interessante com a mensagem do apóstolo Paulo em 1 Coríntios 6:12: “‘Tudo me é permitido’, mas nem tudo convém. ‘Tudo me é permitido’, mas eu não deixarei que nada me domine”. Ao compreendermos o que a cultura da mídia nos ensina, temos a responsabilidade de filtrar conhecimentos úteis e inúteis, edificantes ou destruidores.

Como o alcance das mídias é maior do que o de uma pessoa, ela possui uma cultura própria: a cultura da mídia.³ Assim, ela comunica os sinais da cultura de jeitos específicos. Por exemplo: quando você vê um programa de TV, dentro de um canal específico, é comum que os apresentadores possuam padrões de comportamento e crenças expostas. Essas pessoas são treinadas a fim de seguirem um padrão, uma identidade. Essas identidades se acumulam de pessoa para pessoa,

² KELLNER, D. **A Cultura da mídia — Estudos culturais**: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001.

³ BAUMAN, Z. **Mortality, Immortality and Other Life Strategies**. Cambridge: Polity Press, 1992.



**Na arte,
também
vivenciamos
algo único:
ela é capaz
de dar voz a
sentimentos e
opiniões que
não seriam bem
verbalizados.
Assim como
a religião,
ela possui
um poder
transformador.**



Os dispositivos portáteis têm facilitado o acesso à mídia e sua influência sobre nós. Devemos aprender a filtrar os conteúdos que recebemos por meio desses aparelhos.

programa para programa, canal para canal, mídia para mídia, assim, temos uma cultura da mídia.

A cultura da mídia é muito poderosa no que transmite, afinal, falamos de uma cultura que pode ser audiovisual e interativa. Todos os seus sentidos entram em ação. Isso não significa uma “lavagem cerebral”, afinal, a mídia não pode convencer ninguém a acreditar em algo que não queira. No entanto, ela pode mostrar o que é considerado comum ou incomum por sua cultura, certo ou errado, bonito ou feio, entre outras coisas. Dessa forma, a cultura da mídia, através do rádio, televisão, cinema etc., proporciona modelos e valores que podem moldar nossa visão: do mundo, de nós mesmos e dos outros.

Como a cultura da mídia é poderosa em alcance e influência, ela é um eco de interesses atuais. A arte e a religião continuam em voga e não dão sinais de desaparecimento; portanto, são pautas importantes da cultura da mídia.

APLICAÇÃO

Você já teve contato com algum produto midiático ou artístico que ajudou em sua relação com Deus? Caso sim, perceba como a mensagem religiosa ou moral pode ser transmitida através de formas que vão além de sermões e estudos bíblicos. Quem, ao seu redor, se beneficiaria de uma mensagem edificante por meios não tradicionais?

CAPÍTULO 5

INTERAÇÕES ENTRE CULTURA, SOCIEDADE E PRODUTOS MIDIÁTICOS

Thamires Ribeiro de Mattos*

* Mestra em Divulgação Científica e Cultural
pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Os produtos da cultura da mídia são feitos com intencionalidade.



Diversas pessoas devem se sentir representadas na cultura da mídia.



Ao apagar ou distorcer identidades, a mídia fomenta problemas sociais.



Produtos midiáticos podem aumentar sua empatia com outros grupos.

Fazem parte da cultura da mídia todos os produtos que são veiculados pelas mídias, ou seja, tudo o que está no rádio, televisão, internet, jornal, revistas, filmes, séries, games etc. Esses produtos estão presentes em nosso dia a dia de forma intensa. Ao tocarmos na tela de um celular, temos informações veiculadas através da cultura da mídia a nossa disposição. Ao decidirmos ter um game como passatempo — via celular, computador ou console —, entramos em contato com outra face da cultura da mídia.

Quando o assunto são games, conseguimos perceber alguns padrões. Um gamer conhece as características de cada jogo que gosta, e, assim como o assinante de uma revista sabe de quais assuntos ela irá tratar a cada mês, o jogador domina os tipos de desafios que serão esperados e a jogabilidade do game. Isso mostra que todos os produtos da cultura



Assim como noticiários, filmes e músicas, os games também podem refletir padrões de crenças que podem reforçar estereótipos e causar mal à sociedade. Devemos aprender a identificar tais padrões e filtrar o conteúdo.

da mídia — incluindo games — são feitos com intencionalidade. Eles mostram e escondem o que querem.

Como você já deve saber, a cultura da mídia é formada por padrões. Quando temos a repetição de padrões que causam algum tipo de mal à sociedade ou que reforçam algum tipo de pensamento negativo contra um grupo específico de pessoas, a cultura da mídia pode ser responsabilizada por causar ou fomentar problemas sociais e culturais.

Muitas vezes, isso acontece com minorias religiosas (sociais ou numéricas). Embora em diversos países a liberdade religiosa e de crença seja uma realidade — como é o caso do Brasil —, discursos midiáticos que vão contra, demonizam ou espalham informações falsas sobre uma religião específica causam estragos. Os crentes da religião criticada poderão até ter direitos, mas isso não significa que a população irá aceitá-los de braços abertos. A cultura da mídia, nesse caso, afetou negativamente o julgamento social, e, na cabeça de muitos, ela pode ser mais importante que a lei do Estado.

É importante pensar nessas hipóteses, afinal, muitas vezes nós não somos oprimidos dessa forma pela mídia, e a nossa vida está de acordo com o discurso da maioria. No entanto, “o jogo pode virar”. A qualquer momento podemos passar a fazer



parte de um grupo oprimido pela cultura midiática, que não está mais em voga, e que, na melhor das situações, é simplesmente ignorado pela sociedade.

Veja só: ao jogar um game, quem é retratado ali? Como mulheres são representadas? Existe diversidade na representação das pessoas? Ou alguns “tipos” de pessoas são diminuídos em detrimento de outros?

Caso as respostas a essas perguntas apontem para um direcionamento de exclusão ou generalização, talvez o game em questão tenha uma visão de mundo afunilada demais. Por isso, é preciso refletir sobre a necessidade de abirmos espaço para todas as pessoas na cultura da mídia. Se alguém existe no mundo real, deve ter representações nos produtos midiáticos.

Essas reflexões nos levam a analisar mais detalhadamente a mídia. No entanto, isso pode parecer bem complicado, afinal, estamos rodeados por atrações midiáticas o dia inteiro. Parece que estamos nos afogando em meio a tantas informações e que nunca conseguiremos ter tempo para filtrar o que é certo ou errado, o que é bom ou é ruim etc.

Porém, partindo do ponto de vista religioso, a crítica aos produtos da mídia se torna mais simples. É preciso levar em consideração o contexto histórico-cultural desse produto, seu formato (é jornalístico? Uma comédia? Um drama? Entre outros), sua mensagem e sua utilidade social.

Olhe bem para o que você está assistindo, jogando, lendo e pense: eu gostaria de passar por uma situação dessas em minha vida? Se não, o que esse produto está me ensinando, o que está ensinando a outra pessoa ou como é útil para a sociedade? Pode ser que ele não ensine nada para você, mas que traga novidades e lições importantes para outra pessoa.

Outra coisa que podemos pensar é: de que forma esse produto midiático está apresentando certa camada da sociedade?



Ao falarmos sobre a cultura da mídia, é comum pensar que ela manipula pessoas. Manipulação significa: “ato pelo qual se controla ou influencia um ou mais indivíduos, geralmente de forma indevida e pelo uso de pressão”.¹ Como temos o poder de divergir das mensagens passadas pela mídia e criticá-las, devemos dizer que, ao invés de manipular-nos, a mídia nos influencia. Influência significa: “poder de influenciar e modificar o pensamento ou o comportamento de outrem sem o uso da força ou da imposição”.² Através do contato contínuo com a mídia, nossas ideias podem se transformar, e fazemos isso de forma consciente.

Então, se você tem um produto midiático que está lidando com indígenas, por exemplo, e os retrata como pessoas sem cultura, pessoas que não têm nada a oferecer ao país, é provável que o espectador pense que indígenas são, de fato, assim. Dessa forma, o ponto de vista que temos sobre certos grupos pode ser distorcido e não corresponder à realidade.

A mídia pode ter o poder de te distanciar da realidade; de criar um muro de separação, onde você pode se cercar de jogos, programas de TV e jornais, e passamos a desenvolver

¹ MANIPULAÇÃO. **Michaelis**. Melhoramentos, 2015. Disponível em: <https://tinyurl.com/yvaucr6e>. Acesso em: 10 nov. 2022.

² INFLUÊNCIA. **Michaelis**. Melhoramentos, 2015. Disponível em: <https://tinyurl.com/53b8yxcm>. Acesso em: 10 nov. 2022.



**A mídia
também pode
ser uma ponte
entre os
mundos: você
pode usá-la
para entender
realidades
que nunca
conheceria.**



Com o amplo acesso às mais diversas mídias e conteúdos, desenvolver um senso crítico em relação ao que é consumido é uma necessidade.

crenças e visões de mundo enviesados pela mídia que estamos consumindo. Portanto, devemos tomar cuidado. Essa imersão poder nos deixar insensíveis a problemas da nossa sociedade.

No entanto, a mídia também pode ser uma ponte entre os mundos: você pode usá-la para entender realidades que nunca conheceria. Assim, criticar a mídia e seus produtos também é um exercício de empatia, um convite a colocar-se no lugar de alguém. Use suas crenças religiosas a fim de decidir com sabedoria o que é bom e o que é ruim; o que vale a pena ser consumido e produzido.

APLICAÇÃO

Pense nisso: Jesus se relacionou com gente de todos os tipos. Da mesma forma, devemos levar o evangelho a todos os tipos de pessoas. Como podemos refletir esse objetivo na forma como usamos a mídia como uma ferramenta para isso?



GAMES

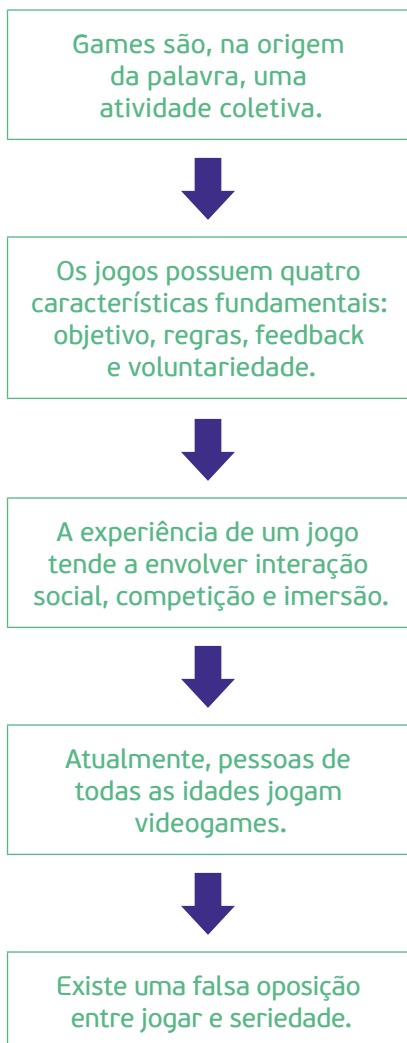
CAPÍTULO 6

INTRODUÇÃO AOS GAMES

Erick Euzébio Lima*

* Mestre em Gestão e Desenvolvimento da Educação Profissional no Centro Paula Souza; Especialista em Docência Universitária (Unasp); Tecnólogo em Desenvolvimento de Jogos Digitais (Fatec); Bacharel em Teologia (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?



O QUE É UM GAME?

Você sabe o que é um game? Que tal entendermos melhor essa palavra? O termo game tem suas raízes nas antigas línguas germânicas ocidentais, mais precisamente na palavra *gaman*, uma junção dos termos *ga* (prefixo coletivo) com *mann* ("homem"), significando literalmente "participação", "comunhão" ou "pessoas juntas". A palavra *gaman* era utilizada para descrever jogos, momentos de prazer ou diversão coletiva.

O termo game está constantemente associado a "jogar". Ambos os termos podem abranger diversos tipos de atividades e objetos. Existem variadas formas de compreender o que é um game. Iremos adotar a definição proposta por Jane McGonigal em seu livro *A Realidade em Jogo*, onde são apresentadas quatro características fundamentais que todos os



Além dos jogos digitais, que comumente chamamos de *games*, existe um mercado efervescente de jogos de tabuleiro, popularmente conhecidos como *board games*. Esses jogos possuem em sua essência características muito similares aos jogos digitais, mas são em sua maioria jogados presencialmente com a manipulação de elementos físicos como cartas, dados e outros componentes, admitindo um número reduzido de jogadores, mas com uma grande oferta de temas. Na última década, a estimativa é de que foram lançados mais de quatro mil títulos de *board games* por ano.

jogos compartilham: objetivo, conjunto de regras, sistema de feedback e participação voluntária.¹

Quando uma pessoa está conhecendo um novo jogo é muito comum ouvir a seguinte pergunta: “O que eu tenho que fazer?”. Dessa maneira, a pessoa está presumindo que aquela atividade possui um objetivo próprio e específico e, para prosseguir, deseja entender o que deve fazer. De igual modo é comum ouvir uma segunda pergunta: “eu posso fazer isso?”, presumindo também que o momento e espaço de jogo possuem suas próprias regras, diferentes da realidade comum. A participação em um jogo é geralmente voluntária e lúdica. Conforme avança na experiência do jogo, os envolvidos podem perceber através do próprio jogo se estão tendo êxito

¹ MCGONIGAL, J. **A realidade em jogo**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2017.



Com o crescimento do mercado de board games, muitas pessoas têm redescoberto o prazer de jogar com os amigos e com a família.

ou não. Essas características, portanto, são identificadores da natureza dos jogos e você pode facilmente visualizá-las nos jogos que conhece.

Então, a palavra *game* abrange todas as formas de jogar? Sim, mas nas últimas décadas seu uso mais comum tem sido a aplicação do termo aos jogos eletrônicos ou digitais, que são experimentados através de equipamentos eletrônicos como consoles de videogames, computadores e smartphones.

Além dos jogos digitais e dos tradicionais jogos de tabuleiro, é importante destacar a comunidade de jogadores de RPG (Role-Playing Game). Esse gênero surgiu nos Estados Unidos no início da década de 1970 como uma combinação entre jogos de guerra (simulações de batalha) e narrativas de fantasia.²

Atualmente os RPGs estão presentes tanto em formatos físicos quanto digitais e se caracterizam por serem jogos sem uma condição fixa de vitória ou derrota, nos quais a interpretação de papéis e o desenvolvimento da história são mais importantes do que a dinâmica tradicional de vencedor e perdedor.

Mas como então funciona o RPG? Basicamente, o jogo se estrutura a partir dos seguintes elementos: um mestre — responsável por conduzir a história e experiência de jogo, descrevendo e estabelecendo o cenário — e os jogadores, que interpretam seus personagens dentro desse universo ficcional. No entanto, existem diversos sistemas de RPG, sendo Dungeons & Dragons (D&D) o mais famoso, seguido de outros como o brasileiro Tormenta. Cada sistema possui livros próprios com regras específicas, que o mestre utiliza para guiar o jogo e conduzir a resolução de conflitos e desafios.

² CABELERO, S. X.; MATTIA, A. E. R. O jogo RPG visto como uma comunidade de aprendizagem. **Comunidades virtuais**, 2015, p. 1-11. Disponível em: https://www.comunidadesvirtuais.pro.br/seminario2/trabalhos/suelixavier_alfredoeurico.pdf Acesso em 01 de abr. 2024



Você já deve ter notado que até mesmo os animais, espontaneamente, apreciam atividades como jogar e brincar. De igual modo, as crianças também se voltam naturalmente para esse tipo de atividade e, mesmo sem que ninguém as ensine, inventam seus próprios jogos e brincadeiras. Com esses impulsos, os jogos estão presentes em praticamente todas as culturas e são uma característica notável da vida humana e animal.

A EXPERIÊNCIA EM UM GAME

Por que as pessoas entregam sua atenção aos games? Que tipo de experiência eles podem oferecer? O interesse nos jogos varia de pessoa para pessoa, mas de modo geral, podemos destacar algumas experiências que os games oferecem e que as pessoas tendem a buscar. Dialogando com sua essência coletiva, muitos dos games atuais focam na possibilidade de interagir socialmente.

Por muito tempo, seja em maior ou menor grau, essa interação dependia da divisão do mesmo espaço físico, do compartilhar de telas e controles. Contudo, os jogos online e os smartphones trataram de mudar isso. Com conexão à internet e poucos toques, é possível se conectar e jogar com dezenas, centenas e até milhares de pessoas ao mesmo tempo! Essa característica permite não apenas reencontrar amigos já conhecidos em um ambiente virtual, mas também começar novas amizades sem sequer ter um encontro presencial. É comum que as



**O crescimento
do mercado
de games e o
advento dos
e-sports têm
contribuído
para construir
uma nova
perspectiva, em
que os games
são vistos
como atividade
legítima e
positiva para
todas as idades.**

comunidades e relações criadas no momento da partida de um jogo se mantenham após o término dela.

Além dessa interação, muitos jogadores se sentem empolgados com a possibilidade de estar competindo com outros jogadores, um sentimento muito presente na disputa de esportes que também têm um papel central no mundo dos games. Com o registro de placares e recordes, os jogadores tentam mostrar suas habilidades e valor superando a si mesmos e seus adversários. Por fim, podemos destacar que muitos jogadores procuram os games como uma forma de escapismo e descanso da vida cotidiana, procuram emergir em histórias complexas e desafios que os games oferecem para se desconectarem das tensões rotineiras.

QUEM JOGA VIDEOGAMES?

As estatísticas mais recentes do bilionário mercado de games mostram que aproximadamente 70% dos jogadores possuem pelo menos dezoito anos de idade, e a idade média de um jogador de videogame é de aproximadamente 34 anos. Os homens ainda são a maioria desse público, mas a presença das mulheres tem se tornado cada vez maior. Apesar do público interessado nos games ser cada vez mais equilibrado e distribuído, a sensação de que os jogos são atividades infantis e sem importância por muitas vezes perdura. Quando uma criança está brincando ou jogando, ela está, em sua própria visão, executando uma atividade séria, algo com a qual ela está definitivamente comprometida. Contudo, a vida adulta, ao trazer a necessidade de sustento e autossuficiência financeira, tende a relegar certas atividades ao mundo infantil.

Em sociedades economicamente mais deficitárias, é comum, por exemplo, que os estudos sejam incentivados na primeira infância, enquanto o adolescente e o jovem adulto são

impelidos precocemente ao mercado de trabalho, distanciados do desenvolvimento acadêmico. Com os jogos ocorre um fenômeno parecido, mesmo em sociedades desenvolvidas: os adultos tendem a se privar de atividades lúdicas ancorados no estigma de que são relegadas apenas às crianças. O crescimento do mercado de games e o advento dos *e-sports* têm contribuído para construir uma nova perspectiva, em que os games são vistos como atividade legítima e positiva para todas as idades.

APLICAÇÃO

Você se lembra de algum jogo de sua infância? Que tal tentar resgatar essa experiência e jogar com as pessoas que você ama? Lembre-se que game também significa comunhão. Desfrute disso com sua família e amigos.

CAPÍTULO 7

DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA DE GAMES

Erick Euzébio Lima*

* Mestre em Gestão e Desenvolvimento da Educação Profissional no Centro Paula Souza; Especialista em Docência Universitária (Unasp); Tecnólogo em Desenvolvimento de Jogos Digitais (Fatec); Bacharel em Teologia (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Jogos nascem nos setores
de pesquisa de forma
rudimentar.



Muitas empresas se sentem
atraídas pelo mercado e
lançam vários equipamentos.



Com uma disputa acirrada, a
indústria se consolida com
várias inovações tecnológicas.



A indústria de jogos se
tornou a mais importante de
todos os entretenimentos.

COMO SURGIRAM OS GAMES?

Você pode estar se perguntando: quem inventou o videogame?

Será que existe um nome ou uma mente brilhante por trás da criação dos games? Como eram os primeiros jogos de videogame? Para responder a essas perguntas precisamos inevitavelmente voltar algumas décadas na nossa história.

Tal como a maioria das invenções modernas, as primeiras iniciativas da área de games aconteceram, em sua maioria, em universidades, institutos e laboratórios de pesquisa. No ano de 1958 o físico William Higinbotham trabalhava no laboratório nacional de Brookhaven em Nova Iorque, onde ao longo dos anos, o governo dos Estados Unidos organizou uma exibição ao público. Os visitantes podiam comparecer ao laboratório a fim de conferir com os próprios olhos

os avanços das pesquisas públicas no setor de energia. As visitas muitas vezes se tornavam monótonas, e William se preocupou em tornar esse evento mais atrativo ao público criando engajamento com os visitantes. Em seu laboratório havia uma máquina chamada osciloscópio, um instrumento de medida de sinais elétricos e eletrônicos capaz de reproduzir suas medições em um pequeno monitor através de pontos e ondas.

Ao ler o manual do equipamento, William percebeu que o osciloscópio era capaz de calcular a trajetória de um míssil, a queda de uma bola ou a trajetória de outros objetos com a resistência do ar. William rapidamente teve a ideia de adaptar o equipamento para simular um jogo de tênis e, após três semanas de trabalho, o resultado foi um equipamento que simulava uma quadra de tênis vista de lado, com dois controles contendo um botão giratório cada: o primeiro com o qual os usuários eram capazes de informar ao osciloscópio o ângulo de movimento que daria a bola; e o segundo, responsável por simular a batida da bola seguindo a definição de trajetória feita com o botão giratório. O equipamento desenvolvido para executar apenas esse jogo foi batizado como *Tennis for Two* e sua exibição foi um sucesso. O público formou uma grande fila para experimentar algo totalmente inédito: a interação digital com um monitor de vídeo.¹

OS PRINCIPAIS MOMENTOS DA INDÚSTRIA

A indústria de jogos digitais começa a se desenvolver à medida que as empresas de tecnologia decidem lançar seus próprios equipamentos. As primeiras são a Magnavox, com

¹ LUZ, A. R. da. **Vídeo Games: História, Linguagem e Expressão Gráfica**. São Paulo: Blucher, 2010.



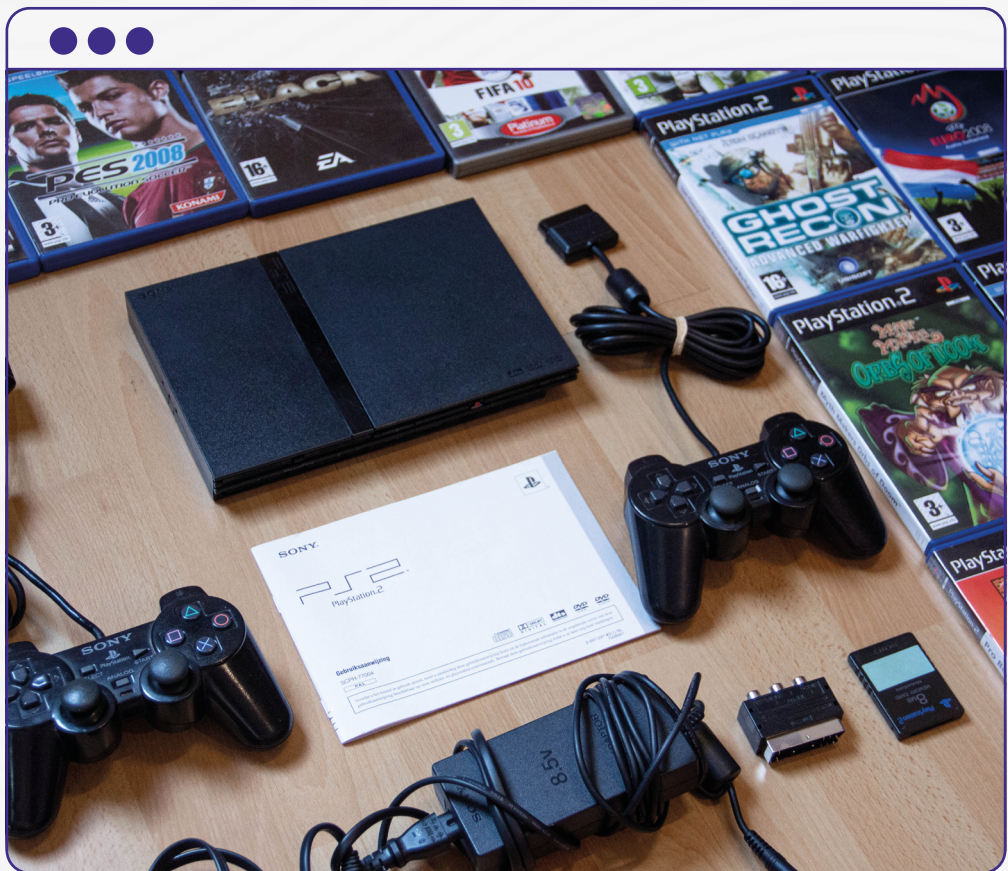
O mercado de games mobile é formado por equipamentos como smartphones e tablets. Esses dispositivos dispõem atualmente de uma grande oferta de jogos, que podem ser facilmente instalados na maioria dos celulares. Com smartphones cada vez mais potentes, os games mobile ganham mais espaço e representam mais da metade da indústria de games, superando os segmentos dos jogos de computadores e videogames juntos.

Odyssey, e a Atari, com Pong, ambos em 1972. Após isso, em 1976, a empresa Fairchild lançou o console Channel F com a inovação da utilização de cartuchos de jogos. Antes disso os videogames eram desenvolvidos para executar apenas um jogo.

Com um ritmo acelerado de crescimento e inovações, em 1980, o criador Toru Iwatani, da empresa Namco, decide criar um jogo com tema que apelava a outros públicos além dos já fidelizados garotos adolescentes: ele cria o famoso jogo Pac-man, que possui um sistema de perseguição em que o personagem precisa unicamente se alimentar e fugir de seus oponentes. Pac-man se tornou um jogo muito importante para a indústria de jogos porque foi o primeiro a ter um protagonista com nome próprio; como consequência, houve uma forte exploração da marca e do personagem em diversas iniciativas comerciais e produtos licenciados. A partir disso, as empresas começaram a perceber que o desenvolvimento de jogos digitais poderia, do ponto de vista comercial, transcender a experiência do jogo.



**Tal como a
maioria das
invenções
modernas,
as primeiras
iniciativas da
área de games
aconteceram,
em sua
maioria, em
universidades,
institutos e
laboratórios
de pesquisa.**



Playstation 2, o console mais vendido de todos os tempos.

Os jogadores poderiam se envolver numa experiência de compra de produtos que ampliasse sua conexão com a história e/ou elementos do jogo.

O mercado de videogames começou com empresas americanas, mas as japonesas logo ganharam protagonismo através da Sega e da Nintendo. Essa última conquistou espaço cedo, atingindo a incrível marca de 61 milhões de vendas do seu videogame NES, que foi lançado em 1983. Na década de 1990 entra no mercado a Sony, que explora com sucesso o uso de CD-Roms para games, e consegue tornar o Playstation 2 o console de videogame mais vendido da história, com mais de 155 milhões de unidades vendidas. Após os anos 2000, as empresas que têm dominado e dividido o mercado são a Microsoft, a Nintendo e a Sony, além dos jogos voltados para smartphones.



No ano 2000, a Sony lançou o PlayStation 2 e inaugurou o uso de DVDs nos videogames. Além disso, lançou o conceito de retrocompatibilidade, permitindo que jogos do primeiro PlayStation fossem jogados nele. Esses elementos, somados a uma imensa variedade de títulos (mais de 4 mil no total), fizeram do PlayStation 2 o console mais vendido de todos os tempos, ultrapassando as 155 milhões de vendas. O equipamento tentou emplacar a conexão com a internet para games online, mas estava à frente de seu tempo, e somente no Playstation 3 esse recurso iria se popularizar.

Vale ressaltar que o crescimento da indústria de jogos eletrônicos não ocorreu de maneira isolada, mas esteve diretamente relacionado ao aumento da capacidade computacional, ao desenvolvimento de novos meios de armazenamento de dados e aos avanços em computação gráfica.

Tomemos como exemplo os jogos do Super Nintendo, lançado em 1990. As técnicas gráficas utilizadas por este console permitiam a criação de cenários com sensação de profundidade. No entanto, o hardware era bastante limitado: sua memória RAM era de apenas 128 KB, e os cartuchos possuíam uma capacidade máxima de 4 MB.

Por outro lado, ao analisarmos o desenvolvimento tecnológico do PlayStation 5 (lançado em 2020), observamos um salto gigantesco tanto no hardware quanto nas técnicas gráficas. A memória RAM, que anteriormente era medida em kilobytes, agora parte de um mínimo de 16 GB, enquanto os dispositivos de armazenamento ultrapassam facilmente 1 TB, utilizando tecnologias como SSDs ultrarrápidos para reduzir tempos de carregamento e melhorar a experiência do jogador.

QUAL A IMPORTÂNCIA DESSE SEGMENTO?

A indústria de jogos representa, em termos financeiros, mais da metade da indústria mundial do entretenimento, com receita acima dos 150 bilhões de dólares, crescendo em um ritmo mais acelerado do que as indústrias do cinema e da música juntas. Em consequência desse crescimento econômico, há um movimento de profissionalização dos games, e o termo "*e-sports*" é cada vez mais utilizado.²

² SOLLITTO, A. Mudou de fase: mercado de games já fatura mais que o de cinema. **Veja**, s/n, 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/mudou-de-fase-mercado-de-games-ja-fatura-mais-que-o-de-cinema/>. Acesso em 31 de mar. 2024.

E-sport é uma modalidade competitiva que existe em alguns jogos digitais. Os jogadores passam a ser vistos como atletas de alta performance; são remunerados pelo seu trabalho e disputam grandes premiações. Grandes empresas e clubes de esportes físicos têm montado suas equipes de *e-sports*, investindo nessa indústria bilionária. Além disso, a indústria de games distribui oportunidades de emprego para os mais diversos tipos de profissionais ligados ao mundo da tecnologia. Somente nos Estados Unidos, a indústria de games dobrou o número de empregos na área, somando atualmente mais de 270 mil pessoas.²

³ **Number of employees in the video games industry in the United States from 2010 to 2021.** 2021. Disponível em: <https://tinyurl.com/ydwcyk7r>. Acesso em: 04 nov. 2022.

APLICAÇÃO

Você conhece alguém que trabalha com games? Existem cursos universitários especializados na formação desses profissionais. A tendência é de que nos próximos anos surjam cada vez mais oportunidades na área.

CAPÍTULO 8

TECNOLOGIAS E TENDÊNCIAS NO MERCADO DE GAMES

Erick Euzébio Lima*

* Mestre em Gestão e Desenvolvimento da Educação Profissional no Centro Paula Souza; Especialista em Docência Universitária (Unasp); Tecnólogo em Desenvolvimento de Jogos Digitais (Fatec); Bacharel em Teologia (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

O mercado de games
já é maior do que a
indústria do cinema.



As inovações tecnológicas
ditam a evolução dos
games, dividindo sua
história em gerações.



Várias tendências estão
no horizonte: NFTs,
transmídia e metaverso.

O MERCADO DE GAMES

A partir dos anos 1970, o investimento de várias empresas de tecnologia fez o mercado de games explodir. Essas empresas passaram a disputar acirradamente a atenção dos consumidores. Desde então, o mercado de games movimentou bilhões de dólares por ano. Nas décadas de 1970 a 1990, houve altos e baixos no crescimento deste mercado, contudo, desde a segunda metade dos anos 1990, o mercado de games cresceu vigorosamente.

Nos últimos dez anos, o mercado de jogos eletrônicos mais que dobrou de tamanho. Esse crescimento foi alavancado principalmente pela explosão de lançamentos de jogos para smartphones. O ano de 2020 havia sido o melhor ano da indústria de games de todos os tempos, contudo, o cenário global de pandemia levou os

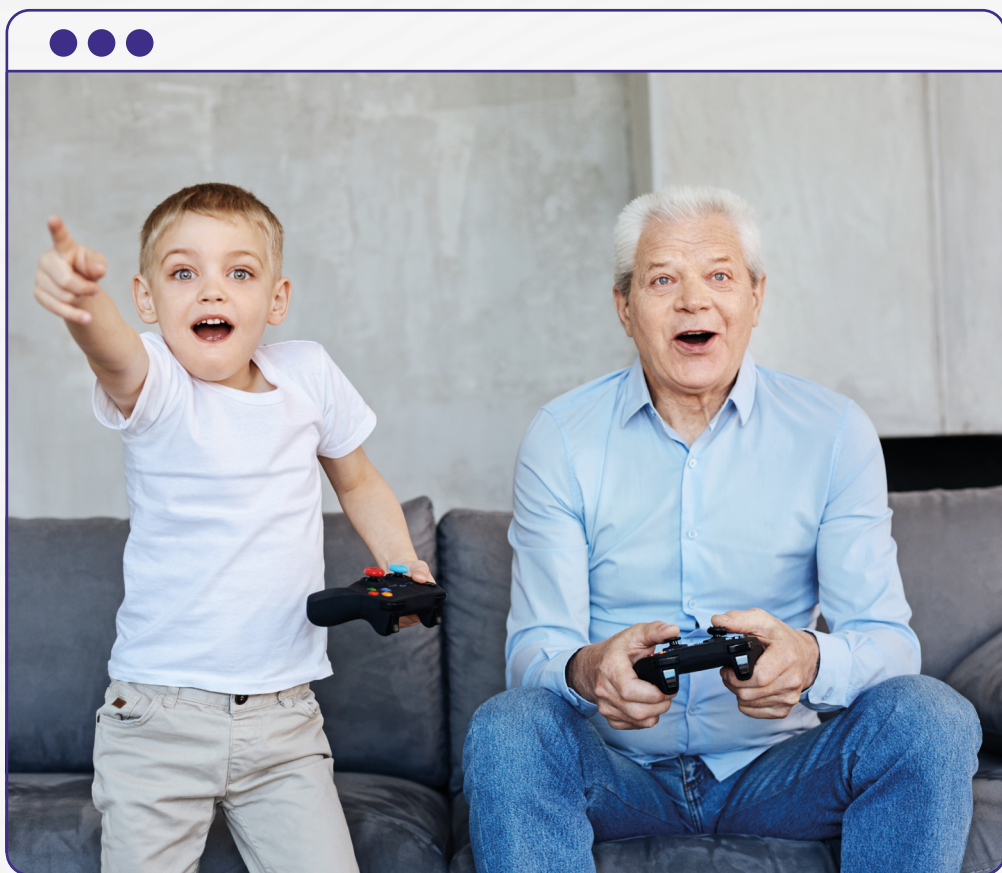


Quando comparamos as gerações baby boomer (nascidos entre 1945 e 1964), X (1965 e 1977), Y (1980 e 1990) e Z (1990 e 2010), percebemos que com o passar dos anos as pessoas têm deixado de utilizar seu tempo de lazer com a televisão para jogar. Em todas as idades predomina a mesma motivação na prática da atividade: descansar e relaxar. Curiosamente, jogadores mais velhos preferem jogar em modos individuais, e os mais novos procuram modos com interação entre múltiplos jogadores.

analistas a projetarem para o ano de 2021 um declínio, com um ano mais difícil para a indústria. Ao contrário disso, o que aconteceu foi um novo crescimento do mercado, atingindo a marca de US\$180,3 bilhões de receita. O futuro do mercado, portanto, é promissor.

TRANSFORMAÇÕES NO MUNDO DOS GAMES

A indústria dos games é marcada por constantes inovações tecnológicas. Isso faz com que sua história seja segmentada em gerações, que nascem e morrem de acordo com o surgimento e abandono de tecnologias. A primeira geração de videogames incluía equipamentos com baixo poder de processamento e projetados para executar um único jogo. Por sua vez, a segunda



Embora o mercado de games ainda lide com esse estigma, os games não são voltados apenas ao público infantil, e através da variedade de temas e mecânicas que oferecem, têm proporcionado experiências para todas as gerações.

geração trouxe consigo o uso de processadores e cartuchos, que possibilitaram a criação de jogos mais sofisticados.

Com a evolução dos chips de processamento, a cada cinco anos, o potencial desses equipamentos dobrava. Assim, de tempos em tempos, nascia uma nova geração de videogames. A partir de 2020 já encontramos a nona geração de videogames, que possui processadores 1.500 vezes mais potentes que o do seu ancestral Atari. Em seus primórdios, os videogames ofereciam jogos rudimentares com gráficos baseados em pontos e formas geométricas limitadas. Hoje, incluem funções antes inimagináveis, como conexão com a internet, controles de movimento, padrões altíssimos de resolução de vídeo e distribuição de jogos por lojas virtuais.

O QUE VEM PELA FRENTE?

Algumas tendências vão se desenhando no horizonte do mercado de games, como, por exemplo, os modelos de jogos em que a experiência do jogador é monetizada. Pela influência, principalmente, do mercado de cripto ativos, especialmente a tecnologia de NFTs, nos jogos play-to-earn os jogadores constroem e valorizam ativos durante as horas de jogo. Com o tempo, eles podem vender ou até mesmo alugar esses recursos digitais que adquirem.¹ Além desse modelo, vêm se tornando mais comum as oportunidades de jogar videogames profissionalmente, em que os jogadores são remunerados para trabalhar em uma equipe de games e disputar campeonatos.

Outra tendência importante é a intensa exploração da propriedade intelectual. A indústria de games já tinha aprendido

¹ HARTY, J. **Newzoo's Games Trends to Watch in 2022**. 2022. Disponível em: <https://tinyurl.com/jd4c273y>. Acesso em: 06 nov. 2022.



NFT é um acrônimo para “token não fungível”, ou seja, trata-se de um bem ou propriedade digital insubstituível. Os itens fungíveis podem ser trocados sem nenhum prejuízo. Por exemplo, ao trocar uma nota de U\$100 por outra do mesmo valor nada se perde. Contudo, itens infungíveis são como obras de arte, objetos raros colecionáveis, itens de exemplares únicos. A tecnologia NFT permite trazer essa especificidade para o mundo digital, e os games estão se beneficiando disso. Com esse recurso é possível permitir que o jogador tenha cartas, personagens e outros recursos únicos, sem ninguém mais tê-los.

que os jogos possuem potencial comercial para além deles próprios, e que podem se tornar marcas importantes e valiosas. Franquias de games como: Pac-man, Sonic, Mario e Pokémon mostraram que os consumidores estão dispostos não somente a jogar esses games, mas também possuem interesse em comprar produtos licenciados dessas marcas.

Esse fenômeno de adaptações transmidiáticas ganhou novo fôlego com o crescimento dos serviços de streaming e a criação massiva de novos conteúdos de vídeo. Assim, os personagens e histórias dos games passaram a ganhar mais oportunidades nos filmes e séries. Essas adaptações têm obtido mais êxito se comparadas às que foram lançadas antes da popularização do streaming.



O distanciamento social imposto pela pandemia trouxe à tona a possibilidade de suprir a necessidade de encontros presenciais, seja de trabalho ou lazer, através do mundo virtual.

Uma outra tendência crescente é o metaverso, um dos assuntos mais comentados no universo digital na atualidade. Trata-se de uma tecnologia ainda em desenvolvimento, mas que tem atraído curiosidade dos leigos e investimentos milionários das grandes empresas de tecnologia. Os metaversos são espaços virtuais persistentes em 3D, isso é, locais que simulam o mundo real e continuam a existir mesmo em sua ausência. Eles tendem a possuir um sistema econômico próprio, onde os jogadores e ou usuários podem interagir socialmente em tempo real. O distanciamento social imposto pela pandemia trouxe à tona a possibilidade de suprir a necessidade de encontros presenciais, seja de trabalho ou lazer, através do mundo virtual.

Games como *Fortnite* e *Minecraft* têm sido palco de shows de música onde os jogadores podem se encontrar e ouvir seu cantor favorito no que seria uma simulação de uma apresentação ao vivo. Eventos como esse têm reunido milhões de pessoas no mesmo espaço virtual. Desse modo, os games, que a cerca de setenta anos foram concebidos como experiências voltadas para um único jogador ou pares de jogadores, se tornaram locais em que centenas e milhares deles competem entre si conectados pela internet. Temos no horizonte a projeção de que os games façam florescer cada vez mais metaversos, espaços persistentes para dezenas de milhares de pessoas conviverem, se divertirem e trabalharem.²

Por fim, outro elemento tecnológico fundamental na amplificação dos jogos eletrônicos e que vem ganhando espaço em diversas áreas da vida social é a inteligência artificial (IA). Historicamente, o termo surgiu em 1956, durante a Conferência de Dartmouth College, em New Hampshire (EUA). No entanto, desde a década de 1940, pesquisadores já vinham investigando a possibilidade de criar modelos matemáticos que imitassem o

sistema nervoso humano, a fim de desenvolver formas de raciocínio artificial. É Alan Turing (1912-1954), contudo, que é considerado um dos grandes precursores da inteligência artificial, tanto por seu experimento — o Teste de Turing — quanto por sua influente publicação *Computing Machinery and Intelligence* (1950), onde propôs questões fundamentais sobre a capacidade das máquinas de pensar e reproduzir comportamentos humanos².

No século 21 rapidamente surgem exemplos de ferramentas cotidianas, como ChatGPT, Gemini e DeepSeek — modelos generativos que utilizam vastas bases de dados para criar novos conteúdos, sintetizando textos, imagens, vozes, vídeos e códigos³. Nesse contexto é possível que perguntemos: como essa tecnologia tem impactado os jogos eletrônicos?

Podemos observar essa influência em duas principais frentes. A primeira delas diz respeito à forma como a IA transformou o desenvolvimento dos jogos, especialmente no comportamento dos personagens não jogáveis (NPCs). Com o uso da IA, os NPCs passaram a demonstrar maior autonomia, tomando decisões com base em suas interações dentro do jogo e tornando os ambientes virtuais mais dinâmicos e responsivos. Em títulos como *Middle-earth: Shadow of Mordor* (2014), a IA foi aplicada ao sistema Nemesis, permitindo que os orcs NPCs desenvolvessem memórias, rancores e hierarquias a partir de encontros com o jogador. Além disso, a própria narrativa do

² BARBOSA, X. C.; BEZERRA, R. F. Breve introdução à história de Inteligência Artificial. **Jamaxi**, v. 4, n. 2, p. 90-97, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/jamaxi/article/view/4730>. Acesso em 02 abr. 2024.

³ SANTAELLA, L.; KAUFMAN, D. A Inteligência artificial generativa como quarta ferida narcísica do humano. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 18, n. 1, p. 37-53, 2024. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v18i1p37-53. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizess/article/view/210834>. Acesso em: 2 abr. 2025.



jogo é alterada conforme as decisões do usuário, tornando cada experiência única⁴.

A segunda frente de impacto ocorre no desenvolvimento de hardware, com a implementação de aceleradores de IA nas GPUs modernas. No caso do PlayStation 5, por exemplo, há unidades dedicadas ao ray tracing (técnica de renderização gráfica que simula o comportamento da luz e sombras) e suporte à machine learning (ML). Assim, uma das tecnologias aplicadas por meio da IA é a chamada “super-resolução temporal”, que permite aumentar a resolução de 1080p para 4K sem perda significativa de qualidade. Além disso, a IA neural já está sendo usada para aprimorar animações, iluminação em tempo real e até mesmo para criar comportamentos adaptativos nos jogos, tornando a experiência do jogador ainda mais imersiva.

⁴ RAMOS, D. As sombras de Mordor são o início de uma nova era. **New Games Plus**. 2014. Disponível em: <https://newgameplus.com.br/as-sombras-de-mordor-sao-o-inicio-de-uma-nova-era/>. Acesso em 02 abr. 2024.

⁵ MUDRICK, C. (Ed.). **Intro to the Metaverse**: Newzoo Trend Report 2021. Amsterdam: Newzoo, 2021. Disponível em: <https://tinyurl.com/msnvjaj8>. Acesso em: 06 nov. 2022.

APLICAÇÃO

Você jogou videogame? Que tal procurar um jogo para seu smartphone? Pode-se estimar que dos 8 bilhões de pessoas que habitam o planeta Terra, pelo menos 3 bilhões delas jogam games.



RELIGIÃO E GAMES

CAPÍTULO 9

RELIGIÃO E GAMES: *HOMO LUDENS E HOMO RELIGIOSUS*

Erick Euzébio Lima*

* Mestre em Gestão e Desenvolvimento da Educação Profissional no Centro Paula Souza; Especialista em Docência Universitária (Unasp); Tecnólogo em Desenvolvimento de Jogos Digitais (Fatec); Bacharel em Teologia (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

O jogo é
inerente à vida.



Os jogos são produtos
culturais construtores
de comunidade.



A prática lúdica
e a religiosa possuem
muitas semelhanças
em sua essência.

O UNIVERSO LÚDICO

Jogo, brincadeira e diversão são palavras contidas no campo semântico do universo lúdico, que abrange muitas atividades, ações e objetos. Curiosamente, jogar, brincar e se divertir são atividades que remontam à vida ainda em suas fases mais iniciais ou mesmo em suas manifestações mais selvagens. Os animais domésticos ou selvagens, por exemplo, brincam entre si sem que ninguém os ensine e incentive para tal. As crianças antes de falar já brincam e se divertem, muitas vezes inventando seus próprios jogos. A cultura holandesa em seu idioma parece refletir isso: a palavra *aardigheid* pode ser traduzida como “diversão”, “brincadeira” ou “gracejo”. O radical *aard* significa “natureza” ou “essência” e remete justamente a essa ideia, de que jogar e

brincar fazem parte de nossa essência e natureza como seres humanos.

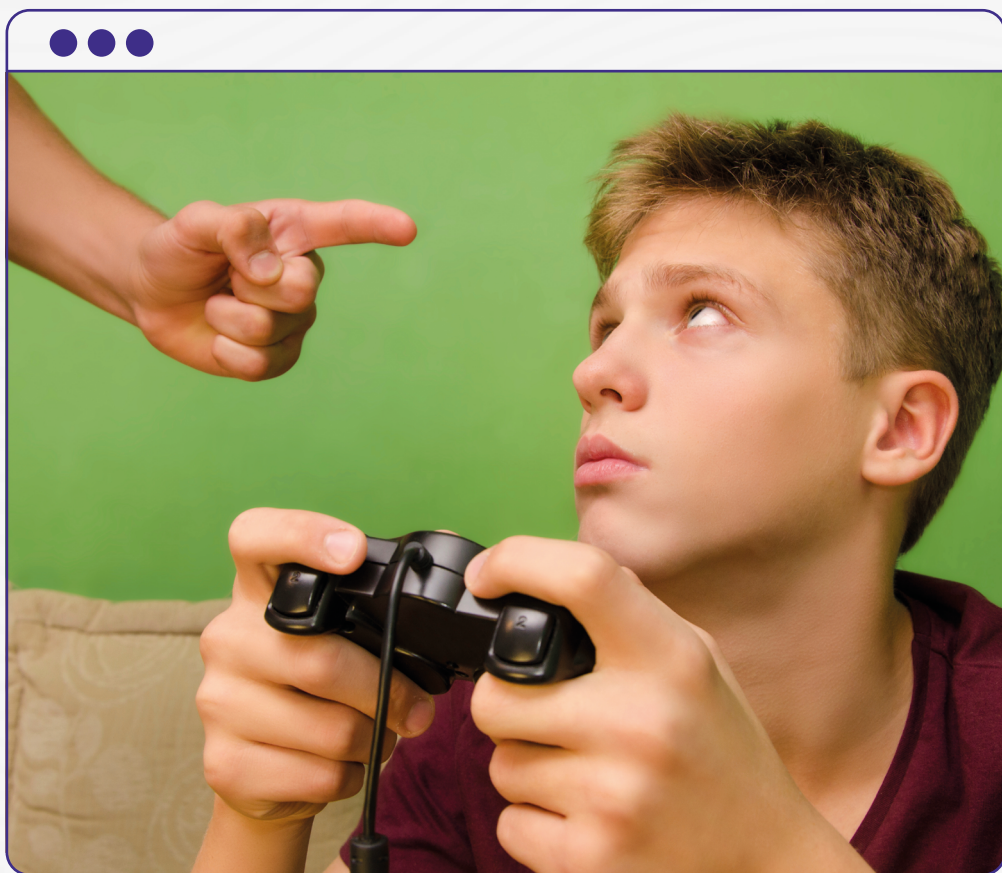
Apesar do universo lúdico ser inerente à vida, nós temos dificuldade em sintetizá-lo; é uma atividade que excede a capacidade de racionalização, visto o exemplo dos animais e pequenos bebês. Contudo, podemos listar alguns sentimentos e sensações que, combinados, compõem a ludicidade, tais como: alegria, prazer, euforia, poder e liberdade. O universo lúdico compreende uma série de atividades como: cantar, dançar, tocar, interpretar, lutar, brincar e jogar. Mesmo o jogo sendo apenas uma das atividades do universo lúdico, temos dificuldade de delimitá-lo. Para o historiador Johan Huizinga,¹ o jogo é impassível de uma definição exata, mas trata-se de uma função da vida.

A Bíblia também nos mostra a complexidade do universo lúdico. No livro de 2 Samuel, no capítulo 2, Abner, o comandante dos exércitos de Israel, ao confrontar Joabe, comandante dos exércitos de Judá, sugere que para resolver o conflito alguns poucos homens lutem entre si. O curioso é que a palavra hebraica usada para lutar é *sahaq*, a mesma palavra usada para descrever o riso de Sara quando descobre que ficaria grávida em sua velhice. *Sahaq* significa "rir", mas, assim como o termo inglês *play*, alude a uma série de atividades do universo lúdico, que apesar de serem distintas, como rir e lutar, possuem, no estado de espírito dos envolvidos, alguma semelhança.

FUNÇÕES SOCIOCULTURAIS DO JOGAR

Se o jogo faz parte da vida, nada mais natural que ele se manifeste nas sociedades humanas e que exerça nelas funções específicas. Justamente por isso o jogo sobrevive e perdura

¹ HUIZINGA, J. **Homo Ludens**: o jogo como elemento da cultura. 8. ed. São Paulo: Perspectiva, 2018



O jogo, em algumas situações, é colocado em oposição às práticas religiosas. Com isso, os praticantes de determinadas crenças são levados a considerar essa prática como pecado.



Historicamente, as religiões cristãs possuem momentos de aproximação e distanciamento das práticas lúdicas. As primeiras comunidades cristãs gentílicas, por exemplo, estabeleceram um estilo de vida que rompia com os costumes populares, restando diversos prazeres, como o de jogar. O catolicismo, por sua vez, criticou as práticas lúdicas pagãs e adotou suas próprias. O protestantismo fez o mesmo, criticou as práticas lúdicas católicas e mais tarde desenvolveu as suas próprias.

na humanidade, por estar sempre se manifestando e existindo onde há vida, sobretudo, vida humana.

Tal como a música, os jogos tendem a manifestar-se de diferentes formas de acordo com seu contexto social imediato. Os esportes e jogos que utilizam as mãos, pés e força tendem a se popularizar entre as classes mais pobres. No Brasil, por exemplo, o futebol é extremamente popular, especialmente em regiões mais pobres, sendo um jogo que exige apenas uma bola e disposição física dos jogadores. Nos jogos olímpicos percebemos que alguns esportes como esgrima e equitação possuem pouca representatividade de países pobres, visto que exigem dos atletas infraestrutura muito mais robusta para sua prática.

Assim, os jogos se manifestam e se desenvolvem conectados às características de seu tempo e local, mas ainda que sejam produtos culturais, afirmam valores importantes de uma sociedade. Você já brincou de empinar pipa? Jogou bolinhas de gude, pião ou ioiô? Todas essas brincadeiras podem perfeitamente

“Entendemos que o homem é receptivamente criativo. A criatividade humana se espelha na criatividade original de Deus embutida em sua imagem. O homem é criativo, pois Deus é criativo e transmitiu esta habilidade ao homem. O homem só é capaz de criar dentro das fronteiras do que Deus fez e estabeleceu dentro do campo de possibilidades. Esse desejo de criar geralmente é associado às artes, mas também é visto no lazer e na ciência”.²

ser executadas individualmente, sendo atividades realizáveis por apenas uma pessoa. Contudo, o prazer lúdico dessas atividades ganha outra proporção quando são feitas em comunidade.

É possível, inclusive que, para você, lembrar dessas e outras brincadeiras o leve a se recordar de adultos e crianças que jogaram e brincaram com você. Aqui notamos a primeira e talvez a mais importante função social dos jogos: a construção e fortalecimento de comunidades. É muito comum que ao redor dos games também sejam construídas essas comunidades; esse inclusive é um dos principais motivos que levam a geração Z a jogar, interagir socialmente, conversar, se divertir, conhecer novas pessoas, construir uma comunidade no mundo virtual.

² GAROFALO NETO, E. **A busca humana da diversão sob a ótica bíblica de criação-queda-redenção**. Fides Reformata, São Paulo, v. 2, n. 16, p. 27-49, jul. 2011. Disponível em: <https://tinyurl.com/7shppk5r>. Acesso em: 25 fev. 2022.



**Quando jogamos,
criamos regras,
ordem, beleza,
comunidade, e
consequentemente
reavivamos uns nos
outros a imagem
do nosso criador.**



AS PRÁTICAS LÚDICAS E RELIGIOSAS

Os jogos e as práticas religiosas possuem muitas semelhanças; uma das características mais marcantes do jogo é a delimitação de um espaço e tempo sagrados. O jogo convida o jogador a entrar em um mundo temporário em que será realizada uma atividade especial, diferente das atividades cotidianas. Isolado do mundo real, o jogador, através da execução do jogo, acessa um mundo de autorrealização.

No culto religioso também somos convidados a desfrutar de um tempo e local sagrados, que nos permitem vivenciar uma experiência mais sublime que a vida cotidiana. Ambas as práticas nos convidam a experimentar uma beleza transcendente, ambas com suas próprias regras, que precisam ser aceitas para que a experiência seja satisfatória. Na esfera religiosa, o indivíduo que entra em desacordo com as regras de seu sistema é separado da experiência da comunidade.

Da mesma forma, uma partida de um jogo se torna impraticável se um dos jogadores não aceita a validade das regras. Desse modo, o jogo, assim como a religião, são sistemas ordenados, que criam ordem e são ordem. A partir desse ponto nós podemos vislumbrar a imagem de Deus no homem: Deus, definitivamente o Criador, ao nos criar à sua imagem e semelhança, permite que nós sejamos criadores dentro da criação. Isso ocorre quando jogamos, criamos regras, ordem, beleza, comunidade, e consequentemente reavivamos uns nos outros a imagem do nosso criador.

APLICAÇÃO

Você se lembra do sentimento após jogar com seus amigos? Os jogos são ferramentas poderosas para criação de comunidades e para o fortalecimento de relacionamentos, uma ênfase indispensável no cristianismo.

CAPÍTULO 10

CLASSIFICAÇÃO DOS JOGOS E SUAS REFLEXÕES TEOLÓGICAS

Erick Euzébio Lima*

* Mestre em Gestão e Desenvolvimento da Educação Profissional no Centro Paula Souza; Especialista em Docência Universitária (Unasp); Tecnólogo em Desenvolvimento de Jogos Digitais (Fatec); Bacharel em Teologia (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Existem diversas classificações de jogos, como a que classifica o jogo de acordo com a atitude e o papel do jogador: competição, sorte, simulação e ruptura.



A competição tenta igualar as chances dos jogadores, mas é a sorte que os deixa em pé de igualdade sob o preço de tirar-lhes o poder de decisão.



Os elementos dos jogos dialogam com a religiosidade.



É possível jogar para glória de Deus.

CLASSIFICAÇÃO DOS JOGOS

Existem diversas maneiras de classificar um jogo. Podemos, por exemplo, classificá-lo pelo gênero: jogos de ação, aventura, corrida, esportes, estratégia, simuladores, entre outros; ou seja, disso depende o tipo de experiência que o jogo pretende oferecer ao jogador. Podemos também classificá-los por suas mecânicas de funcionamento: jogos de cartas, dados, turnos, movimento, destreza, interpretação de papéis etc.

Contudo, é importante nos atentarmos a uma proposta de classificação, feita por Roger Caillois, que toma como base a atitude e o papel que o jogador exercerá durante o jogo, classificando os jogos nas categorias competição, sorte, simulação e ruptura, sendo possível, inclusive, que um jogo preencha



A religião cristã traz consigo o conceito do livre-arbítrio, exigindo do indivíduo a avaliação das consequências de várias ações e a consideração do bem-estar de si mesmo e dos outros. Os games, por sua vez, com sua natureza interativa, inevitavelmente conduzem os jogadores a realizar escolhas diante dos desafios que eles têm de enfrentar. O jogo dá liberdade para que o jogador decida seu destino e tenha de lidar com as consequências e resultados dessa escolha. Assim, jogo e religião se encontram com função e propósito em conexão.

mais de uma dessas categorias, mas com a presença predominante de pelo menos uma delas.¹

A primeira categoria, competição, tem como premissa básica colocar os jogadores em um desafio que teste suas habilidades, mas proporcionando a todos as mesmas chances de vitória. Vemos isso na divisão das categorias por peso dos lutadores, nas duras regras de padronização dos carros de Fórmula 1, ou mesmo no jogo de damas e no xadrez, em que os jogadores dispõem das mesmas peças para a partida. Os games, de modo geral, proporcionam uma situação de igualdade, permitindo ao jogador controlar lutadores, carros e outros personagens

¹ CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens**: a máscara e a vertigem. Petrópolis: Vozes, 2017.

equilibrados em relação ao seu adversário. A competição se encerra com o final da partida e a exaltação de um vencedor.

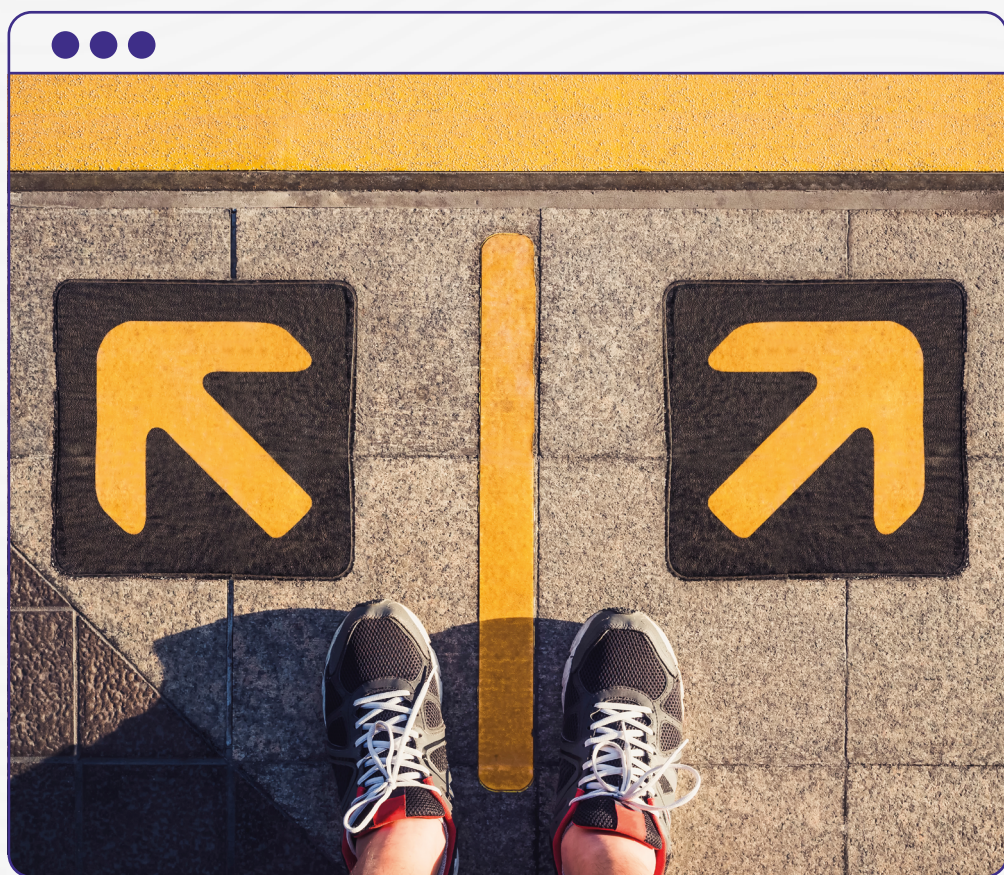
Na segunda categoria, os jogos de sorte, diferente da competição, atuam tirando o poder de decisão do jogador, lançando-o ao acaso. Nos jogos de dados, os jogadores os lançam e se tornam imediatamente espectadores do resultado. A sorte pode ter um papel mais discreto nos jogos, como no dominó, em que o jogador depende da sorte para sacar suas peças, mas depois, sua própria estratégia será protagonista da partida.

A terceira categoria é a simulação. Todos os jogos dialogam em certa medida com a simulação e a ilusão. O termo ilusão é composto pelas palavras latinas *in* e *ludo*, e significa literalmente “em jogo”. Os games exploram intensamente esse conceito ao transportar o jogador para mundos virtuais que simulam as mais diversas regiões do mundo real; simulam também experiências como dirigir, pilotar, praticar esportes, lutar, entre várias outras. A simulação nos games também está presente quando o jogador tem a possibilidade de assumir um papel, controlando um personagem humano ou animal, vivenciando as experiências e decisões de uma realidade totalmente diferente da sua.

Por fim, temos os jogos de ruptura: são aqueles que buscam sentimentos como a adrenalina e vertigem para, momentaneamente, destruir a ordem natural da realidade. O exemplo mais simples que podemos citar é a brincadeira que toda criança já experimentou de girar em torno de si mesma a fim de, em seguida, tentar permanecer de pé e andar. Os games tentam produzir adrenalina e ruptura através de tramas complexas, recursos audiovisuais chamativos, controles com vibração e, mais recentemente, através dos óculos de realidade virtual, que permitem uma imersão ainda mais profunda ao jogador.



Os games, de modo geral, proporcionam uma situação de igualdade, permitindo ao jogador controlar lutadores, carros e outros personagens equilibrados em relação ao seu adversário.



O jogo dá liberdade para que o jogador decida seu destino e lide com as consequências e resultados dessa escolha.

JOGOS EM DIÁLOGO COM A FÉ

À primeira vista, os elementos que classificam e distinguem os jogos podem parecer estranhos ou conflitantes com o cristianismo, e existem muitos discursos que tentam de maneira simplificada excluir esses elementos da vida cristã. A competição, por exemplo, frequentemente é preterida em favor da cooperação, principalmente porque apesar dos jogos de competição equalizarem as oportunidades dos jogadores, em seu fim, eles mostram suas diferenças. Contudo, essas diferenças fazem parte, naturalmente, da criação diversa de Deus, ainda que o pecado subverta as diferenças para nos separar e dividir. De modo algum podemos pensar que a diversidade é oposta à unidade; ambas redimidas por Cristo podem glorificar ao Criador. Desse modo, as habilidades demonstradas na competição revelam o caráter de Deus, o provedor desses talentos.



Existem muitos estudos acadêmicos que abordam a relação dos jogos com a religião. Esses estudos adotam, em geral, quatro tipos de abordagens:

- **Religião no jogo:** aparição de elementos religiosos dentro dos games;
- **Religião como jogo:** similaridades da experiência religiosa com os games;
- **Jogo como religião:** jogos como definidores de propósito para os jogadores;
- **Jogo na religião:** presença dos jogos dentro da experiência religiosa.

A sorte é outro elemento que nos causa estranheza, principalmente quando assume o nome de “azar”. Os jogos de azar com frequência levam os jogadores a hábitos compulsivos de jogo, em que o indivíduo perde o controle sobre a própria vida, em especial no âmbito financeiro. Contudo, a sorte é um elemento que está presente, por exemplo, em um simples jogo de par ou ímpar. Sua presença é usada para mitigar os efeitos da competição, pois através da sorte tiramos as vantagens que cada jogador tem com suas habilidades e delegamos o resultado momentaneamente ao acaso. Assim, a sorte pode se transformar em uma ferramenta de justiça e equidade. A sorte pode ter também relação com o sagrado.² Na Bíblia, por exemplo, vemos algumas ocasiões no livro de Levítico e Números em que Israel dividia suas terras por meio de sorteio, garantindo assim a isonomia da partilha.

Os jogos de simulação, por sua vez, podem nos deixar temerosos pela imersão e engajamento que eles geram. Mas, nesse caso, o ponto crucial para nós é justamente a volta do indivíduo à realidade; o jogo de simulação pode proporcionar uma experiência elevada ao indivíduo fazendo com que ele volte para a realidade ainda mais apto para lidar com os desafios que o esperam. Tal como acontece com a música, que nos envolve em sua letra e melodia e, quando finda, nos sentimos refrigerados ou motivados por sua mensagem. Na Bíblia, muitas vezes, os profetas eram levados a visões que simulavam acontecimentos futuros da história. O retorno do profeta à realidade o impelia a escrever e anunciar o que viu, a fim de que já no presente houvesse mudança de comportamento para sua comunidade.

Por fim, os jogos proporcionam ao jogador desfrutar de um espaço de descanso. Como o jogo é incerto em seu resultado,

² HUIZINGA, J. **Homo Ludens**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2010.

ele acaba criando uma tensão para o jogador; essa tensão naturalmente o faz desprender das tensões da vida cotidiana. Além disso, o espaço temporário do jogo traz refrigério com a beleza da sua experiência. Assim, impele o jogador a saber transitar entre momentos de descanso e trabalho, de labor e deslumbramento, um ensaio de princípios que estão presentes na Bíblia através do descanso sabático. Fica claro que os jogos exploram elementos de nossa humanidade que remontam ao nosso criador. Se devemos fazer tudo para a glória de Deus, fica evidente que podemos jogar redimidos pelo Senhor.

APLICAÇÃO

Na Bíblia, Deus se preocupou com o descanso, e a história de Seu povo é conduzida por festas e ludicidade. A fé se integra a todas as áreas da vida, inclusive o lazer. Se divirta para a honra e glória de Deus!



O ADVENTISMO E OS GAMES

CAPÍTULO 11

O ADVENTISMO E A MÍDIA

Allan Novaes*

* Doutor em Ciência da Religião pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Bacharel em Teologia e em Jornalismo pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo.

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

A relação do adventismo com a mídia frequentemente é marcada por um ciclo de três fases.



Fase 1: resistência e até demonização da nova mídia.



Fase 2: aceitação desconfiada da nova mídia por meio das iniciativas experimentais.



Fase 3: institucionalização do uso evangelístico da nova mídia, depois dos resultados positivos.



Após a institucionalização a igreja consolida estratégias inovadoras e criativas de pregação do evangelho.

O ADVENTISMO E O SURGIMENTO DE NOVOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

As atitudes de organizações religiosas cristãs em relação ao surgimento de novas mídias e tecnologias de comunicação seguem um determinado ciclo. Esse ciclo consiste em três etapas.

Em um primeiro momento ocorre resistência, podendo culminar até em demonização das novas mídias. O advento de novas tecnologias midiáticas costuma gerar desconfiança e resistência ao desconhecido, que é acusado de inimigo da espiritualidade. Na história do adventismo isso ocorreu quando surgiram o rádio, a TV e a internet. Por outro lado, o surgimento de novas tecnologias midiáticas produz curiosidade, o que leva ao experimentalismo no uso religioso das mídias para fins evangelísticos. Esse experimentalismo

costuma reforçar a postura de resistência e demonização, de forma que esses pioneiros — geralmente evangelistas e missionários — têm de lidar com crítica e incompreensão.

Em um segundo momento do ciclo, ocorre uma aceitação desconfiada. Embora a resistência continue, ela é diminuída porque as iniciativas experimentais no uso evangelístico das novas mídias produzem resultados. Os pioneiros começam a receber mais apoio, o que leva à terceira fase do ciclo, que consiste em institucionalização e regulação. Nessa fase, com erros e acertos dos pioneiros já assimilados e com a confirmação de que há potencial evangelístico concreto, a igreja institucionaliza o uso evangelístico das novas mídias, estabelecendo atribuições, nomeações, investimento, e regulando-o através de diretrizes eclesiais. Assim, a nova mídia que foi demonizada em seu início é assimilada pela malha comunicacional e pela estrutura evangelística da igreja.

Há estudos que indicam que esse ciclo representa muitos episódios da história da interação da Igreja Católica e de algumas denominações protestantes com o surgimento de novas mídias. O mesmo acontece na Igreja Adventista do Sétimo Dia, cuja relação com a mídia historicamente tem sido complexa e ambígua.¹

Para se compreender melhor o porquê dessa relação conflituosa, que alterna atitudes otimistas em relação ao potencial

¹ ELLIS, L. **Seventh-day Adventists and the movies**: an historical and contemporary exploration of the conflict between christianity and visual media. Ann Arbor: Regent University, 2019.

NOVAES, A. **O problema adventismo-televisão**: uma análise do pensamento adventista sobre a TV a partir da tipologia de H. Richard Niebuhr em Cristo e cultura. Tese (Doutorado em Ciência da Religião) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.



No Brasil, vinculado aos cursos de Teologia e Comunicação Social do Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp), existe o *Excelsior!*, grupo de pesquisa em religião e cultura da mídia. Criado em 2016, ele investiga, entre outros temas, a relação entre adventismo e a mídia. Através dele foram produzidas dezenas de estudos, entre eles, trabalhos apresentados em congressos acadêmicos, artigos em revistas científicas e livros. Atualmente, alguns de seus pesquisadores participam de diversos livros da coleção "Theology, Religion, and Pop Culture", publicada pelas editoras Fortress Academic e Lexington Books.

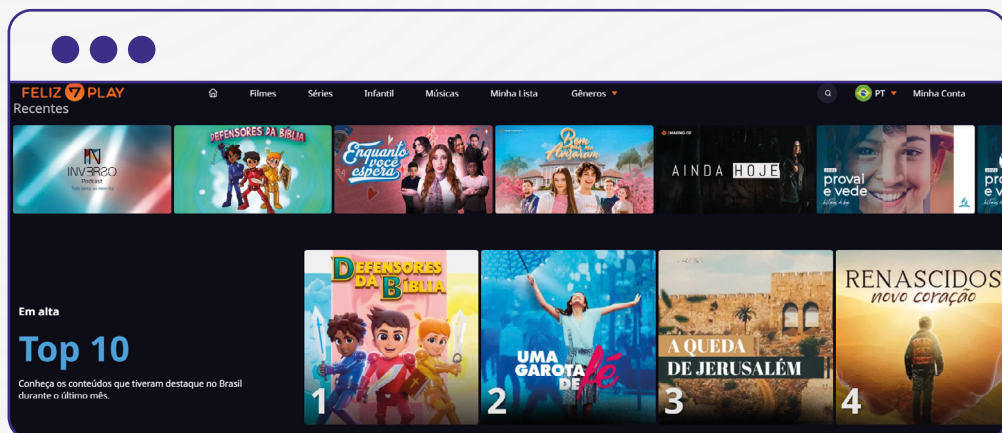
evangelístico das mídias com discursos críticos, que podem chegar à demonizar certas tecnologias, é preciso levar em consideração características distintivas do adventismo, que impactam a forma como a igreja entende a mídia. Entre essas características destacam-se a vocação apocalíptica, a orientação textocentrada e a questão ficção *versus* realidade.

VOCAÇÃO APOCALÍPTICA E USO DAS MÍDIAS

A Igreja Adventista do Sétimo Dia nasceu em um contexto profético e carrega em seu nome a crença na volta de Jesus. Logo, a urgência com que tratamos a necessidade de alertar o mundo sobre o preparo para enfrentar o fim dos tempos leva muitas vezes ao bloqueio e demonização das mídias, que podem ser



**O surgimento de
novas tecnologias
midiáticas produz
curiosidade, o
que leva ao
experimentalismo
no uso religioso
das mídias para
fins evangelísticos.**



A plataforma Feliz7Play é um dos principais recursos estratégicos da igreja em seu investimento em streaming e mídias visuais.

considerados engano satânico para desviar as pessoas das verdades fundamentais para o tempo presente. Ao mesmo tempo, pela necessidade de pregar o evangelho para que então venha o reino de Deus, estimula-se o uso das mídias como ferramenta evangelística necessária no mundo contemporâneo.

ORIENTAÇÃO TEXTOCENTRADA E NATUREZA DAS MÍDIAS

A Igreja Adventista nasceu do texto. Seja pela influência da reforma protestante, movimento no qual a Bíblia e a imprensa de Gutenberg foram fundamentais, seja pela vocação do movimento milerita, com seus folhetos, revistas e jornais sobre o advento de Cristo, culminando com a extensa produção de escritos de Ellen G. White. Essa centralidade do texto no adventismo privilegia mídias e tecnologias nas quais o texto é a principal linguagem comunicadora. Por isso, livros, revistas e folhetos estão consolidados na estrutura comunicacional e evangelística da igreja. Contudo, mídias de natureza audiovisual, nas quais as imagens ganham mais destaque, como TV, histórias em quadrinhos, games ou mesmo as mídias sociais, embora também estejam presentes na estrutura evangelística da igreja, ainda recebem mais desconfiança, crítica e rigor em seu uso.²

PROBLEMA FIÇÃO VERSUS REALIDADE E CONTEÚDO DAS MÍDIAS

Em boa parte de seus escritos, White condena a ficção (no caso da época dela, a ficção literária). Por sua vez, diversos círculos adventistas interpretaram — e ainda interpretam

² NOVAES, A; LIMA, E. Bible Games as Religious Educational Tools in Seventh-Day Adventist Church. A Ludic Inventory. **Gamevironments**, n. 15. 29 dez. 2021. Disponível em: <https://journals.suub.uni-bremen.de/index.php/gamevironments/article/view/143> Acesso em: 06 maio 2025.



Produzido por pesquisadores do grupo de pesquisa Excelsior!, os livros *Adventismo em quadrinhos: relações da Igreja Adventista com a nona arte*, e *Adventismo e quadrinhos: representações da tradição adventista na arte sequencial*, apresentam um interessante panorama de como a Igreja Adventista se relaciona com as histórias em quadrinhos.

— essas declarações como prova de que os adventistas do sétimo dia deveriam evitar todo tipo de ficção, e que ler romances ou qualquer tipo de ficção estaria pondo a espiritualidade deles em risco.

O uso do termo ficção por White acarretou má-interpretações, fazendo com que a crítica a romances ou contos da época fosse entendida como uma rejeição a tudo aquilo que é fantasioso ou irreal. No que diz respeito a mídias como cinema, televisão e mesmo videogame, o adventismo se apropriou das orientações restritivas e opiniões críticas à ficção literária e as aplicaram a outras mídias.

Assim, alguns círculos adventistas ainda defendem a não-ficção como único gênero midiático seguro, o que dificulta que gêneros como seriados, filmes, *graphic novels*, animes, entre outros, sejam considerados válidos para o contexto evangelístico ou mesmo para consumo pessoal.

PERSPECTIVAS ATUAIS

A igreja e suas mais recentes ações evangelísticas evidenciam que há espaço para uso evangelístico de novas tecnologias

mediáticas. O investimento em games como projetos missionários — a exemplo do jogo *Heroes* —, a popularização do uso das mídias sociais como estratégia de comunicação eclesial, a criação de aplicativos para celular, a produção de séries e filmes, entre outros exemplos, apontam para uma igreja que também aposta em estratégias criativas e inovadoras para continuar relevante e eficiente na pregação do evangelho.

APLICAÇÃO

Parte do discurso adventista de demonização das mídias, especialmente de 1930 a 1950, tinha influência de perspectivas fundamentalistas do cristianismo protestante e evangélico norte-americano. O discurso adventista tornou-se mais moderado a partir de 1980 e 1990, “coincidindo” com a profissionalização da rede de comunicação adventista, a chegada da cultura digital e a criação de cursos de Comunicação Social nas universidades adventistas.

CAPÍTULO 12

O ADVENTISMO E OS GAMES

Allan Novaes*

* Doutor em Ciência da Religião pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Bacharel em Teologia e em Jornalismo pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo.

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

A relação do adventismo com os games tem sido conflituosa e ambígua.



Os principais pressupostos articulados pela relação adventismo-games concentram-se nas questões cooperação *versus* competição e diversão *versus* recreação.



A criação de jogos analógicos e digitais no adventismo segue a lógica do estudo bíblico.

A Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD), a exemplo de outros movimentos de matriz protestante e evangélica, desenvolveu uma relação conflituosa e ambígua com a tecnologia midiática, incluindo aí os games.¹ Para entender essa problemática é preciso compreender o papel e o impacto que dois pressupostos teológicos exercem, a saber, a questão da diversão *versus* recreação e a questão da competição *versus* cooperação.

¹ NOVAES, A.; LIMA, E. Os games no discurso adventista: breve análise de publicações e documentos eclesiais. **Tropos**, v. 10, n.1, 2021a.

NOVAES, A.; LIMA, E. Bible Games as Religious Educational Tools in Seventh-Day Adventist Church. A Ludic Inventory. **Gameworlds**, n.15, 2021b.

DIVERSÃO *VERSUS* RECREAÇÃO E COMPETIÇÃO *VERSUS* COOPERAÇÃO

O campo religioso da época de Ellen G. White apresentava uma postura complexa e crítica em relação ao jogar, na qual havia a tentativa incisiva de separar a diversão da recreação, sempre com ênfase negativa ao primeiro caso e positiva ao segundo. Os jogos e esportes na América da segunda metade do século 19 muitas vezes eram associados à vida boêmia e ao vício, no caso dos jogos, ou à violência e excesso de rivalidade, no caso dos esportes, o que por sua vez tornava-os práticas rejeitadas pelos círculos religiosos.²

Para White, a distinção entre diversão e recreação não era apenas semântica, mas principalmente conceitual e prática. Enquanto a recreação tenderia a fortalecer e construir, proporcionando descanso ao espírito e ao corpo e habilitando as pessoas a voltar com novo vigor à rotina e ao trabalho, a diversão existiria com o fim de proporcionar prazer, absorvendo as energias necessárias ao trabalho útil e se revelando um estorvo.

Outro pressuposto que embasava a crítica de White aos jogos estava no espírito combativo que muitas vezes se associam aos jogos. A competição — ou o termo que White mais empregava, a rivalidade — era objeto de sua preocupação, pois aumentaria o egoísmo, que seria a fonte de todos os males. Suas críticas se enquadravam no contexto em que o beisebol e o futebol americano estavam se tornando elementos centrais na vida pré-universitária e universitária dos Estados Unidos, e em decorrência também dos acelerados processos de urbanização

² NOVAES, A. Recreação. In: NOVAES, A.; NOGUEIRA, E.; NÉRI, F.; QUADROS, S. **Educação**: revisitando o clássico de Ellen G. White. Engenheiro Coelho, SP: Unaspress, 2023.



e consequente crescimento da indústria do entretenimento pelos quais o país passava.³

Para ela, a questão não consistia em assistir ou não esportes e nem mesmo a prática simples do jogar. Antes, ela se preocupava com os excessos cometidos configurados pela presença institucionalizada de jogos e esportes durante a fase escolar. Para a autora, a competição justificava a violência, de forma que ela chegou a chamar o futebol americano e o boxe, na forma pré-regulada em que eram praticados na época, de “escolas de brutalidade”. Jogos e esportes competitivos, para ela, promoviam o amor ao domínio e o orgulho da força bruta, exercendo má influência sobre a juventude.

White associava, como muitos em sua época, a competição à propensão ao vício, especialmente por conta da

³ NOVAES, A; LIMA, E. Bible Games as Religious Educational Tools in Seventh-Day Adventist Church. A Ludic Inventory. **Gamevironments**, n. 15. 29 dez. 2021. p. 70. Disponível em: <https://journals.suub.uni-bremen.de/index.php/gamevironments/article/view/143> Acesso em: 06 maio 2025.



Uma das primeiras menções a jogos em documentos oficiais adventistas ocorreu em 1928, quando foram publicadas pela Associação Geral diretrizes de práticas desportivas e lúdicas para serem seguidas pelas instituições de ensino e internatos da igreja. Mas foi em uma das atas do concílio anual da Associação Geral em 1988 que se incentiva e recomenda oficialmente a produção de jogos adventistas com foco na missão.

prática de apostas. Os jogos de cartas, diferentemente de hoje, eram quase que exclusivamente associados ao mundo adulto do carteador e das apostas, onde geralmente havia tabaco, álcool e outras práticas moralmente condenáveis por religiosos à época. Por essa razão os “card games” e o “cardplaying” foram criticados no discurso adventista por muitas décadas.⁴

As premissas mencionadas tiveram grande impacto na compreensão sobre os jogos, bem como nas iniciativas lúdicas da IASD. Diante disso, os jogos e projetos lúdicos criados pela igreja refletiram o pensamento adventista em questões como diversão *versus* recreação e cooperação *versus* competição, como visto anteriormente. Também envolveram outras questões como lazer *versus* missão, moderação *versus* excesso e edificação *versus* luxúria.

GAMES ADVENTISTAS

Os primeiros jogos adventistas publicados entre as décadas de 1930 a 1950 foram predominantemente jogos de cartas - cujo público alvo era formado por crianças e adolescentes -, sendo assim anunciados nas revistas da IASD como soluções educacionais e religiosas para problemas enfrentados pelas famílias e jovens adventistas.⁵

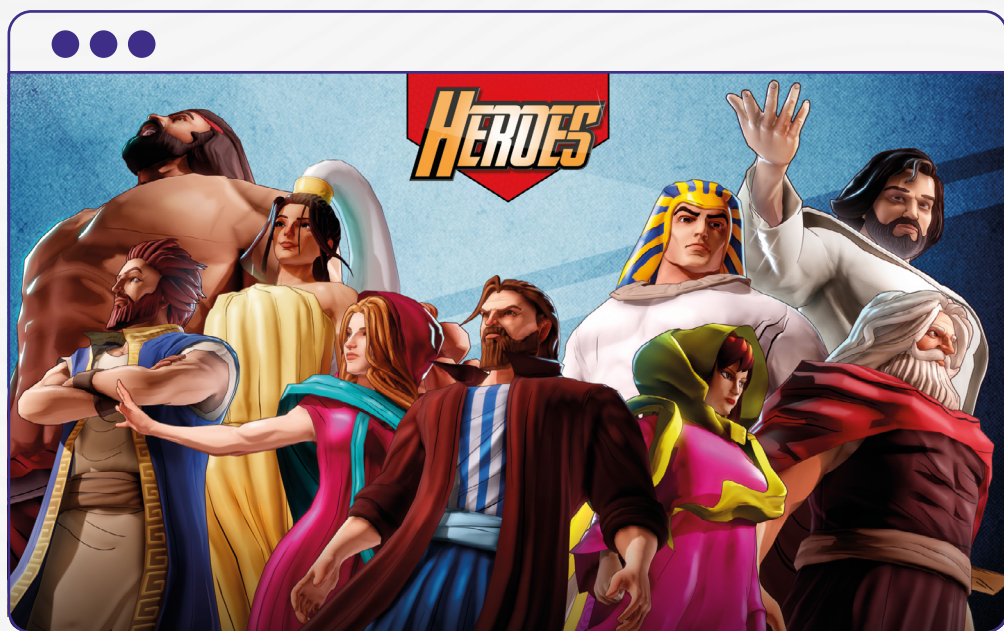
O aspecto educacional vinculado aos jogos adventistas tinha objetivos de alfabetização bíblico-doutrinária, na tentativa de reforçar a identidade e a formação religiosa dos jogadores. Esses aspectos ficam claros à medida que as

⁴ Ibid.

⁵ NOVAES, A; LIMA, E. Bible Games as Religious Educational Tools in Seventh-Day Adventist Church. A Ludic Inventory. **Gamevironments**, n. 15. 29 dez. 2021. pp. 75-77.. Disponível em: <https://journals.suub.uni-bremen.de/index.php/gamevironments/article/view/143> Acesso em: 06 maio 2025.



**Embora haja uma
rejeição do espírito
competitivo
no discurso
adventista, há uma
predominância
da mecânica de
competição nos
jogos adventistas.**



Com o game Heroes o jogador pode testar seu conhecimento sobre a Bíblia. Ele está disponível gratuitamente para Android e iOS.



As menções aos jogos em diversos documentos da Igreja Adventista do Sétimo Dia consistiam em advertências e orientações restritivas, geralmente sob o viés de associação do jogo às práticas que oferecem perigo à saúde física, mental e espiritual. Todavia, a partir dos anos 1980, há ocorrências de menções positivas aos jogos, nos quais os games comportam valor educativo e evangelístico, como é o caso do game *Heroes* nos anos 2010 e início de 2020.

características fundamentais dos estudos bíblicos predominam nos jogos: estilo de perguntas e respostas, localização de textos bíblicos e memorização de versos e passagens, com destaque para esta última, presente em todas as publicações do período.

Por pretenderem enfatizar exercícios como memorização e localização de textos, e por visarem estimular a interação social, os jogos estão predominantemente relacionados à lógica de “recreação”. Embora haja uma rejeição do espírito competitivo no discurso adventista, há uma predominância da mecânica de competição nesses jogos, possivelmente devido à influência do mercado de jogos da época.

Entre os anos 1960 e 1990 a presença da lógica de estudo bíblico na produção de jogos adventistas permanece⁶, todavia destacam-se três mudanças: (1) os jogos de tabuleiro se tornam mais frequentes, embora os jogos de cartas continuem; (2) há sugestões mais explícitas de que os jogos adventistas seriam alternativas lúdico-espirituais adequadas para serem jogadas durante o período de observância do sábado; e (3) há a inclusão de jogos digitais ao final desse período.⁷

A partir dos anos 2000 a produção de jogos analógicos diminui enquanto aumenta a criação de jogos digitais. O destaque desse período é o lançamento dos jogos *Heroes* e *Heroes 2*, voltados para dispositivos móveis. *Heroes 2* é a representação mais atual do desenvolvimento e amadurecimento da cultura lúdica adventista, mostrando que, por meio de ferramentas como o Unreal Engine, a IASD está ciente do que a indústria de jogos pratica. Ao mesmo tempo utiliza tecnologias atuais e se permite avançar por plataformas até então pouco exploradas. O jogo preserva o protagonismo das práticas de familiarização e memorização do texto bíblico

⁶ NOVAES, A; LIMA, E. Bible Games as Religious Educational Tools in Seventh-Day Adventist Church. A Ludic Inventory. **Gamevironments**, n. 15. 29 dez. 2021. p. 83. Disponível em: <https://journals.suub.uni-bremen.de/index.php/gamevironments/article/view/143> Acesso em: 06 maio 2025.

⁷ NOVAES, A; LIMA, E. Bible Games as Religious Educational Tools in Seventh-Day Adventist Church. A Ludic Inventory. **Gamevironments**, n. 15. 29 dez. 2021. pp. 78.. Disponível em: <https://journals.suub.uni-bremen.de/index.php/gamevironments/article/view/143> Acesso em: 06 maio 2025.

que são constantemente evidenciadas, a fim de buscar instruir biblicamente o jogador por meio da experiência lúdica.

⁸ NOVAES, A; LIMA, E. Bible Games as Religious Educational Tools in Seventh-Day Adventist Church. A Ludic Inventory. *Gamevironments*, n. 15. 29 dez. 2021. pp. 74-75. Disponível em: <https://journals.suub.uni-bremen.de/index.php/gamevironments/article/view/143> Acesso em: 06 maio 2025.

APLICAÇÃO

Um dos primeiros jogos adventistas produzidos se chamava *Seventh-day Adventist Authors* ⁸, lançado em 1938. Ele consistia em um jogo de cartas no qual os jogadores deveriam encontrar e formar quartetos de cartas, exercitando sua memória. Eram 72 cartas com importantes pioneiros e escritores adventistas. De lá pra cá foram identificados aproximadamente quarenta jogos de cartas, jogos de tabuleiros ou games digitais lançados pela Igreja Adventista do Sétimo Dia somente nos Estados Unidos, sendo o mais recente deles o game *Heroes 2*.

CAPÍTULO 13

ELLEN G. WHITE E OS JOGOS

Fábio Augusto Darius*

* Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp);
Doutor em Teologia pela Escola Superior de Teologia (EST, São Leopoldo).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Jogar é um elemento básico
da cultura humana.



Ellen White classificou
os jogos em dois grupos:
recreativos e competitivos.



Os jogos ou atividades
lúdicas recreativas devem
ser utilizados para fins
evangelísticos.



A igreja deve desenvolver
seus próprios jogos à luz de
sua própria perspectiva.

Uma leitura atenta e não fragmentada dos textos de Ellen White indica que toda e qualquer atividade física ou mental deve ser em prol do Reino de Deus. Dessa forma, a autora advertiu seus leitores sobre jogos de azar e jogos esportivos que estimulassem um tipo de competitividade que tivesse por resultado o egoísmo e o senso de superioridade ao outro. Por outro lado, e de acordo com as perspectivas da igreja para o futuro, ela também entendeu que toda recreação, quando sadia e espiritual, traz crescimento físico e mental e colabora para o avanço da obra de Deus em cada ser humano.

Talvez aí encontre-se a régua que separa o que deve ser praticado daquilo que deve ser evitado: jogos violentos e exercitados sob excitante espírito competitivo, bem como jogos de aposta e todos os que demandam demasiado tempo devem ser descartados, enquanto os

realizados de forma saudável, dentro de um contexto recreativo e sob um “bom espírito”, levando os participantes a uma atmosfera celestial, devem ser mantidos.

Ellen White não foi uma teóloga no sentido formal do termo. A maior parte de seus escritos é composta por cartas pessoais e pequenas, além de numerosos artigos. No entanto, todos os seus textos, independente do tema, podem e devem ser estudados sob a ótica do Grande Conflito, uma vez que constituem uma construção teológica denotadamente teleológica, ou seja, capaz de relacionar as causas com as consequências.

Assim sendo, não há espaço para vã filosofia: seus textos são práticos. Afinal, para ela, todas as atividades humanas têm profundas consequências espirituais e eternas. Dessa forma, as horas passadas em ociosidade ou praticando jogos altamente competitivos e violentos não são apenas detalhes. A questão dos jogos, sejam eles eletrônicos, de tabuleiro, de salão ou esportes, como em toda teologia whiteana, constitui um importante aspecto da vida cristã. Mesmo no entretenimento, todo cristão é responsável por verificar que tipo de espírito está sendo alimentado: o de Cristo ou o de pecado.



Ellen White foi pioneira ao escrever sobre a perspectiva integral do ser humano e preconizou uma existência distante da artificialidade do mundo moderno, sendo favorável a certos jogos recreativos, onde o corpo e a mente fossem privilegiados.



No livro *Evangelismo* ela explicita que “os jogos, teatros e corridas não satisfazem a alma. Os seres humanos não foram criados para serem satisfeitos dessa maneira, para gastar o dinheiro no que não é pão”.¹ Em outro texto curto e pragmático, ela escreveu simplesmente que “os jogos não são essenciais”.² Ainda publicou que “numerosos são os dias feriados; jogos e corridas de cavalos arrastam milhares, e a onda de satisfação e prazer atraindo-os para longe dos simples deveres da vida”.³ Aos jovens estudantes, alvo da maioria dos textos sobre o assunto, escreveu Ellen White que “a frivolidade da juventude não é agradável a Deus. Seus esportes e jogos abrem a porta a um dilúvio de tentações. Em vossas faculdades intelectuais estais na posse de dotação celestial, e não deveis permitir que vossos pensamentos sejam baixos, rasteiros”.⁴

Tendo isso em vista, e uma aparente postura pessimista em relação a atividades que hoje nos soam tão comuns, é preciso que nos perguntemos: estaria Ellen White contra o uso de jogos por cristãos hoje? Para responder a essa questão, é preciso que voltemos um pouco ao passado e investiguemos o contexto em que tais declarações foram feitas. A falta de compreensão para com as reais preocupações dessa importante pioneira adventista não raro pode levar a conclusões equivocadas e de consequências muito drásticas.

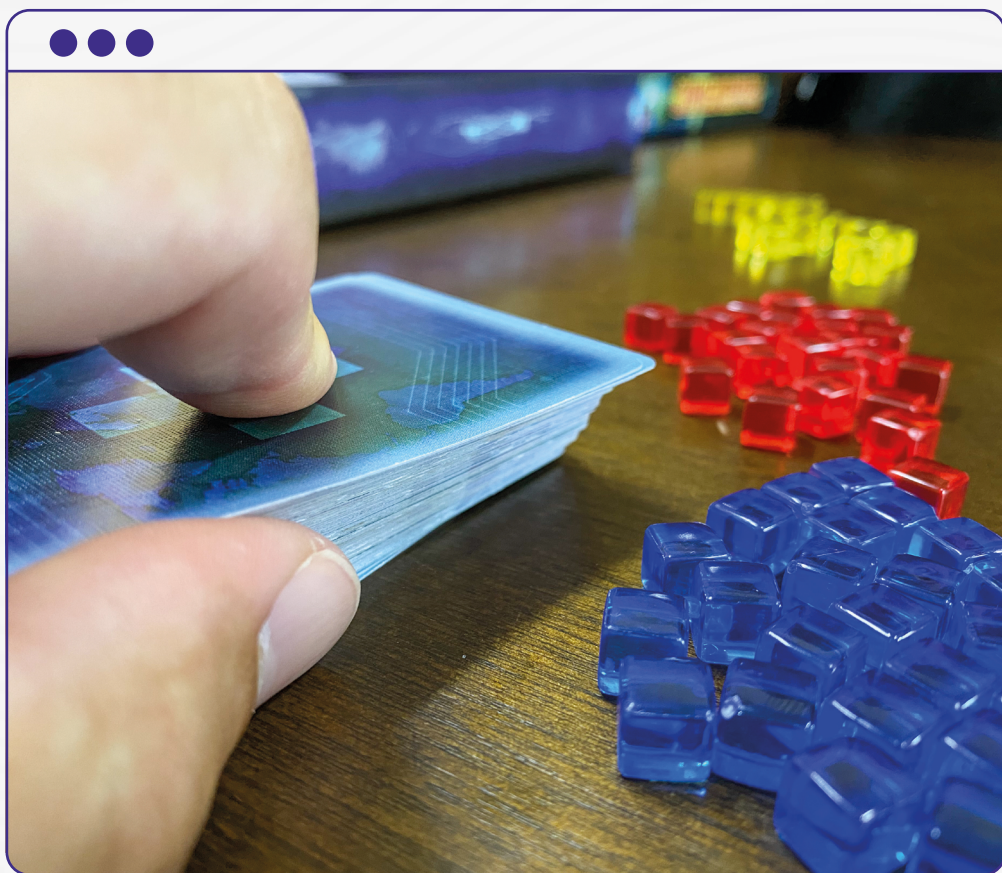
Na segunda metade do século 19, período em que o movimento adventista crescia e se institucionalizava, a nação

¹ WHITE, E. G. **Evangelismo**. 3. ed. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 1997.

² WHITE, E. G. **Conselhos sobre educação**. 3. ed. Tatuí: Casa Publicadora Brasileira, 2007.

³ WHITE, E. G. **A ciência do bom viver**. 10. ed. Tatuí Casa Publicadora Brasileira, 2015.

⁴ Ibid.



Entre os jogos de tabuleiro modernos lançados nos últimos anos, um considerável número deles é de natureza cooperativa. Um dos mais conhecidos é o jogo Pandemic, no qual os jogadores se unem para tentar remediar os efeitos de uma pandemia global.

norte-americana incentivava em suas universidades a prática de esportes como o beisebol e o futebol americano. Observando o contexto incentivado de intensa competitividade, provocação, perda de controle das emoções e egoísmo no qual muitas das partidas ocorriam, é de se imaginar que a pioneira adventista enxergasse tais eventos como extremamente prejudiciais à vida espiritual. De fato o eram e podem continuar sendo nessa e em outras esferas comuns da vida, sempre que princípios cristãos ficam de fora de toda e qualquer reunião.⁵

Ainda assim, hoje promovemos eventos esportivos ao entendermos, em consonância com a própria autora, que permeada por uma visão adequada de Cristo e do ser humano, nossa natureza pecaminosa pode ser restaurada pelo Espírito de forma a levarmos outro tipo de atitude para a prática esportiva. Se o fizermos, a pecaminosidade vã de um espírito egoísta será trocada por uma atmosfera de recreação, trabalho em equipe e respeito que agrega para a vida.

Havia problemas também nas reuniões de jogos de apostas ou de cartas, uma vez que promiscuidade e ganância faziam parte do contexto de vícios de então. Contudo, a mesma inversão pode ser pensada aqui. Claramente atividades que tenham conteúdos diretamente contrários aos valores da Bíblia devem ser descartados, mas jogos que promovam o desenvolvimento cognitivo e relacional, em um espírito de cristianismo, se enquadram nessa perspectiva positiva a partir da ótica da recreação tão contemplada pela autora. É preciso, acima de tudo, pensar no princípio que regia a preocupação de White, para que então observemos se no contexto em que fazemos

⁵ NOVAES, A. Recreação. In: NOVAES, A.; NOGUEIRA, E.; NÉRI, F.; QUADROS, S. **Educação: revisitando o clássico de Ellen G. White**. Engenheiro Coelho, SP: Unaspres, 2023.

“A Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) tem feito bons esforços ao propiciar jogos interessantes que mantenham o foco na missão, embora ainda sejam embrionários e com orçamento limitado. É preciso, portanto, pensar em novas possibilidades, visto que aqueles que possuímos estão baseados em perguntas e respostas. Inclusive, o conceito de ‘gamificação’ poderia ser melhor utilizado em aplicativos de auxílio a leituras bíblicas”.⁶

uso de determinados recursos o mesmo problema permanece. Se esse for o caso, devemos retroceder. Se houver a manutenção de uma atmosfera espiritual, devemos avançar.

O ponto de equilíbrio está possivelmente na distinção feita entre divertimento e recreação. Segundo White, “a recreação é necessária aos que se acham ocupados em trabalho físico, e é ainda mais essencial àqueles cujo trabalho é especialmente mental”. Ela ainda pontua, de forma equilibrada, que “não é essencial à nossa salvação, nem para a glória de Deus, manter a mente em constante e excessivo trabalho, mesmo sobre temas religiosos”.⁷ A distinção dessa recreação saudável do entretenimento possuía, na ótica de White, cunho especialmente prático. “Enquanto a recreação tenderia a fortalecer e edificar (...), as

⁶ DARIUS, F.; FERREIRA, G. O adventista e os games. In: NOVAES, A.; CARMO, F. **O adventista e a cultura pop. Engenheiro Coelho: Unaspress, 2017.**

⁷ NOVAES, A.; LIMA, E. Os games no discurso adventista: breve análise de publicações e documentos eclesiais. **Tropos**, v. 10, n. 1, 2021.



**Existe espaço
para a criação
e prática de
bons jogos
educativos
e mesmo
evangelísticos,
fomentados
pela igreja.**

práticas de diversão existiriam com o propósito [unicamente] de proporcionar prazer (...). É nesse contexto que White lista os jogos de cartas e tabuleiro em seus avisos, associando essas práticas de entretenimento ao vício, ao jogo de azar e à indolência.”⁸

Por isso, sem distorcer ou deixar de lado os textos whiteanos sobre o assunto, podemos asseverar que existe espaço para a criação e prática de bons jogos educativos e mesmo evangelísticos, fomentados pela igreja. Não seria nenhuma novidade tal incursão, mas é sempre bom voltar aos velhos marcos e perceber o que realmente se quer e espera com tais iniciativas. O Manual da Igreja já nos anos 1950 incentivava jogos selecionados com valor educacional para que fossem utilizados em encontros e reuniões sociais. Entre os anos 30 e 50, inclusive, tivemos a primeira leva relevante de produção de jogos.⁹

Os conselhos inspirados de Ellen White consistem em admoestar a igreja a evitar ou descartar certas práticas, por um lado, e abraçar certas causas e iniciativas, por outro. Os conselhos fornecem todo embasamento necessário, sempre em consonância com a Bíblia Sagrada, para que a igreja, de forma equilibrada, possa produzir jogos e materiais lúdicos que despertem e fortaleçam a fé, principalmente, das novas gerações. Tais jogos de recreação sadia tendem a unir amigos e familiares em torno de um ideal comum, a partir de uma mesma cosmovisão, rumo àquela atmosfera desejada e muitas vezes descrita por Ellen White. O uso dos jogos hoje pode ser tanto negativo quanto positivo. Eles podem e devem ser usados como recurso

⁸ NOVAES, A; LIMA, E. Bible Games as Religious Educational Tools in Seventh-Day Adventist Church. A Ludic Inventory. **Gamevironments**, n. 15. 29 dez. 2021. Disponível em: <https://journals.suub.uni-bremen.de/index.php/gameenvironments/article/view/143> Acesso em: 06 maio 2025.

⁹ Ibid.

de crescimento, aprendizado, recreação e relacionamento.¹⁰ Há um grande campo a ser explorado e todo um novo nicho a ganhar, desde que se respeitem os divinos princípios inspirados.

¹⁰ NOVAES, A. Recreação. In: NOVAES, A.; NOGUEIRA, E.; NÉRI, F.; QUADROS, S. **Educação: revisitando o clássico de Ellen G. White. Engenheiro Coelho, SP: Unaspress, 2023.**

APLICAÇÃO

Um ano antes da morte de Ellen White, em 1915, foi instalada a luz elétrica em sua casa, fato que ela comemorou. Hoje, os jogos eletrônicos já são responsáveis por lucros maiores que o cinema. O PlayStation 2 vendeu quase 160 milhões de unidades. O desenvolvimento da tecnologia tem proporcionado novas oportunidades, inclusive a de desenvolvermos games para espalhar o evangelho.

CAPÍTULO 14

REFLEXÕES SOBRE COMPETIÇÃO

Vanessa Meira*

* Doutora em Teologia pela Escola Superior de Teologia (EST).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

É necessário fazer
distinção entre
competição e rivalidade.



Mesmo numa atividade de
competição, ainda há espaço
para a cooperação.



Encarar uma competição de
forma saudável ajuda a lidar
com as frustrações.



Os games oportunizam
formas saudáveis de lidar
com derrotas e vitórias, que
são parte da vida.

É inegável: a palavra *competição* gera desconforto. No conceito central da palavra, é necessário que um vença e outro perca. O sentimento de derrota é amargo, e o vencedor, com um pouco de empatia, também pode amargar um sentimento desconfortável por ter feito os esforços de outra pessoa fracassarem.

Um dos fatores que pode tornar a competição algo problemático é a rivalidade. A rivalidade torna um ambiente hostil, e a pessoa que alimenta esse sentimento, possivelmente, tem a necessidade de olhar para o outro com superioridade. A sensação que se tem é que pessoas assim, diariamente, precisam provar que são melhores do que quem está ao seu redor. Vivem numa competição desarrazoada, desmedida e, muitas vezes, sem nenhum objetivo específico além de se provar superior.

Neste sentido, Ellen White, em *Testemunhos*

para a Igreja, volume 8, fala do espírito de "*strife and contention*".¹ Podemos usar várias palavras na tentativa de buscar o sentido da expressão usada pela autora; "conflito e disputa", provavelmente, são palavras que se encaixariam perfeitamente no que ela tentava transmitir em seus textos. A preocupação da autora era com o contexto mais amplo, onde a rivalidade desorganizaria a vida prática, interferindo no trabalho e no senso de missão dos cristãos. A falta de harmonia, causada pelo sentimento de superioridade (em *The Adventist Home* ela usa o termo "*supremacy*") e disputa é justamente o que distorce a nossa compreensão do termo competição.

Na maioria das discussões atuais sobre o assunto, existe uma espécie de contraposição entre a cooperação e a competição. Mas é possível que, com bom senso e equilíbrio, em diversas relações sociais, a cooperação e a competição possam coexistir. Mesmo numa atividade de competição, há espaço para a cooperação. Na verdade, em uma atividade de competição, onde o foco está no aprendizado, no desenvolvimento de habilidades e no fortalecimento do caráter, a essência precisa ser a cooperação. Todos os envolvidos precisam ter ciência e consciência da importância do outro, do respeito e da preciosidade da caminhada de cada um. Este sentimento é que faz um atleta, ao final de uma competição que ele não venceu, ir cumprimentar com respeito o atleta vencedor. Esse sentimento é o que torna enriquecedora uma experiência que envolve a competição.

Competições devem ser intervalos, momentos e pausas para aprendizado e crescimento, e não o centro da vida. As diretrizes votadas pela Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD)

¹ WHITE, E. G. **Testemunhos para a Igreja**. Centro White Estate Inc., 2006, v. 8. Disponível em: <https://tinyurl.com/a6nups97>. Acesso em: 06 nov. 2022.





Nas Olimpíadas de Tóquio (2021), a skatista filipina Margielyn Didal ganhou popularidade por competir com alegria, vibrando com o sucesso das demais competidoras. Ela mostrou que amizade, parceria e descontração podem superar a competitividade e a rivalidade. O torneio de skate chamou a atenção exatamente porque as atletas torciam umas pelas outras, algo incomum no mundo olímpico. Durante a competição, Didal conversava com as concorrentes, sorria para o público após as manobras (certas ou erradas), e mesmo ficando em sétimo lugar, participou da grande celebração entre as finalistas.

em 1988 no Concílio Anual, em Nairóbi, a respeito de atividades competitivas, trazem algumas declarações importantes. Ao analisarmos tais diretrizes, é possível perceber a tentativa de dissociar o entendimento de competição do entendimento de rivalidade competitiva, especialmente em atividades recreativas.

O item que trata do “Controle de Programas de Motivação” deixa evidente a importância da responsabilidade e da intencionalidade, essenciais na promoção de atividades que envolvem competição. Essa necessidade fica clara no item seguinte, quando reconhece que essas atividades, “quando devidamente dirigidas, desenvolverão o caráter, a aptidão física e a saudável interação em grupo”.

Um ponto sensível e importantíssimo, quando falamos de desenvolvimento do caráter, é a perda. Numa atividade de competição apenas um (indivíduo ou grupo) sairá vencedor. O outro competidor terá a oportunidade de avaliar suas estratégias para recomeçar e terá a chance de lidar com a frustração da perda.

Lidar corretamente e humildemente com essa frustração pode ser um valioso aprendizado. Existem muitas pessoas ao redor do globo, há muita diversidade de talentos e habilidades. Independentemente do nosso desempenho, certamente alguém, em algum lugar, fará tão bem ou melhor. A internet tem diminuído essa distância. É imprescindível encontrar o equilíbrio entre superar diariamente seus próprios esforços, ser diligente, dedicado, ter um foco bem definido e o desejo de ser sempre melhor que o outro. A necessidade de ser melhor que o outro tira o foco de si mesmo e o coloca no outro e em suas realizações. Certamente isso embota a percepção que se tem de si mesmo, de suas próprias habilidades e, principalmente, de suas vitórias.

Uma forma interessante de olhar a competição é observar crianças pequenas “competindo”. Talvez esse sentimento infantil vá se diluindo aos poucos, mas observar crianças de três, quatro anos, que ainda não se colocaram no papel de rivais uma das outras, é interessante. Há um misto de cooperação e competição quando elas, apostando corrida, por exemplo, correm, olham para o lado, dão as mãos, riem e comemoram, não importando quem ganhou a corrida. Eles celebram o percurso concluído com sucesso. Que bom que todos chegaram! Em algum ponto da vida, competir passa a trazer uma carga de sentimentos pesados, inferioridade, humilhação, inveja e exaltação própria. Mas não era para ser assim. Era para ser como antes, como quando éramos crianças, quando o mais importante era que todos chegassem, cada um a seu tempo. E, se alguém cair ao meu lado, que eu estenda a mão, porque o importante é que todos cheguem.

Na ótica cristã, existe um ponto de partida para cada pessoa, mas o ponto de chegada é o mesmo para todos. Estamos todos correndo na mesma direção, e Cristo espera que essa corrida seja como a corrida das crianças. Ele garantiu que se



**A necessidade
de ser melhor
que o outro
tira o foco de
si mesmo e o
coloca no outro
e em suas
realizações.**



Em uma competição sempre irá haver vencedores e perdedores, mas o mais importante é manter um espírito de crescimento colaborativo.



Nos jogos cooperativos os jogadores jogam com os outros, e não contra os outros, com o objetivo de cumprir uma tarefa ou superar desafios. Não há comparação de habilidades entre os jogadores. Por isso, os jogos cooperativos são libertadores: libertam da rivalidade, libertam da eliminação, libertam a criatividade e libertam da agressão física. Alguns jogos combinam as duas características: a competição e a cooperação.

não fizéssemos esse percurso como elas, não entraríamos no reino do céu (Mt 18:3).

Aqui, nesta Terra, é preciso saber vencer e saber perder. E, uma lição valiosa que podemos aprender jogando, correndo e competindo é continuar o percurso com o intuito de superar nossos esforços dia a dia. Em muitos momentos a derrota é certa, mas que não tenhamos vergonha de pedir ajuda. Quando formos os vencedores, que possamos sempre estender a mão. Os games, em diversos momentos, oferecem essa oportunidade a crianças, jovens e adultos.

APLICAÇÃO

Jogos cooperativos são jogos em que os jogadores se ajudam na busca de um mesmo objetivo, como parceiros, e não adversários. Alguns exemplos de jogos eletrônicos cooperativos são *Overcooked!* e *Moving Out*.

CAPÍTULO 15

REFLEXÕES SOBRE SAÚDE FÍSICA

Vanessa Meira*

* Doutora em Teologia pela Escola Superior de Teologia (EST).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Os games não são,
necessariamente, inimigos
da saúde física.



Alguns games
promovem hábitos
de vida saudáveis.



A gamificação tem impactado
na mudança de hábitos
que envolvem saúde.



O processo está contribuindo
no gerenciamento da saúde
de muitos pacientes.

Existe um pensamento muito comum relacionado aos jogos eletrônicos e vinculado à saúde: os jogos eletrônicos ocupam um espaço que deveria ser dedicado a atividades que promovam saúde física, portanto, eles são prejudiciais. A discussão, que envolve os prejuízos causados na saúde de quem usa excessivamente jogos eletrônicos e mídias digitais, e a preocupação, especialmente com crianças e jovens, é real, necessária e tem rendido estudos da Sociedade Brasileira de Pediatria.¹ Mas esta é apenas uma das faces das discussões que envolvem os jogos, sendo muito importante observar as outras faces desse tema para que se tenha uma visão mais ampla dessa discussão. Especialmente porque a indústria de jogos eletrônicos tem

¹ SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA. **Saúde de crianças e adolescentes na era digital**. 2016. Disponível em: <https://tinyurl.com/x2z4aa7u>. Acesso em: 07 nov. 2022.

crescido mais rápido que a indústria de cinema e de música juntas, colocando os games num espaço extremamente significativo nas relações humanas.

Com o início da pandemia do covid-19 em 2020, soluções tecnológicas têm sido geradas, promovendo uma otimização do tempo e do espaço em diversas áreas. Reuniões, aulas e grande parte da interação humana têm sido mediadas pela tecnologia. Tudo isso tem feito as pessoas ficarem mais tempo em casa e, nesse sentido, o consumo de todo tipo de lazer que possa ser consumido em domicílio tem aumentado, e o mercado de games tem sido contemplado nessa expansão.

A *gamificação* é um assunto que irá ser tratado com profundidade mais adiante, mas em resumo, é a transposição de elementos de jogos eletrônicos para o mundo físico. Embora seja uma explicação extremamente resumida, por hora ela é suficiente para o desenrolar do nosso tema central. Nesse sentido, um dos segmentos que utilizam desses elementos é a educação, embora área da saúde também tenha se apropriado dessas referências e elementos dos jogos.

Um importante desenvolvimento experimentado por quem joga é a resiliência. Ainda que o jogador perca algumas rodadas, ele não se sente um perdedor, antes, tenta novamente, acredita que na próxima vai conseguir e não desiste facilmente. Este sentimento também deveria ser experimentado diante dos desafios da vida real, especialmente quando a saúde está fragilizada. Utilizar jogos para tratar pacientes cujos cuidados necessitados sejam diários ou frequentes, além de trazer um pouco de ludicidade ao tratamento, pode nutrir resiliência. Assim, é possível ir além do tratamento e alívios físicos.

Um bom exemplo do uso da gamificação como auxiliar em tratamentos de saúde é trazido por Brian Burke, no livro *Gamificar: como a gamificação motiva as pessoas a fazerem coisas*



Mesmo jogos que não exigem movimentação intensa podem trazer algum benefício à saúde. Por exemplo, um estudo da Universidade de Leeds constatou que jogar FIFA pode beneficiar o coração. Ao avaliar os batimentos cardíacos e a resposta emocional dos usuários durante uma partida, os pesquisadores concluíram que, para o coração, o efeito é o mesmo que o de uma corrida ou de um dia de exercícios. Apesar de registrar picos de frustração e estresse durante as partidas, a pesquisa revela que o efeito mais amplo do game pode ajudar a reduzir os índices de estresse e de ansiedade.

extraordinárias.² O pesquisador apresenta a American Heart Association (AHA), uma organização que se dedica à promoção de hábitos de vida mais saudáveis, prevenindo doenças cardiovasculares e derrames. O objetivo dessa associação é difundir a importância da saúde cardíaca, especialmente dos norte-americanos na tentativa de reduzir as mortes causadas por essas doenças.

Na busca por novos formatos de engajamento da comunidade para a promoção de um estilo de vida mais saudável, a AHA desenvolveu a HeartChase, que é um conjunto de soluções gamificadas que passaram a ser usadas em eventos especiais organizados e apoiados por ela. O *HeartChase* é um

² BURKE, B. **Gamificar**: como a gamificação motiva as pessoas a fazerem coisas extraordinárias. São Paulo: DVS, 2015.



Um importante desenvolvimento experimentado por quem joga é a resiliência. Ainda que o jogador perca algumas rodadas, ele não se sente um perdedor, antes, tenta novamente, acredita que na próxima ele vai conseguir e não desiste facilmente.



Há games que ajudam o usuário a organizar uma rotina de atividades físicas. O *Fitness Boxing*, por exemplo, simula movimentos de boxe, o balanço do corpo e a postura de luta. Além disso, o jogador é levado a fazer sessões de alongamento antes e depois da atividade, pode escolher treinos para áreas específicas do corpo e programar uma sequência semanal de exercícios.

aplicativo que os jogadores usam durante os eventos promovidos pela associação. O aplicativo transforma a comunidade em um playground, ou uma gincana com equipes de dois a cinco jogadores conduzidos pelo aplicativo.

Orientados pelo app, os jogadores precisam completar algumas atividades saudáveis para o coração e receber pontos. Essas atividades são simples e divertidas, como completar uma coreografia de zumba, e assim que é realizada, os participantes escaneiam um código QR para receber seus pontos. O *Heart-Chase* é um bom exemplo de como a gamificação pode ser uma grande aliada na motivação de uma comunidade inteira no processo de mudança de hábitos, com o objetivo de se tornar ativa.

Alguns estudos têm usado o termo *E-health* (*Electronic Health*) para se referir a tecnologias de comunicação que tenham impacto direto na mudança de hábitos e envolvam atividades físicas e dietas.³ O termo tem se ampliado e pode-se

³ KARAMI, M.; HAFIZI, N. E-game in Healthcare: As an E-intervention to Promote Public Health. *Iranian journal of public health*, v. 45, n. 12, p. 1662–1664, 2016.



O console de videogame Nintendo Switch utiliza controles com sensores de movimento. Dessa forma é possível, através de movimentos reais, simular em um jogo os movimentos de uma tacada de golfe ou o lançamento de uma bola de boliche.

usar *E-health* para qualquer solução ou ferramentas digitais que influenciem direta e positivamente a qualidade de vida ou os cuidados clínicos da população. Podem envolver sistemas hospitalares, na intenção de otimizar o trabalho de clínicas, hospitais ou aplicativos usados para monitoramento da saúde de um paciente enquanto ele estiver em casa.

A forma como a tecnologia e a gamificação tem contribuído em diversas áreas relacionadas com a saúde tem otimizado atendimentos, facilitando a comunicação entre paciente e profissionais, auxiliando no gerenciamento da saúde física e mental. A gamificação pode proporcionar uma mudança de comportamento, causando um impacto positivo na prática de atividades físicas e alterações de hábitos alimentares.

Os jogos eletrônicos podem, de forma lúdica, oportunizar aos usuários um maior conhecimento relacionado à saúde, fazendo com que eles desenvolvam novas habilidades no cuidado da saúde.

Obviamente, quando falamos de crianças ou adolescentes, o tempo de exposição a jogos on-line, TV e mídias sociais, precisa ser controlado e mediado por adultos. É necessário também “equilibrar essas horas de jogos on-line com atividades esportivas, exercícios ao ar livre ou em contato direto com a natureza”, conforme as sugestões da Sociedade Brasileira de Pediatria.

Contudo, quando ampliamos nosso conhecimento acerca dos benefícios da gamificação e a importância dos games para a saúde, algumas ideias pré-concebidas são reformuladas e toda sociedade tende a ser beneficiada.

APLICAÇÃO

Alguns jogos incentivam a atividade física, como o *Nintendo Switch Sports*, colocando os jogadores em movimento usando seu corpo para controlar as ações em games de tênis, voleibol, boliche e outros.

CAPÍTULO 16

REFLEXÕES SOBRE SAÚDE MENTAL

Vanessa Meira*

* Doutora em Teologia pela Escola Superior de Teologia (EST).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

A saúde mental está
no centro de muitas
discussões atualmente.



Os games podem
ser ferramentas promotoras
da saúde mental.



Situações simuladas em
games podem ajudar a
tomada de decisões no
mundo real.



Os games podem
ser atenuadores do
sofrimento mental.

A saúde mental tem estado no centro de muitas discussões na sociedade. A Organização Mundial de Saúde (OMS) define a saúde mental como um estado de bem-estar onde o sujeito tem pleno reconhecimento de suas próprias habilidades, consegue lidar com as tensões normais da vida, além de conseguir fazer ocasionais contribuições para sua comunidade.

A saúde mental “significa um *socius* saudável; ela implica emprego, satisfação no trabalho, vida cotidiana significativa, participação social, lazer, qualidade das redes sociais, equidade, enfim, qualidade de vida”.¹ Um adulto saudável mentalmente é produtivo, sociável e equilibrado. E embora pareça muito simples e fácil manter a mente

¹ FILHO, N. de A.; COELHO, M. T. Á.; PERES, M. F. T. O conceito de saúde mental. **Revista USP**, [S. l.], n. 43, p. 100-125, 1999.



Apesar do potencial positivo na promoção da saúde mental, o universo dos games também lida com o problema do *bullying*. Em jogos online, existem usuários tóxicos que intimidam e agredem verbalmente outros de maneira repetitiva. Um estudo da Anti-Defamation League revelou que 74% dos jogadores norte-americanos já sofreram *bullying* durante uma partida. Muitas plataformas de games online preveem punição para jogadores que praticam *bullying*, na tentativa de criar uma cultura de combate ao comportamento agressivo.

saudável, a grande realidade é um número cada vez maior de pessoas em sofrimento mental.

O assunto tem tido muito espaço para discussão, mas ainda permanece um tabu: a pessoa em sofrimento mental tem medo de procurar ajuda com receio dos rótulos que pode receber, especialmente no meio religioso, onde qualquer tipo de sofrimento mental e emocional pode ser visto como falta de fé. Por isso são tão necessárias ações que multipliquem informações acerca da saúde mental e da importância do cuidado com a mente.

E como saúde mental e games se conectam? Se considerarmos o jogo como uma “atividade livre, conscientemente tomada como ‘não séria’ e exterior à vida habitual, mas ao mesmo tempo capaz de absorver o jogador de maneira



intensa e total",² pode-se ter uma dimensão da importância dos games dentro da saúde mental e como ferramenta promotora dela. O jogador está totalmente absorvido, intensamente conectado, porém, é uma atividade exterior à vida habitual. Se o processo de atenuar o sofrimento mental ou de conscientização da importância da saúde mental for gamificado, o jogador consegue experimentar momentos de reflexão acerca da problemática, planejar tomadas de decisão e, ainda, ter um acompanhamento de progresso.

Isso porque a gamificação de um processo não é apenas para entreter, antes, a gamificação consiste em proporcionar experiências nas quais os participantes sejam motivados a atingir seus objetivos. Nesse sentido, a motivação pode ser o equilíbrio das emoções, o aumento de foco ou mesmo o tratamento contra a dependência química. Ainda que o jogo entretenha de alguma forma o usuário, soluções gamificadas não têm esse ponto como principal objetivo. Em uma situação desse tipo, diferente dos jogos competitivos aos quais estamos habituados, não há um vencedor claro, a intenção é que todos que participaram da experiência saiam vencedores. Essa é uma diferença importante de se ressaltar.

Uma pesquisa brasileira avalia o uso de jogos no tratamento de dependentes de *crack* internados em uma unidade de desintoxicação.³ Pode-se constatar uma considerável diminuição no *craving* (desejo intenso de consumir determinada substância) e nos sintomas de ansiedade. Os autores Gabriel Soares e

² HUIZINGA, J. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2007. p. 16.

³ ALVES, G. S. L.; ARAUJO, R. B. A utilização dos jogos cooperativos no tratamento de dependentes de crack internados em uma unidade de desintoxicação. **Revista Brasileira de Medicina do Esporte**, v. 18, n. 2, p. 77-80, 2012.

Renata Brasil acreditam que os games podem ser uma ferramenta essencial não só na redução e manejo do *craving* e na diminuição da ansiedade, mas podem ser vistos também como uma atividade que motiva a mudança de comportamento, criando objetivos novos e instigando outros propósitos de vida.

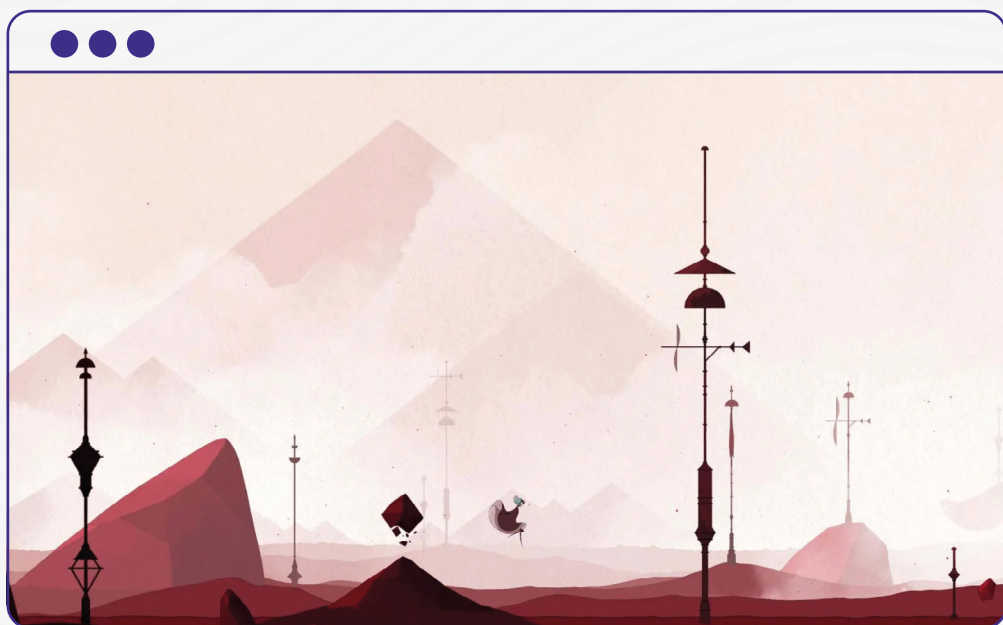
Algumas pesquisas se valem de ambientes interativos usando toda tecnologia disponível, onde as pessoas podem experienciar situações problemáticas reais, podendo avaliar outras perspectivas e tirar lições que conduzirão os tratamentos psicológicos, que por sua vez, foram baseados nestas simulações. Essa é a transposição de soluções virtuais para a realidade, com o propósito de superar dificuldades reais. Pode se observar o uso da realidade virtual para simular essas situações. Isso pode aumentar muito o acesso a terapias psicológicas, resultando em tratamentos que podem ser aprimorados de acordo com a capacidade dessas tecnologias.



Alguns games abordam diretamente a saúde mental, em temas como depressão, bullying, angústia, ansiedade, psicose e suicídio. Jogos, como *Gris*, *Actual Sunlight* e *Depression Quest* lidam com a luta contra a depressão de maneira interativa, levando o jogador a tomar decisões que requerem reflexão. Esses jogos proporcionam mais proximidade com o assunto da saúde mental e levantam fundos para ajudar programas de prevenção de suicídio.



A gamificação de um processo consiste em proporcionar experiências nas quais os participantes sejam motivados a atingir seus objetivos.



Gris venceu o prêmio de "Jogo Mais Impactante" no "The Game Awards" de 2019. Nele, a protagonista atravessa fases que representam as etapas do luto após sofrer uma grande perda. A jornada é uma metáfora visual e sensorial para o luto e a cura.

O Centro de Valorização da Vida (CVV) vem trabalhando diretamente com a saúde mental na prevenção do suicídio. O CVV é um serviço totalmente gratuito e tem pensado em estratégias gamificadas na prevenção do suicídio e na promoção da saúde mental. Uma das iniciativas é o projeto *Life Gamers*, que visa preparar jogadores habituais de games online para identificar entre seus parceiros de jogos sinais de depressão na tentativa de prevenir o suicídio. Estes jogadores terão um treinamento intensivo com profissionais da psicologia para que, no ambiente de jogo, consigam ler os sinais e os pedidos silenciosos de ajuda.

Há ainda um projeto chamado “Jornada do Acolhimento”, também com foco na saúde mental. A proposta do jogo é servir como ferramenta promotora de informação, havendo uma proposta educativa sobre o cuidado da depressão e promovendo o acolhimento às pessoas que sofrem dessa doença. O jogador escolhe um personagem e, fase a fase, vai identificando sinais, estigmas e soluções.

A gamificação pode não apenas ser uma ferramenta promotora de informação sobre a saúde mental, como pode atuar como atenuadora do sofrimento mental, ampliando o alcance em todas essas áreas.

APLICAÇÃO

O período de isolamento social da pandemia de covid-19 evidenciou como os games podem desempenhar um papel positivo na saúde mental. Em meio ao isolamento, muitos jogadores encontraram companhia de outros nos jogos digitais online. A pandemia mostrou que os jogos têm potencial de criar comunidades engajadas de pessoas e podem ser ótimas ferramentas para o ensino da Bíblia.



EVANGELISMO E MISSÃO ATRAVÉS DOS GAMES

CAPÍTULO 17

OS JOGOS E A ESPIRITUALIDADE

Rodrigo Follis*

* Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

O que é bom, para Deus,
envolve o corpóreo, tangível.



A espiritualidade não está
separada do restante da
vida real e material.



Ela tem relação com tudo
que fazemos, até com o
entretenimento.



O lazer e o entretenimento
do cristão devem estar
subjugados a Cristo.



Ou Cristo está em tudo, ou
não está em nada.

A PRESENÇA DE DEUS NOS MOMENTOS DE LAZER

Há quem dicotomize o ser humano. O que é dicotomizar? É dividir o ser humano em duas partes, o corpo e o espírito: o corpo estaria de um lado e o espírito de outro. A junção das partes formaria o ser humano. E, no caso do espírito, ele viveria sem o corpo, mas o oposto não seria verdadeiro. Uma vez que o corpo morra, acabou sua utilidade.

Essa discussão se intensificou com o platonismo. Platão concordava que existem coisas, tais como uma cadeira, um banco, um terno etc. Mas, para ele, o ato criativo e a existência dessas coisas vinham do mundo das ideias. O mundo das ideias seria o lugar onde existe a cadeira, o banco e o terno perfeitos e que serviram de modelo para o que fizemos

aqui. Segundo Platão, a verdadeira essência das coisas estaria lá no mundo das ideias.

Para ele, quando fazemos a transposição de alguma coisa do mundo das ideias, ela é sempre imperfeita, incompleta, porque não conseguimos chegar ao nível desse mundo. Por isso, quando produzimos uma cadeira, fazemos a cadeira da melhor forma possível, mas longe do ideal. Tudo o que fazemos fisicamente seria ruim, porque o ideal, o perfeito, estaria no mundo das ideias.

Seguindo esse raciocínio, tudo aquilo que é corpóreo ou físico seria incompleto, imperfeito e ruim. Apenas aquilo que é imaterial e está no mundo das ideias seria perfeito e bom. E aqui entra a questão de se dicotomizar as coisas.

Esse tipo de pensamento influenciou a filosofia por vários e vários séculos, e influencia ainda hoje, quando as pessoas separam



Segundo o relato dos capítulos 1 e 2 de Gênesis, para criar Adão, Deus pegou um pouco de barro e formou um boneco. Depois disso, ele tirou uma das costelas do homem para criar Eva. Ou seja, a criação do ser humano foi um processo realmente corpóreo. Deus construiu e soprou naquele objeto que, antes, era barro, vida, e ele se tornou homem. Deus criou do barro, de um elemento que é físico. Dentro do pensamento platônico, a criação do ser humano pode ser considerada indigna. No entanto, para Deus, a criação física do homem e da mulher foi o ápice da criação.

aquilo que é corpo daquilo que é espírito. O espírito seria perfeito por conseguir crescer e se elevar para um estágio superior, diriam certas religiosidades. Ao contrário do espírito, o corpo seria peca-do. Daí, por exemplo, a condenação do sexo. Muitos o condenam porque ele é físico e o consideram sujo, enquanto o amor seria platônico, puro, e não envolveria contato físico.

Essa dicotomia não está presente nas páginas da Bíblia. Pelo contrário, ela mostra que Deus criou um ser físico. O ato criativo de Deus é corpóreo. No fim da criação, Deus disse: “eis que é muito bom!” Para Deus, o que é muito bom é o corpóreo, não o que é intangível, que está no mundo das ideias.

Tal dicotomia pode gerar um outro problema: a divisão, na vida, entre o que é “espiritual” e o que é “secular”. O diretor de cinema e roteirista Frank Schaeffer¹ explica que, nessa divisão, a espiritualidade passa a ser vista como algo separado do restante da vida real e a ser tratada como um fim em si mesma. Assim, determinadas coisas passaram a ser consideradas como “espirituais” e outras como “seculares”. Schaeffer destaca que a verdadeira divisão que um cristão deve estabelecer na vida, entre um grupo de atividades de outro, é a linha que chamamos de pecado. Pensamentos e ações pecaminosas devem ser evitados. O restante das coisas deve ser colocado à serviço da vida cristã, caso queiramos ter uma existência plena e verdadeira. Se nosso cristianismo é apenas algo espiritual e interiorizado, sem expressões externas da presença de Deus em nossa vida, a fé perde seu significado.

Para Schaeffer, a dicotomia entre o “espiritual” e o “secular” gera uma vida compartimentalizada. O que é considerado “espiritual” é admirado; aquilo que é visto como “secular”, desprezado.

¹ SCHAEFFER, F. **Viciados em mediocridade**: cristianismo contemporâneo e as artes. São Paulo: W4 Editora, 2019.



No fim da criação, Deus disse: "eis que é muito bom!". Para Deus, o que é muito bom é o corpóreo, não o que é intangível, que está no mundo das ideias.



O filósofo Francis Bacon acredita que o ser humano perdeu, após o pecado, o seu estado de inocência e o domínio sobre a natureza. Apesar disso, ele considera que ambas as perdas podem, até certo ponto, ser reparadas ainda nesta vida, através da religião e da fé, e da arte e da ciência. Bacon está querendo dizer que, além da fé, a ciência e a arte podem, em alguma medida, amenizar os efeitos da queda humana. Assim, criar artes e as consumir também faria parte de restaurar a criação de Deus em nós.

Por isso, as artes, a criatividade, a apreciação da beleza, até mesmo a beleza de Deus e da Bíblia, foram deixadas de lado. As artes passaram a ser tidas como não espirituais, inapropriadas e de importância secundária em relação àquilo que é “espiritual”.

Todas as coisas são para Deus. Ele se importa com aquilo que comemos, bebemos, vestimos e fazemos. Ele nos criou seres integrais. A espiritualidade tem relação com nosso trabalho, com os estudos, os relacionamentos, a alimentação e também com o entretenimento. Enfim, tem relação com tudo que fazemos na vida. Nossa espiritualidade vai bem não só quando lemos a Bíblia, estudamos a lição da Escola Sabatina e fazemos culto familiar ou jejum, mas quando consideramos, também, o que acontece no nosso trabalho, nos relacionamentos, em nossa alimentação e nos momentos de lazer.

Isso não exclui o fato de que algumas ações podem, de fato, ser consideradas ruins. Criticar a dicotomia entre o

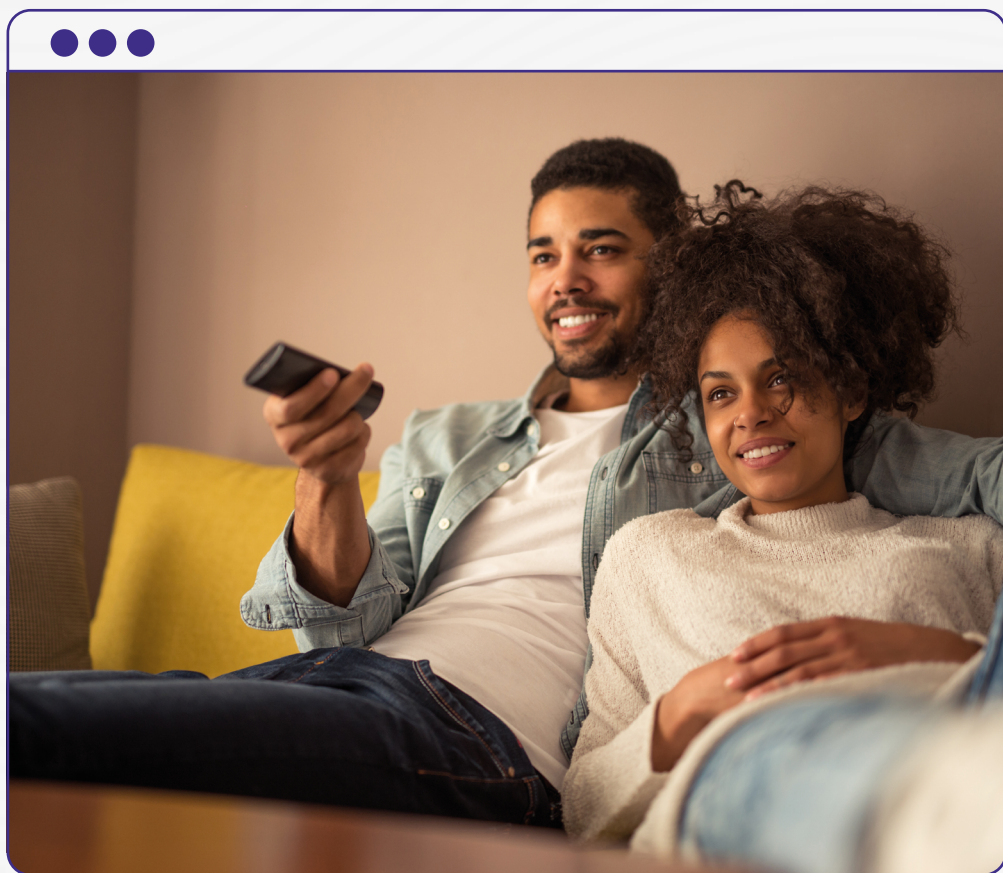
“espiritual” e o “secular” não implica em adotar um relativismo moral, tampouco significa negar a existência do profano. O mal é a corrupção da bondade divina e, portanto, determinadas práticas se distanciam do sagrado. Se alguém, por exemplo, está em um beco usando drogas, é evidente que tal atividade não corresponde a algo positivo e saudável espiritualmente. Afinal de contas, o uso de drogas não apenas afeta o indivíduo como sujeito, mas também compromete sua relação com o próximo e com o divino.

Por isso, deve-se lembrar de que a verdadeira divisão que um cristão deve estabelecer na vida é a linha do pecado, que representa a separação do homem com o divino e do homem consigo mesmo e seus semelhantes. Tais tensões, entretanto, fazem parte da vida e estão presentes nas relações dos seres humanos com a arte e uns com os outros. Na prática, essa dinâmica ocorre de forma orgânica, embora nós cristãos sejamos chamados a agir retendo aquilo que é bom (1 Ts 5:21), indo na contramão do mal e, ao mesmo tempo, nos sensibilizando para com o pecador em um espírito de graça ao nos confrontarmos com tais ações ou ideais na vida e na arte.

O cristão pode ser um grande artista, um grande músico, um grande cineasta ou produzir outro tipo de arte. Tudo que ele fizer deve ser para a honra e glória de Deus. Por isso, a pergunta que todo cristão deve fazer é se seu lazer e entretenimento também estão subjugados a Cristo. Eles precisam estar, pois Deus se importa com nossos momentos de entretenimento e lazer.

Ou Cristo está em tudo em nossa vida, ou ele não está em nada. O cristianismo deve influenciar todos os aspectos da vida humana. Nesse sentido, o poeta e crítico musical Steve Turner²

² TURNER, S. **Cristianismo criativo?** Uma visão para o cristianismo e as artes. São Paulo: W4 Editora, 2017.



Mesmo em nossos momentos de lazer podemos promover um ambiente de espiritualidade, afinal, para Deus, esses momentos também são importantes.

ênfatiza que o cristianismo não é uma mera filosofia, mas um relacionamento espiritual que transforma nossos pensamentos e atitudes, o que somente acontecerá se, de fato, permear tudo em nossa vida.

Entender isso não significa negar as coisas que fazemos e o lazer que usufruímos, e dizer: “me converti pra Cristo; agora recuso a me divertir e rir”. Pelo contrário. É justamente por ter me convertido a Cristo que faço essas coisas, mas as realizo a partir de uma cosmovisão cristã. Esse é o cerne da questão. Não precisamos nos distanciar do entretenimento, como por exemplo, os games. O que devemos fazer, no entanto, é julgá-lo a partir de Cristo. Isso não só com o entretenimento, mas com toda as coisas que fazemos na vida.

APLICAÇÃO

A espiritualidade tem relação com tudo o que fazemos na vida: com o trabalho, os estudos, os relacionamentos, os games e o lazer. Você tem desenvolvido sua espiritualidade nos momentos de entretenimento?

CAPÍTULO 18

RELIGIÃO E COMUNICAÇÃO

Rodrigo Follis*

* Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Os cristãos devem escolher a melhor forma de comunicação para seu tempo.



Atualmente as pessoas jogam games. Assim, Jesus e sua mensagem precisam estar lá.



Para usar games na evangelização, precisamos nos inspirar nos pioneiros.



A igreja sempre avaliou cautelosamente o uso de novos meios de comunicação.



Não podemos incentivar o uso irrestrito dos games, nem negá-lo completamente.

A história da aceitação dos meios de comunicação pela religião é um caso de amor e ódio. Em minha tese doutoral¹ pesquisei como o adventismo recusou e aceitou os principais instrumentos comunicacionais, como a televisão, o rádio e a internet no contexto brasileiro. Esse processo não é muito diferente em outros contextos e regiões.

Sempre há um processo de desconfiança e recusa em se usar novas mídias, pelo menos em um primeiro momento, o que gera até mesmo acusações contrárias a esses meios. Depois de um tempo, nota-se que aquela mídia não é de todo ruim. A sociedade passa a usá-la e a igreja começa a olhá-la com

¹ FOLLIS, R. **Memória, mídia e transmissão religiosa**: estudo de caso da Revista Adventista (1906-2010). 2017, 231 f. Tese (Doutorado em Ciências da Religião) – Escola de Comunicação, Educação e Humanidades, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2017.



Os meios de comunicação estiveram presentes na história do cristianismo desde seus primórdios. O apóstolo Paulo escrevia cartas às primeiras comunidades cristãs para instruir, doutrinar, conservar e transmitir diversos tipos de informações. Além das notícias do cotidiano, as cartas paulinas anunciavam a “boa notícia”: o sacrifício de Jesus Cristo para a salvação da humanidade.²

outro viés. Isso ocorreu principalmente quando a liderança adventista mundial começou a notar que uma nova mídia, quando usada para o evangelismo, poderia funcionar.

No tempo em que o rádio não existia, a igreja - e pensamos aqui em nível global - pregava a partir de panfletos e livros. Quando o rádio passou a existir, a comunidade o negou e recusou. No entanto, na sequência, alguns pioneiros começaram a usá-lo e tiveram resultados positivos. Deus os abençoou com batismos e conversões verdadeiras. Assim, a igreja passou a olhar para o meio e perceber que, talvez, poderia usá-lo de fato.

Porém, nessa abertura, a liderança foi cautelosa e defendeu que, para usá-lo, precisava ser criativa e alertar seus membros que o uso irrestrito do meio podia ser ruim. O que seria o uso irrestrito? A consideração de que todo conteúdo que está

² KOSSAR FURTADO, K. W. **O jornalismo em forma de carta no primeiro século da era cristã**: uma análise das epístolas de São Paulo a partir das principais características jornalísticas. 2012, 114 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2012.



Embora o rádio, a televisão e a internet a princípio tenham sido alvo de desconfiança da igreja, hoje são recursos amplamente utilizados para a pregação do evangelho.



A Pesquisa Game Brasil de 2022 mostrou que cerca de três em cada quatro brasileiros usam jogos eletrônicos. Precisamente, a pesquisa indica que 74,5% da população brasileira se entretêm com games. O hábito é mais comum entre adolescentes (17,7%) e jovens (13,6%), em uma faixa etária que vai dos 16 aos 29 anos. O smartphone é a plataforma preferida dos jogadores, usada por 48,3% deles. Jogar virou um hábito para muitos: 36,9% jogam online, diariamente, junto com outros jogadores, e 28,7% jogam entre três e seis dias da semana. Isso ocorre no Brasil, mas não é exclusivo de tal realidade. O mundo está cada vez mais acostumado aos games.

naquele meio é bom. A igreja, apesar de passar a liberar tais usos, não pensa que tudo ali é bom. Ela julga as programações e os conteúdos a partir de uma cosmovisão bíblico-cristã, pois nem tudo o que se é produzido é bom. Foi com esse tipo de análise que a liderança adventista global passou a se apoderar do meio, pois ela desenvolveu habilidades para fazê-lo e para filtrar o que nele é bom e ruim.

Foi assim que ocorreu com o rádio. Mas, quando surgiu outro meio de comunicação, como foi? No caso da televisão ocorreu o mesmo processo. Em um primeiro momento, a igreja o negou. Na sequência, pioneiros começaram a usá-la. Os frutos começam a aparecer: conversões e transformações de vida. Consequentemente, a instituição passou, então, a aceitá-la. Todavia, ela alertava seus membros a terem cuidado, porque

nem tudo que estava ali era lícito. Ela orientava a verificar suas programações e conteúdos a partir de uma cosmovisão bíblico-cristã.

Isso também aconteceu com a internet e, agora, está acontecendo com os games. A indústria dos games, hoje, é maior do que a indústria cinematográfica de Hollywood. A atual geração, principalmente por causa dos smartphones, tem games à disposição na palma da mão.

Usaremos os games para trazer pessoas à Cristo ou não? Pioneiros já se levantaram e começaram a usá-los. Os frutos já estão aparecendo. Assim como nos casos dos outros meios de comunicação, a igreja precisa alertar aos membros que nem todas as coisas presentes nos games são lícitas e precisamos aprender a usá-los.

Creio ser possível usar games na espiritualidade e na evangelização. Como? O grande desafio é aprendermos juntos. Para tanto, precisamos olhar e nos inspirar no passado e verificar quais estratégias os pioneiros usaram com outros meios de comunicação. No passado, a igreja soube como usar outras mídias. Certamente ela vai descobrir como fazer isso com os games.

O poeta e crítico musical Steve Turner destaca que a Bíblia incentiva os cristãos a conhecer e analisar os tempos em que vivem para conseguir escolher a melhor forma de comunicação. Eclesiastes 12:10 mostra que o pregador e sábio “procurou achar palavras agradáveis e escrever com retidão palavras de verdade” para transmitir sua mensagem. Tal ação contrasta com a atitude vista muitas vezes, entre os cristãos, de produzir coisas sem cuidado e esmero, para, em seguida, orar esperando que esse trabalho alcance resultados positivos.

O Eclesiastes mostra que seu autor estava preocupado em fazer adaptações para ampliar o alcance de sua mensagem. Ele sabia que existiam palavras certas e palavras erradas,



**Usaremos os
games para
trazer pessoas
à Cristo ou não?
Pioneiros já
se levantaram
e começaram
a usá-los. Os
frutos já estão
aparecendo.**



palavras certas e palavras quase certas. Ele precisava ponderar cada palavra e avaliar quais seriam seus efeitos. O sábio pregador compreendia que, se encontrasse o que procurava, de fato, transmitir, e como transmitir, suas palavras penetrariam fundo na consciência de quem as ouvisse e permaneceriam ali, conforme diz Eclesiastes 12:11, “como pregos bem fixados”.

Assim como, no passado, a igreja usou a imprensa escrita, o rádio, a TV e a internet, adaptando, em diferentes tempos, cada meio aos seus propósitos evangelísticos, hoje é desafiada a fazer o mesmo com os games, uma das formas de comunicação mais destacadas atualmente. Uma das questões centrais nesse processo é saber como usá-los, o que significa não incentivar seu uso irrestritamente nem o negar completamente. Não devemos pular de cabeça nos games, sem preocupações, mas também não podemos hesitar e perder essa grande oportunidade de evangelização que eles nos oferecem. Precisamos tomar decisões e investir nessa mídia, pois cada vez mais pessoas estão fazendo parte dela. Se queremos comunicar a verdade de Cristo, precisamos escolher as palavras certas. Isso inclui, claro, o local correto para se usar essas palavras.

Precisamos estar nos lugares em que as pessoas estão. Se elas estão nos games, Jesus e sua mensagem de salvação precisam estar nos games. Se a mensagem está nos games, esse é o lugar em que nós devemos estar, mas sem perder a essência do que nos torna quem somos.

APLICAÇÃO

Os games precisam ser usados na evangelização, mas ainda estamos aprendendo como isso pode ser feito sem perdermos o mais importante: o evangelho. Como eles podem ser aplicados na realidade de sua cidade e/ou igreja?

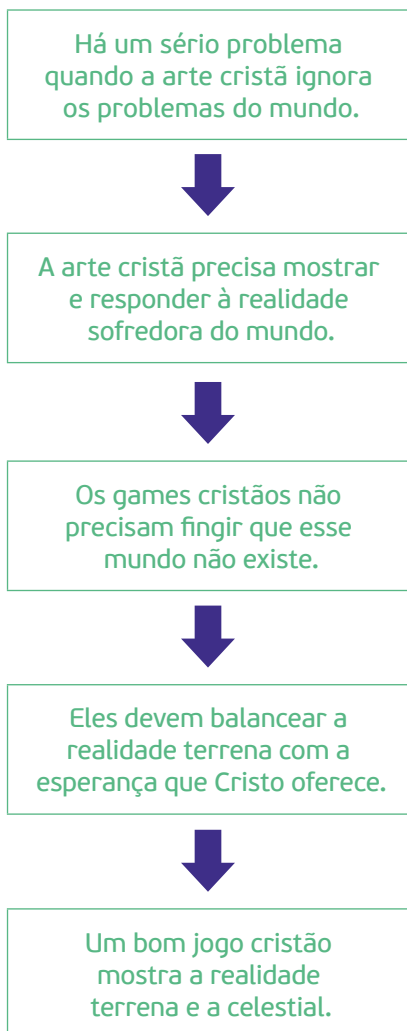
CAPÍTULO 19

GAMES E EVANGELIZAÇÃO

Rodrigo Follis*

* Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?



A história da teologia e da pregação cristã pode ser dividida em pelo menos duas partes, uma parte menor e outra maior. A parte menor trata da queda do homem e é menor porque não é a essência da pregação cristã. A queda não é o nosso objetivo. Na verdade, ela é a nossa situação atual. Nosso objetivo está na parte maior: a salvação.

O plano da redenção está na parte maior. Cristo e sua cruz estão na parte maior. A graça está na parte maior. O céu está na parte maior. A parte maior é a triunfalista, é a parte em que tudo vai dar certo. É onde, quando chegarmos ao seu fim, e esperamos que isso seja em breve, todos os problemas vindos da parte menor não mais existirão. A parte menor, entretanto, é tão real quanto a nossa esperança que a parte maior um dia se torne realidade, pois é o contexto em que vivemos hoje.



“A arte cristã dos dias atuais deve ser uma arte do século atual. A arte muda; a linguagem muda. A pregação de hoje deve ser feita em uma linguagem de comunicação atual; caso contrário, haverá um obstáculo ao entendimento. E se a arte do cristão não for uma arte do século atual, ela se tornará um obstáculo que o impedirá de ser ouvido”.¹ Os games são a arte do século atual e uma das principais linguagens de comunicação hoje. Se os cristãos querem ser ouvidos, devem usá-los bem e com equilíbrio.

Vivemos em um mundo de dor, sofrimento, guerras, fome e violências de variados tipos. O grande problema da arte cristã — e, nessa discussão, incluímos os games — é se focar na parte maior, ignorando a parte menor. Temos uma produção artística romantizada, na qual tudo dá certo, tudo é bom, tudo acontece da melhor forma possível, em que as virtudes são desenvolvidas e criadas. O problema não é essa existência. Ela é a parte maior, é onde deve estar a nossa ênfase e o lugar em que devemos pregar, pois essa é a mensagem diferenciada que temos para o mundo.

Mas precisamos, também, ser realistas. A parte menor ainda existe. Todos a vivenciam cotidianamente. Todos nós já perdemos parentes e amigos para a morte. Todos já sofremos

¹ SCHAEFFER, F. **A arte e a Bíblia**. Viçosa: Ultimato, 2009.

consequências de guerras, fomes e outros problemas sociais. Caso não tenhamos sentido nada disso na própria pele, ao menos já vimos algumas dessas situações acontecendo em diferentes lugares do mundo a partir da imprensa. A arte cristã precisa mostrar também essa realidade, e como ela pode ser respondida com a nossa pregação.

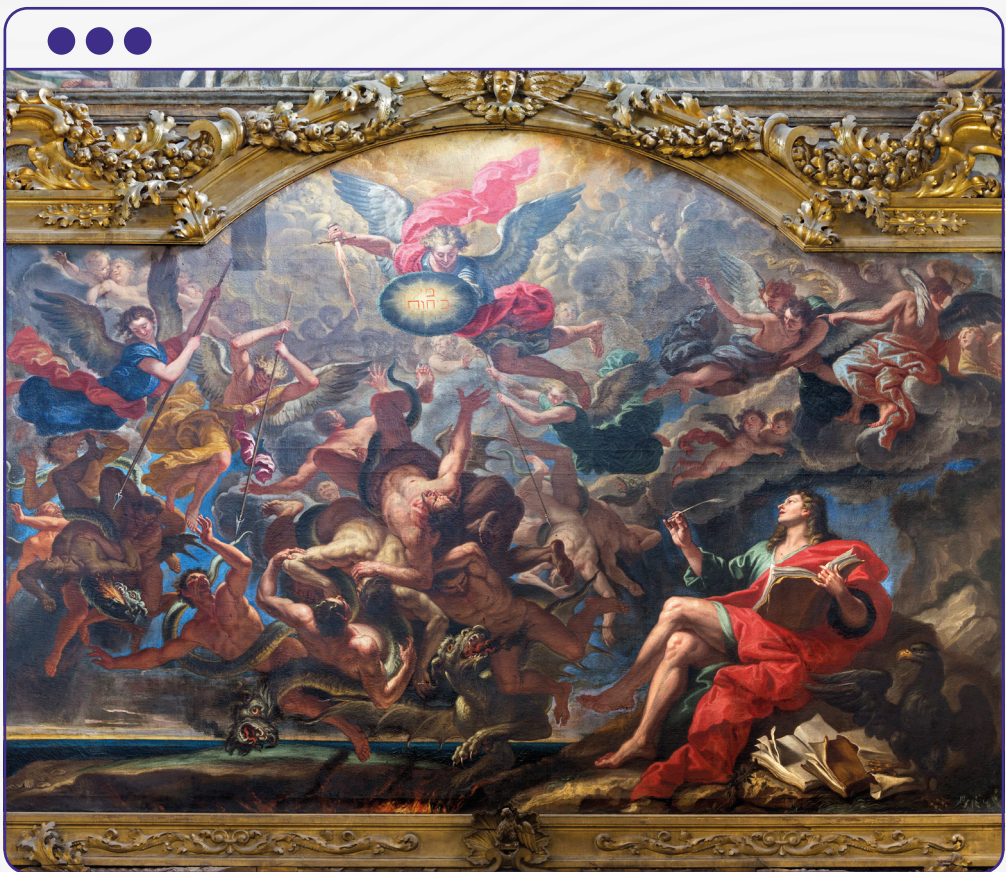
Não podemos nos esquecer de nenhum dos lados. Muitas vezes, ouvimos críticas de que determinados jogos não servem para um cristão por conterem muita violência, por exemplo. Curiosamente a Bíblia também tem violência, no entanto ela mostra que a violência traz consequências, que ela produz o mal, que ela não é o fim em si, que há esperança. O fim na Bíblia é a promessa de que um dia a violência terminará. De qualquer modo, a Bíblia não nega a violência nem os outros problemas que atingem a humanidade. Ela não nega que o pecado existe. Por isso, a arte cristã não precisa se camuflar. Ela não precisa fingir que este mundo não existe, mas não deve ceder também à tentação de retratar essas coisas como fim em si mesmas.

Quando falamos em desenvolver virtudes a partir dos jogos, a maior contribuição que games cristãos podem oferecer está em, justamente, balancear a realidade da vida e dos sofrimentos das pessoas com a esperança que só o cristianismo, na pessoa de Jesus Cristo, pode trazer. Esse é o grande desafio que temos a nossa frente.

Muitos ficam preocupados que os jogos, em muitos casos, apresentem dinâmicas que envolvem competir, perder e morrer. Precisamos considerar que, embora essa não seja a dinâmica do céu, é a dinâmica da Terra e do pecado. Por isso, precisamos trabalhar com tais questões e mostrar que, apesar de todos os problemas do mundo, há esperança. Apesar de termos que enfrentar tudo isso hoje, no futuro teremos paz eternamente.



**A Bíblia não
nega a violência
nem os outros
problemas
que atingem
a humanidade.
Ela não nega
que o pecado
existe. Por isso,
a arte cristã
não precisa se
camuflar.**



Representações de batalhas do bem contra o mal não são incomuns na arte cristã. Esse tipo de representação também está presente nos games.



Deus criou o ser humano integral e deseja seu desenvolvimento integral. Os games podem nos ajudar nisso. Os estudos de Jane McGonigal, designer de jogos e pesquisadora do assunto, mostram que eles ativam áreas de bem-estar no cérebro, estimulam o raciocínio lógico, geram ganhos de criatividade, tolerância às frustrações e controle emocional, desenvolvem um senso de superação de desafios e incentivam a socialização. Isso é bom!

O poeta e crítico musical Steve Turner² aponta que um dos principais obstáculos para o desenvolvimento da arte dos cristãos é a concepção equivocada de que devemos criar arte sempre explicitamente religiosa. Quando feita dessa forma, a arte cristã não é percebida pela perspectiva da regeneração da vida como um todo, mas por um ponto de vista limitado sobre as histórias bíblicas e o relacionamento com Deus.

Não precisamos ter medo de sermos humanos nem de sermos cristãos. Devemos trabalhar essas dinâmicas nos jogos, preparando tanto as novas gerações como falando para as gerações mais experientes, ajudando-as a entender a crueldade do mundo e direcionando o foco para Cristo Jesus e sua esperança maravilhosa.

² TURNER, S. **Cristianismo criativo?**: uma visão para o cristianismo e as artes. São Paulo: W4 Editora, 2017.



Um bom game cristão é aquele que consegue mostrar duas realidades: a terrena e a celestial. Se escondermos uma dessas realidades, principalmente se for a que envolve a dor e o sofrimento, não responderemos às questões dos jovens de hoje. Quando eles ligam a TV, eles veem guerras; quando vão para a escola, eles sofrem bullying; quando eles perdem parentes, amigos, passam fome ou veem isso acontecer com outras pessoas. Sendo assim, é perfeitamente natural que nos perguntem: o que o cristianismo tem a dizer sobre essas coisas?

Nossas pregações devem apresentar as respostas, e se encaramos os jogos como parte da nossa pregação, eles também têm que dar respostas. Se desenvolvermos nossa arte a partir dessa lógica, ela será muito benéfica para toda a igreja e para o mundo, pois lhes dará a esperança correta.

Entretanto, há uma questão nesse processo com a qual precisamos ter cuidado para que não haja ruídos. Isso pode acontecer se enfatizarmos um lado em detrimento do outro, principalmente se a ênfase recair sobre a parte menor, que é o problema do pecado e do sofrimento no mundo. Todavia, negá-lo ou ignorar que ele existe não é a solução.

APLICAÇÃO

Nossa pregação deve ser realista. Ela não pode se concentrar na parte triunfalista e ignorar os problemas desse mundo. Os games, como toda forma de arte e comunicação, podem nos ajudar a oferecer as respostas que as pessoas precisam.



GAMIFICAÇÃO E *SERIOUS GAMES*

CAPÍTULO 20

INTRODUÇÃO À GAMIFICAÇÃO

Allan Novaes*
Vanessa Meira**

* Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

** Doutora em Teologia pela Escola Superior de Teologia (EST). Professora no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Jogar é um elemento básico da cultura humana.



Há jogos analógicos (como os de tabuleiro) e digitais (como os videogames).



Gamificação é o uso de técnicas de jogos em contextos que não são de jogos.



A motivação para o engajamento pode ser intrínseca e/ou extrínseca.



Para desenvolver um sistema gamificado é preciso conhecer o público-alvo.

OS JOGOS E A CULTURA HUMANA

O ser humano é voltado ao lazer, ao riso, ao lúdico; por isso, é fascinado por jogos. O ato de jogar é um elemento básico da cultura humana, uma atividade livre e voluntária, que envolve fantasia, imaginação e simulação, com regras, objetivos e sentido.¹ Entretanto, a característica mais importante dos jogos, em qualquer época, geografia e cultura, é que eles são lúdicos — existem para divertir.

Os jogos podem ser classificados segundo a tecnologia que eles empregam: os analógicos e os digitais. Os jogos analógicos privilegiam a interação presencial e física, como os jogos de

¹ HUIZINGA, J. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 1971.

CAILLOIS, R. **Homo Ludens**: o jogo como elemento da cultura. Petrópolis: Vozes, 2017.

tabuleiro. Os jogos digitais são aqueles que usam a tecnologia de um software para serem executados e promovem interação à distância, quando em modalidade de multijogadores, como os consoles de videogames e os jogos em dispositivos móveis ou no computador.

A geração X, que inclui pessoas nascidas entre 1965 até o final dos anos 1970, viu o surgimento dos jogos digitais com os fliperamas e primeiros videogames. A geração Y, composta por pessoas nascidas entre os anos 1980 e 1990, testemunhou o surgimento da internet e o desenvolvimento dos videogames. A geração Z abrange pessoas nascidas a partir dos anos 2000, os chamados nativos digitais. Essas pessoas nasceram em uma época na qual a internet já estava em pleno funcionamento e viram a ascensão dos gamers profissionais, que vivem dos e-sports, e dos produtores de conteúdo a respeito de games.

O QUE É “GAMIFICAÇÃO”?

Gamificação é um termo que vem do inglês *gamification*, usado pela primeira vez em 2003 por uma empresa inglesa chamada Conundra, focada em soluções inteligentes para negócios de distribuição e logística. Ela prometia misturar entretenimento com experiência de compra, uma prática que se tornou um sucesso a partir de 2010.

Segundo Karl Kapp², a gamificação pode ter uma definição ampla, como o uso de técnicas de jogos para engajar pessoas, motivar ações, tornar certas atividades mais envolventes e divertidas, promover aprendizado e resolver problemas. As definições podem ser sintetizadas assim: “Gamificação é o uso de elementos dos games e técnicas de game

² KAPP, K. **The gamification of learning and instruction**. Nova Iorque: Pfeiffer, 2012.

design dentro de contextos que não são games”. Portanto, gamificação não é fazer um jogo, é usar elementos de jogo em coisas que não são jogos, tornando atividades laborais e cotidianas mais eficientes e divertidas.

Um exemplo de gamificação é o aplicativo *Nike Run Club*, que conta os passos que um usuário dá ao andar ou correr, registra recordes, compara desempenhos em uma rede social com outros usuários e premia os usuários com melhor desempenho. A Nike não criou um jogo, mas gamificou a atividade de correr, tornando essa atividade mais divertida e estimulante.

A gamificação pode ser aplicada à educação, como no caso do aplicativo *Duolingo*, usado para o aprendizado de línguas. Ele permite que o usuário compare seu avanço com o de outros usuários e estabelece níveis e prêmios que podem ser conquistados à medida que avança. Em quatro anos, o app de ensino de idiomas atraiu cerca de 70 milhões de usuários em todo o mundo e revolucionou o ensino de línguas com gamificação.

Outro exemplo são as publicações do tipo “livro-jogo”, um gênero que mistura jogo com literatura de ficção, uma espécie



O *Duolingo* é um aplicativo usado para o aprendizado de línguas, lançado oficialmente em 2012. Porém, quando ainda funcionava em versão beta privada, em 2011, já contava com uma lista de espera de mais de 300 mil pessoas, graças aos elementos de gamificação que empregava. O aplicativo é *crowdsourced*, o que significa que suas traduções e aulas vão sendo sempre melhoradas com base em avaliações dos usuários.



**"Gamificação
é o uso de
elementos dos
games e técnicas
de game design
dentro de
contextos que
não são games".**



de novela interativa. No livro-jogo, os leitores se deparam com decisões a tomar, o que muda totalmente o desfecho da narrativa. Num livro-jogo, as histórias com um background histórico fiel ajudam o estudante a adquirir conhecimentos históricos e de cultura geral. O cenário de múltiplos finais gera boas discussões sobre literatura e sobre os temas que o livro-jogo levanta.

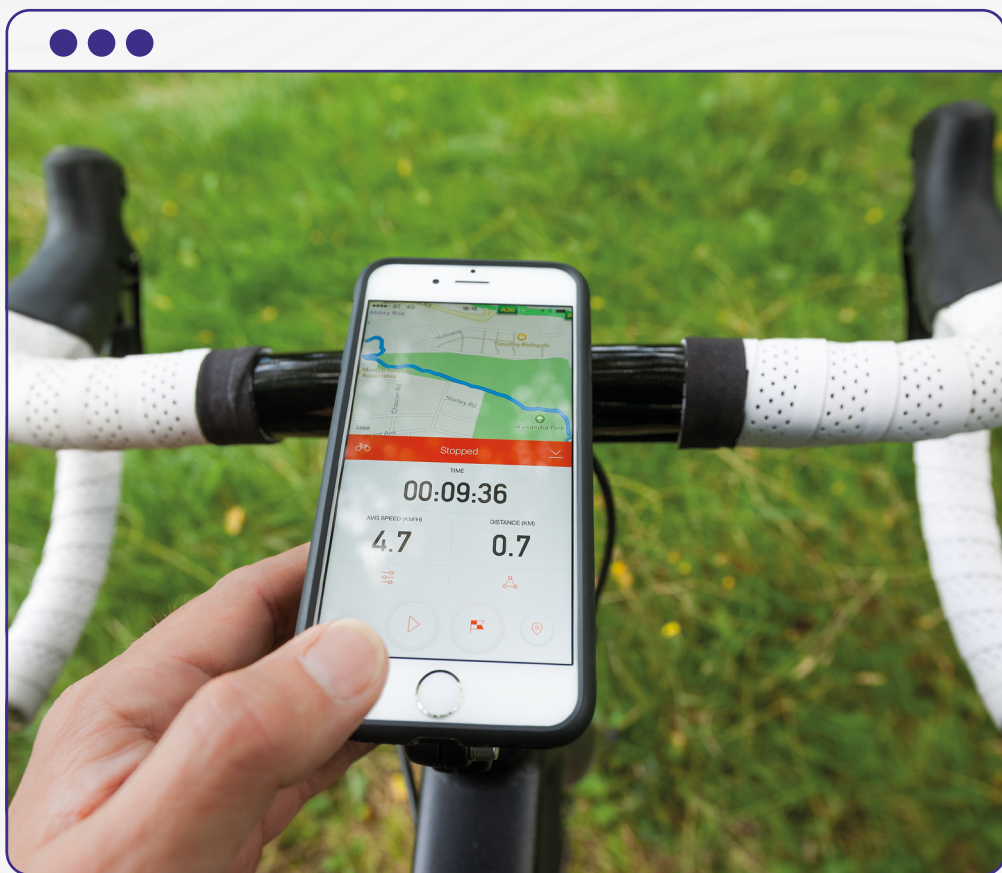
GAMIFICAÇÃO, ENGAJAMENTO E MOTIVAÇÃO

Para motivar pessoas num sistema gamificado, há abordagens, baseadas em estudos behavioristas, que investem na motivação extrínseca, levando as pessoas a fazerem coisas motivadas por recompensas. De fato, evitar punições ou conquistar recompensas é uma grande razão pela qual as pessoas fazem coisas. Tais abordagens precisam ser utilizadas com cautela, identificando limitações e perigos, como o potencial para manipulação: se a gamificação for usada para levar pessoas a fazerem algo que elas não necessariamente desejam, há vários riscos éticos.

Existem outras abordagens que enfatizam as motivações internas (também chamadas de “motivações intrínsecas”) da pessoa, em vez de recompensas externas. A pessoa se engaja porque acha divertido, atrativo, desafiador, prazeroso, e não



O aplicativo *Habitsica* transforma seu dia em um RPG, fazendo com que você ganhe pontos de experiência e moedas virtuais para cada problema ou tarefa que você resolver. Ele ajuda as pessoas a fazer uma melhor gestão do tempo e de projetos.



Além do Nike Run Club, outros aplicativos proporcionam experiências gamificadas para atividades físicas, por exemplo, o Adidas Running e o Strava.

para ganhar uma recompensa — nem todo mundo se engaja em uma atividade para competir.

Todos os tipos de motivação são importantes em um contexto de gamificação porque é difícil reunir condições e circunstâncias em que apenas as motivações internas ocorram. Por que algumas pessoas se envolvem em algumas atividades que gastam tempo e energia sem nenhuma expectativa de ganho ou recompensa externa? De acordo com um estudo conhecido de “Teoria do Flow” (ou “Teoria do Fluxo”), a experiência ideal (chamada de *flow*) ocorre quando alguém está realizando uma atividade de que realmente gosta e quando os desafios prove-nientes desta atividade e suas habilidades são compatíveis.

Por isso, em se tratando de gamificação, é preciso conhecer o público-alvo. É importante ter informações sociodemográficas básicas, como gênero, escolaridade, onde moram, com quem trabalham, faixa etária, e é preciso saber traços e tendências comportamentais, como hobbies, hábitos de consumo e outras informações.

A gamificação é uma prática eficiente para promover engajamento e interesse, e isso acontece porque os jogos são extremamente poderosos, além de ferramentas muito atrativas e envolventes. É uma atividade cada vez mais aplicada a contextos educacionais, religiosos e de negócios.

APLICAÇÃO

Com a técnica de ranqueamento usada em atividades gamificadas, o professor Ricardo Fragelli, da Universidade de Brasília (UnB), criou um método em que alunos de alto desempenho mentoreiam os de baixo desempenho. O resultado disso foi um aumento de 50% no índice de aprovação. Já pensou em utilizar a gamificação para atingir seus próprios objetivos de maneira mais eficaz?

CAPÍTULO 21

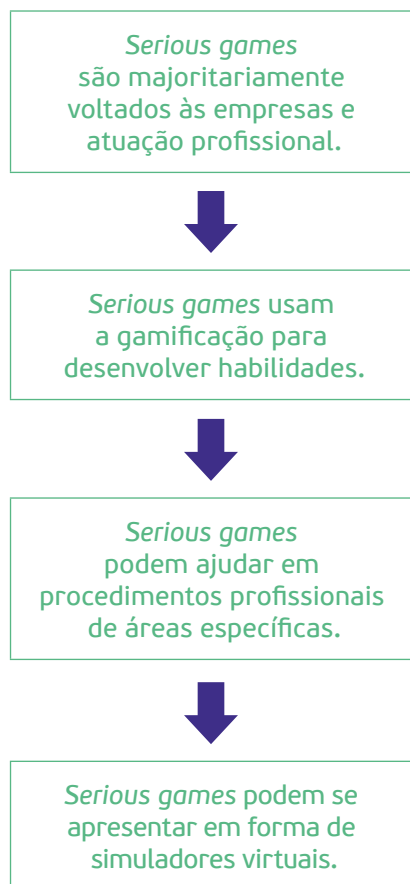
SERIOUS GAMES

Allan Novaes*
Vanessa Meira**

* Doutor em Ciências da Religião e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

** Doutora em Teologia pela Escola Superior de Teologia (EST). Professora no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp).

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?



Um jogo também pode ser coisa séria (ainda que seja divertido), e é isso o que mostram os *serious games* [jogos sérios], que são jogos voltados às empresas e atuação profissional. Eles podem ser utilizados em treinamentos, usando simuladores de situações reais. Os *serious games* não são jogos normais, voltados apenas à diversão. Eles usam a gamificação para desenvolver habilidades e competências nos colaboradores, por meio de atividades interativas, e, assim, atingir melhores resultados.¹

Os jogos sérios geralmente são divertidos, mas seu principal objetivo não é o entretenimento. Eles são voltados à educação, ao treinamento e à assimilação de conceitos que tragam melhorias no desempenho de alguma atividade. Portanto, a diferença dos jogos de entretenimento para

¹ TAVARES, L. M. **Serious Games**. Curitiba: InterSaberes, 2021.



Em seu livro *Gamificação: engajando as pessoas de maneira lúdica*, Henrique Ruyz Poyatos nos dá um excelente exemplo de *serious game*: se trata de um jogo chamado *America's Army*, um jogo de tiro em primeira pessoa desenvolvido e mantido pelo exército americano. Segundo o autor, o jogo preza pelo nível de realismo, simulando como seriam os conflitos reais de um combatente. Por causa do realismo e eficiência do jogo, *America's Army* se tornou a maior ferramenta de recrutamento militar da história dos Estados Unidos.

os *serious games* é o objetivo final. Em geral, os jogos sérios têm regras, competição e avaliação da participação.

Um dos primeiros jogos sérios a serem desenvolvidos foi o *Army Battlezone*, nos anos 80. O objetivo desse jogo era treinar militares para situações reais de combate. Com o tempo, os jogos sérios destinados aos militares se desenvolveram e, hoje, conseguem simular operações militares e situações de batalha com um grau de precisão impressionante.

Os jogos sérios têm aplicabilidade diversificada. Por exemplo, os *Advergames* são jogos voltados à publicidade, ajudam a divulgar e reforçar a imagem de alguma marca e podem até coletar perfil e dados dos usuários. Se uma empresa deseja um material de treinamento, de conscientização, ou deseja informar a sua equipe a respeito de algum processo novo de maneira rápida e interativa, ela pode utilizar jogos para isso. As pessoas podem receber uma informação e aprender mais

rapidamente brincando do que simplesmente assistindo uma palestra ou lendo um livro sobre o assunto.

Os *game based learning* são os jogos voltados à educação e ao treinamento de tomada de decisões. Nesse tipo de game, é possível treinar o uso de equipamentos. Os jogos sérios podem se apresentar em forma de simuladores virtuais. O treinamento de profissionais através de simuladores de situações reais é muito eficaz. Além de ensinar alguma habilidade, os jogos sérios também podem ajudar em procedimentos profissionais de áreas específicas. Por exemplo, é possível fazer treinamento de atendimento médico num ambiente hospitalar virtual que simula o cotidiano de um profissional da saúde. O usuário pode realizar exames, conversar com pacientes e enfermeiros e dar um diagnóstico. É possível fazer simulações de procedimentos como exames de imagem, eletrocardiograma, ultrassom e outros.



A transmissão de conceitos teóricos de forma lúdica é outra vantagem do uso de *serious game* no ambiente corporativo. Os treinamentos tradicionais se valem de palestras, distribuição de manuais e livros para leituras posteriores e encontros para a discussão dos materiais e manuais recebidos. Com o uso dos games, as empresas conseguem repassar aos colaboradores todo conteúdo teórico por meio de ambientes virtuais, otimizando o tempo, aumentando o engajamento e estimulando o aprendizado.



Os *serious games* usam a gamificação para desenvolver habilidades e competências nos colaboradores, por meio de atividades interativas, e, assim, atingir melhores resultados.



É possível encontrar jogos de simulação voltados para o entretenimento. Muitos se aproximam da abordagem proposta pelos serious games. Por exemplo, no jogo Flight Simulator, o jogador pode pilotar diversos modelos de avião com complexidade e realismo consideráveis.

O jogo *AbcdeSIM* simula um pronto-socorro com pacientes virtuais, onde médicos e enfermeiros têm que cuidar dos pacientes graves. Os jogadores devem avaliar a condição médica de cada paciente, fazer diagnósticos, estabelecer prioridades, realizar procedimentos de ressuscitação e estabilização de pacientes. Como nas situações reais, os erros cometidos pelos jogadores podem ser virtualmente fatais, e tais erros são oportunidades para o aprendizado e crescimento dos usuários.

Como muitos médicos têm dificuldades com o uso da insulina em pacientes com diabetes melitus, foi desenvolvido um game online chamado *Insuonline*. Esse *serious game* foi elaborado por médicos endocrinologistas, educadores e game designers, para que médicos clínicos gerais praticassem o uso da insulina.

Na área da psicologia, por exemplo, os jogos sérios fazem ambientes virtuais para o tratamento de fobias. O jogador faz o atendimento e toma decisões terapêuticas e depois avalia as consequências de suas decisões. O game traz diversas reações dos pacientes e cria situações inesperadas.

Já na área da administração, temos o jogo *Pizza Xpress*, que desenvolve habilidades necessárias para gerenciar uma pizzeria, simulando o ambiente e atividades desse tipo de empreendimento. Nele, os jogadores passam por diversas situações que, de fato, acontecem em um restaurante: atendem clientes, preparam o alimento e gerenciam as finanças. Tudo isso ocorre num ambiente realista, mas seguro, o que proporciona ao usuário a aprendizagem por tentativa e erro.

Os *serious games* também podem ser utilizados em processos seletivos. Em vez de apenas fazer uma prova escrita ou uma entrevista de emprego, o candidato pode jogar uma partida e, assim, suas habilidades e o seu perfil podem ser conhecidos de uma maneira mais informal.



O crescimento desse tipo de jogo no mercado é impressionante. Segundo levantamento do II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais, mais de 50% dos jogos desenvolvidos no Brasil no biênio 2016/2017 foram *serious games*.² Em termos do mercado mundial, a indústria de *serious games* está avaliada em quase 6 bilhões de dólares.

Os jogos sérios são, portanto, a criação de jogos voltados para atividades sérias, profissionais ou educacionais, geralmente realizadas por empresas e companhias, ajudando pessoas a desenvolverem habilidades, atitudes e competências para lidar com situações reais. Os bons resultados obtidos por esse tipo de jogo evidenciam que jogar pode ser algo muito sério e divertido ao mesmo tempo.

² SAKUDA, L. O.; FORTIM, I. (Orgs.). **II Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais**. Ministério da Cultura: Brasília, 2018. Disponível em: <https://tinyurl.com/33saba9j>. Acesso em: 08 nov. 2022.

APLICAÇÃO

Algumas empresas têm gamificado o recrutamento e seleção de novos funcionários justamente por terem sentido a necessidade de inovação em seus processos de seleção. A gamificação ainda atrai os melhores talentos disponíveis no mercado: a Magnesita S/A e o Banco Mercantil são exemplos de empresas que têm usado *serious games* nos recrutamentos e percebido um maior envolvimento dos candidatos em todo processo.

CAPÍTULO 22

JOGOS E EDUCAÇÃO

Francislê Neri de Souza*

* Doutor em ciências da educação pela Universidade de Aveiro;
Pós-doutor em tecnologias aplicados ao ensino de ciências.

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Educação e jogos podem ser
uma combinação viável.



Os impactos no processo de
ensino e de aprendizagem
com a utilização de jogos.



Os jogos de entretenimento
podem ter valor educacional.



Os princípios educacionais
necessários para o processo
de criação de um jogo.

EDUCAÇÃO E JOGOS: UMA COMBINAÇÃO VIÁVEL?

Nessa reflexão sobre a relação entre educação e jogos daremos prioridade aos valores educacionais e a como os jogos podem ser usados como uma ferramenta ao seu serviço. Os professores e pesquisadores sempre refletiram o uso de jogos em favor da educação. No entanto, a maioria dos jogos não foi criada com intencionalidade didática ou educativa formal, o que ficou mais evidente com a indústria dos jogos digitais.

É necessário diferenciar jogos digitais de entretenimento e jogos digitais pedagógicos, ou seja, aqueles pensados para a educação. Por exemplo, os softwares TOGlic, Gimkit e o Bookwidgets podem ser aplicados em processos de gamificação na educação. Estes jogos são diferentes de jogos



Durante a pandemia do covid-19 que se iniciou em 2020, os educadores tiveram que adaptar a sala de aula ao meio virtual. Nesse período, houve a popularização de plataformas digitais nas quais muitos educadores puderam elaborar jogos online com fins educacionais. Uma delas é a plataforma Kahoot!, que permite que o professor crie quizzes que podem ser compartilhados e jogados pelos alunos.

digitais, tais como jogos de franquias como *Street Fighter*, *GTA*, *Assassin's Creed*, *Final Fantasy*, *Tomb Raider* etc., cujo propósito principal é o entretenimento com objetivos comerciais. Este cenário levanta algumas questões:

1. Por que os jogos digitais de entretenimento fazem muito mais sucesso que os jogos digitais pedagógicos?
2. É possível usar ou adaptar estes jogos de entretenimento para fins educacionais?

Reconhecendo esta diferença e, principalmente, o maior sucesso que os jogos de entretenimento têm em relação aos jogos pedagógicos, Costa questionou em sua obra: “O que os jogos de entretenimento têm que os jogos com fins pedagógicos não têm?”¹

¹ COSTA, L. D. **O que os jogos de entretenimento têm que os jogos com fins pedagógicos não têm**: 7 Princípios para projetar jogos educativos eficientes. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio, 2010.



Existem sete princípios para projetar jogos educativos eficientes:²

1. Deve possuir uma estrutura similar à estrutura do objeto de conhecimento;
2. A estrutura deve ser perceptível ao jogador;
3. A estrutura deve ser indispensável para que se atinja o objetivo no jogo;
4. Tudo deve estar a favor da diversão e do entretenimento;
5. O objeto de conhecimento deve estar relacionado ao jogo a que pertence por relações estruturais essenciais em prol da diversão e do entretenimento dos jogadores;
6. Um jogo pedagógico deve ser uma forma essencial de jogo;
7. Um jogo pedagógico deve ser melhor como jogo que qualquer uma de suas partes.

O autor sugere: “O que os jogos de entretenimento têm que os jogos com fins pedagógicos não têm, são estruturas perceptíveis similares às dos objetos de conhecimento”, ou seja, um jogo de entretenimento possui mecânicas que permitem ao jogador aprender enquanto joga.³

Esta resposta procura ir além da conclusão precipitada de que os jogos digitais de entretenimento têm grandes orçamentos e, portanto, uma qualidade técnica e gráfica infinitamente superior as dos jogos digitais pedagógicos.

² Ibid., p. 62.

³ Ibid., 109-110.

QUAL A IMPORTÂNCIA DOS JOGOS PARA O PROCESSO DE ENSINO E DE APRENDIZAGEM?

Esta pergunta poderia ser reformulada: quais os impactos no processo de ensino e de aprendizagem que provêm da utilização dos jogos? O número de pesquisas sobre o tema educação e jogos no Brasil ainda é pequeno em comparação ao número de pesquisas sobre jogos em outras áreas disciplinares. Este percentual não tem mudado muito nas últimas décadas no Brasil; também existem poucas referências a estudos publicados sobre formação de professores na utilização de jogos digitais.

O que os estudos nesta área, no Brasil e no mundo, apontam na relação entre os jogos digitais e a educação? Poderíamos iniciar questionando: é possível aprender com os jogos digitais ou videogames? Sim, certamente! Contudo, estabelecer que uma determinada experiência melhora ou facilita o processo de aprendizagem não é suficiente para considerá-la positiva ou adequada no processo educativo. É necessário questionar: “O que é aprendido? O que se aprende é o que queremos que os jovens aprendam?”⁴

Existe um número considerável de investigações que apontam para as vantagens dos videogames no geral e suas possibilidades educativas. Estas vantagens beneficiam a motivação, o foco e melhoram a coordenação olho-mão, a organização do espaço e lateralidade e promovem habilidades psicomotoras de natureza geral. Sem dúvida, “os videogames em

⁴ GUTIÉRREZ, E. J. D.; FLÓREZ, R. E. V.; GORRÓN, M. G.; GONZÁLEZ, R. C.; BAÑUELOS, E. T.; FONSECA, R. C.; FERNÁNDEZ, J. R. **La Diferencia Sexual En el Análisis de los Videojuegos**. León., España: Instituto de la Mujer (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales) CIDE (Ministerio de Educación y Ciencia), 2004.



**É possível
aprender com os
jogos digitais ou
videogames? Sim,
certamente!**



Jogos educacionais não são uma novidade, porém, apesar de seus objetivos nobres e pedagógicos, têm se mostrado menos atrativos que os jogos para entretenimento.

geral melhoram os reflexos, a psicomotricidade, a iniciativa e a autonomia dos jogadores”.⁵ Mas será que estas conclusões são suficientes para se adotar de forma generalizada os jogos digitais na educação?

A educação sempre se baseou em objetivos de desenvolvimento do conhecimento de alto nível intelectual, competências como o de pensamento crítico e valores nobres que devem guiar todo cidadão na sociedade. Por isso, nossas estratégias e ferramentas de ensino são guiadas por altos padrões de solidariedade, respeito pela vida e valores éticos para o bem.

O tema dos videogames na educação está longe de ser fechado e deveria ser discutido num quadro mais amplo, como aqueles apresentados por Desmurget. Este prestigiado neurocientista faz uma síntese no seu livro sobre os perigos reais das telas dos computadores, tablets e smartphones e alerta para as graves consequências de continuar promovendo o uso das tecnologias sem uma construção crítica e aprofundada. Assim, todos os educadores devem desenvolver o pensamento crítico sobre a mistura dos jogos digitais de entretenimento na educação.

⁵ Ibid., p. 323.

APLICAÇÃO

Qual é a sua opinião sobre o uso de jogos de entretenimento na educação? Tente se recordar de algum jogo, eletrônico ou não, que tenha jogado. Pense em que conhecimentos e habilidades ele tem o potencial de desenvolver em um jogador.

HEROES, O
JOGO DA BÍBLIA

CAPÍTULO 23

UNIVERSO *HEROES*

Sam Neves*

* Doutor em Comunicação pela Universidade de Westminster.

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

O princípio da encarnação
sempre guiou o
evangelismo cristão.



Heroes surgiu para levar
o evangelho eterno às
pessoas onde elas estão.



Heroes se propõe a
falar a linguagem que as
pessoas entendem.



O objetivo principal do
jogo é levar as pessoas
a estudar a Bíblia.

O PRINCÍPIO DA ENCARNAÇÃO

O cristianismo tem como principal filosofia de expansão a doutrina da encarnação, onde Deus se tornou um de nós e aprendeu a nossa linguagem. Essa crença levou os discípulos, e consequentemente todas as gerações subsequentes de cristãos, a serem expansivos e inovadores, tanto geograficamente quanto através do uso de tecnologias. Não estou dizendo que as igrejas estão na crista da onda da inovação tecnológica, uma vez que a missão das igrejas não é essa. No entanto, como a missão dos cristãos é comunicar o evangelho eterno, as igrejas investem em métodos para levar a mensagem onde as pessoas estão.

Em 2012, fui convidado para falar aos profissionais de comunicação e tecnologia da Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD) em nível mundial na

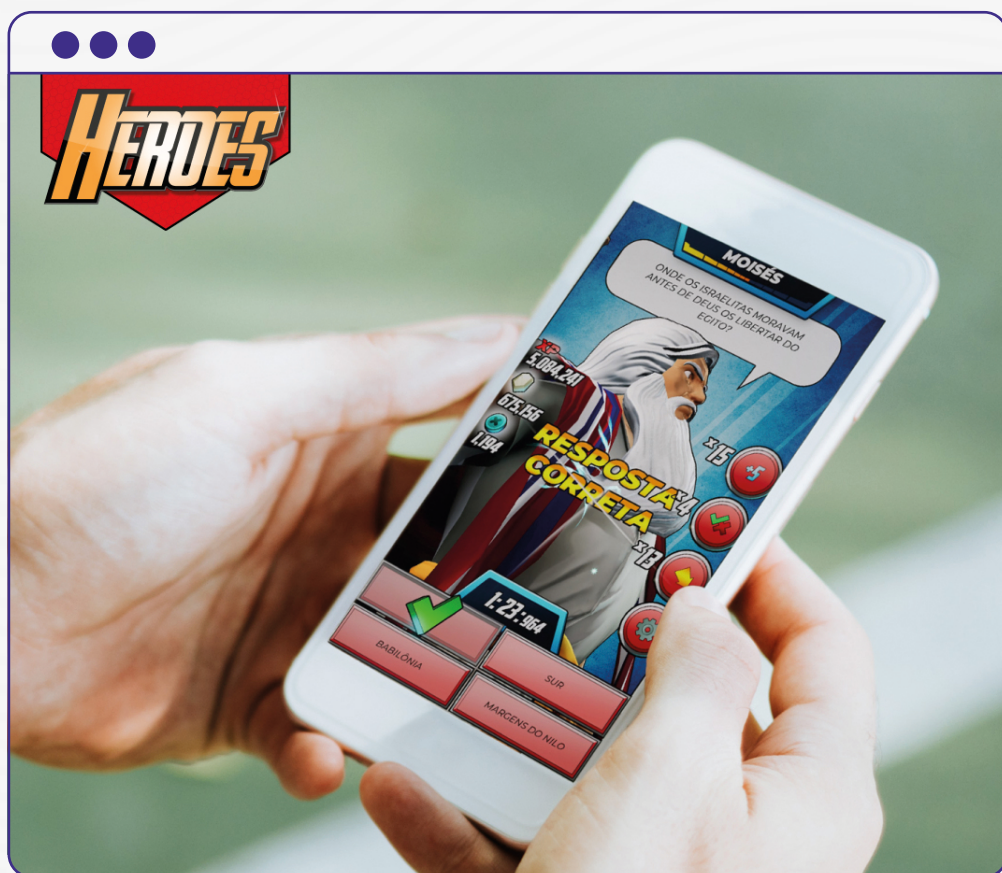
cidade de Hong Kong. O evento, conhecido como GAIN, consistia em quatro dias de palestras e *networking*. O assunto da palestra era "o que a Igreja Adventista poderia aprender com Steve Jobs". O pioneiro da Apple e da Pixar havia revolucionado o mundo da comunicação digital e artística, e minha tarefa era pensar em formas como os adventistas poderiam usar os mesmos princípios para cumprir a missão de proclamar o evangelho a todo o mundo.

Depois da palestra, passei algumas horas em Hong Kong observando como os indivíduos ignoravam uns aos outros e percebi uma obsessão por telas, do cinema ao celular. Ficou muito claro para mim que quanto menor a tela, maior a quantidade de tempo gasta nela. Em contraste ao nosso grupo de cristãos devotos, minha constatação apontou uma triste realidade do século 21: Deus parece estar cada vez mais distante da vida das pessoas.

O JOGO HEROES

Enquanto caminhava pelo metrô de Hong Kong, percebi que todos estavam jogando em seus celulares. Todos. A conclusão foi simples: precisamos fazer um jogo para celular que inspire as novas gerações a engajarem-se com a narrativa bíblica. Como pastor da IASD de Wimbledon, em Londres, naquela época, voltei motivado a montar um time de especialistas para tornar esse sonho realidade.

Infelizmente o pioneirismo tem um preço. A igreja local, como também a administração da IASD na Inglaterra e Europa, gostaram muito da ideia, mas não viram como usar seus recursos financeiros em um jogo de celular. Providencialmente, a equipe técnica estava tão inspirada que tomou a decisão de trabalhar em tempo integral no projeto com apenas um pequeno estipêndio para cobrir alguns custos que eu e minha esposa nos comprometemos a assegurar. Durante três anos nesse projeto,



Em Heroes, o desafio é responder perguntas baseadas nos 12 personagens disponíveis no game.

os profissionais visaram somente à vida eterna dos jogadores que viriam a ter um encontro com Jesus a partir desse jogo.

A equipe técnica foi liderada por Jader Feijó, hoje líder de desenvolvimento para celulares na British Telecom, em Londres. Julio Flores era o programador sênior. Depois da finalização do primeiro *Heroes*, Júlio foi contratado para desenvolver aplicativos da *Disney+*. Anos mais tarde, ele sacrificou mais uma vez sua posição para focar no desenvolvimento do *Heroes II*. Uma vez lançada a nova versão do jogo, Júlio aceitou uma oferta de trabalho na mesma área para Ikea na Dinamarca, onde mora atualmente.

Em agosto de 2013, o primeiro *Heroes* foi ao ar. Com o apoio da Igreja Adventista e da Rede Novo Tempo de Comunicação,



Com mais de 3 bilhões de gamers no mundo, era inevitável que a igreja criasse um jogo bíblico. Se a indústria de jogos fosse um país, seria o 65º país mais rico do mundo. Nos Estados Unidos, mais de 70% das pessoas gastam com videogames de alguma forma, sendo que descarregar o jogo de uma loja de aplicativos compõe o gasto principal, tanto para celulares ou console. Porém, os gastos só começam depois dos jogos serem comprados. Depois disso, em muitos jogos, vêm as compras internas e assinaturas mensais ou anuais.

ele foi um sucesso. Logo no primeiro ano, o jogo gerou mais de três milhões de minutos de interação com a narrativa bíblica¹. Um ano depois, foi possível lançá-lo para o sistema Android com o apoio financeiro da sede mundial da IASD.

HEROES II

Em fevereiro de 2017 o departamento de comunicação da sede mundial da Igreja Adventista fez uma pesquisa extensa sobre os termos de busca mais usados no Google em relação às doutrinas e serviços da Igreja. Para a surpresa de todos,

¹ HEROES BIBLIA TRIVIA. **Desenvolvimento de jogos**: criação do jogo da bíblia: heróis. 13 out. 2022. Disponível em: https://www.heroesbibletrivia.org/pt/desenvolvimento-de-jogos-herois/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 24 abr. 2024.

INTER AMERICA. **Heroes 2**: the bible trivia game, a Journey through the bible. 18 mar. 2021. Disponível em: https://interamerica.org/2021/03/heroes-2-the-bible-trivia-game-a-journey-through-the-bible/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 24 04. 2025.



A indústria de jogos está se reestruturando para se adaptar ao metaverso e à tecnologia *blockchain*. Essas novas possibilidades irão expandir os jogos *play-to-earn* onde jogadores desfrutem de uma economia interna do jogo para o seu sustento financeiro no mundo real. Embora esses jogos já existam há vinte anos, a transparência do *blockchain* e a singularidade dos NFTs irá expandir esse gênero de jogo exponencialmente.



Durante o primeiro ano, após o lançamento do *Heroes*, 120 mil jogadores responderam 3.5 milhões de perguntas bíblicas. Hoje, eles já passam de 1 milhão.

"Bible quiz", "Bible Trivia" e "Bible Game" eram pesquisados mais de 100 mil vezes por mês apenas nos Estados Unidos. A pesquisa evidenciou a necessidade da criação de jogos bíblicos que pudessem contribuir para o cumprimento da missão. Entre os gêneros, "quiz" e "curiosidades bíblicas" eram os mais buscados. A partir desta descoberta veio o processo legal necessário. Para não haver um conflito de interesses, como líder desse projeto na IASD, eu e minha esposa transferimos permanentemente a propriedade intelectual do *Heroes*, que até então nos pertencia, à Igreja.

Em 2018 um novo time reuniu-se em Londres para definir os parâmetros e objetivos da nova versão do *Heroes*. Todos sabíamos da importância deste projeto para os objetivos da igreja: alcançar mais de 100 mil pessoas por mês nas plataformas de busca por jogos, tanto no Google quanto nas lojas de aplicativos. O entretenimento não era o mais importante. O grande objetivo do jogo era inspirar pessoas a completarem séries de estudos bíblicos.

Em março de 2021, foi lançado *Heroes II: o jogo da Bíblia*, pela Novo Tempo, no Brasil, e pelo *Hope Channel* ao redor do mundo. Durante o primeiro ano, 120 mil jogadores responderam 3.5 milhões de perguntas bíblicas.² Na ocasião, os gráficos ainda não haviam sido otimizados para celulares mais antigos, o que limitou muito o acesso ao jogo. Desde então, o time *Heroes* tem trabalhado dia e noite reajustando o jogo para alcançar o público interessado. Além disso, a equipe de marketing tem se empenhado para posicioná-lo no topo das buscas em

² SIMON, J. **Adventist News**. Heroes reaches 1 million downloads. 06 out. 2023. Disponível em: <https://adventist.news/news/heroes-reaches-1-million-downloads>. Acesso em: 24 abr. 2025.

todas as plataformas digitais. Muito por conta disso, o número de jogadores já passa de 1 milhão.

No processo, foram criadas lições bíblicas em resposta às vinte perguntas religiosas mais buscadas no Google. A estratégia tem funcionado muito bem. Toda semana enviamos duas destas perguntas por e-mail a todos os jogadores registrados. Cada e-mail tem sido aberto por 40-60% dos jogadores, somando mais de 10 mil lições bíblicas completas. Além disso, a Novo Tempo criou um estudo bíblico, com resposta de 90% dos contatos, que se tornou o estudo digital de mais alta performance da rede.³ Ainda assim, o maior impacto na vida das pessoas foi observado através dos batismos incentivados pelo "universo *Heroes*", que inclui o jogo, vídeos, artigos e estudos bíblicos.

³ STUDY HEROES BIBLE TRIVIA. **The big questions.** [s.d.]. Disponível em: <https://study.heroesbibletrivia.org/en/> Acesso em: 24 abr. 2025.

APLICAÇÃO

Você já jogou algum jogo com temática bíblica? O *Heroes* pode ser uma boa opção para você testar seu conhecimento sobre a Bíblia e ajudá-lo a agregar novos conhecimentos sobre seus personagens.

CAPÍTULO 24

BIBLE HEROES CHAMPIONSHIP

Sam Neves*

* Doutor em Comunicação pela Universidade de Westminster.

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Os torneios regionais de games contribuíram para a explosão da indústria de jogos.



O objetivo do *Heroes* é inspirar as pessoas a estudarem a Bíblia.



Torneios regionais de *Heroes* têm o potencial de reavivar campanhas evangelísticas entre os jovens.

A indústria de jogos eletrônicos é frequentemente acusada de incentivar o individualismo e a solidão, já que milhões de gamers passam boa parte de seu tempo isolados do mundo. Porém, ainda são os eventos no mundo físico que geram grande parte do engajamento digital. Nas décadas de 1980 e 1990 os videogames tornaram-se populares através de competições regionais e eventualmente nacionais nos Estados Unidos. Os melhores jogadores eram vistos como celebridades locais e prosseguiram para as próximas rodadas. Milhares de pessoas vinham assistir a esses eventos em ginásios, estádios e auditórios.

Nos últimos vinte anos a indústria de games tem se organizado ainda mais e se tornado mais eficiente através da criação dos e-sports. A operacionalização e patrocínio dos e-sports é muito semelhante às várias ligas de esportes nos Estados Unidos. Até 2021,



O crescimento de e-sports ocorre quando o público adulto começa a criar e controlar uma série de novas tendências culturais. Houve uma evolução da relação fundamental dos jovens adultos com o esporte tradicional. A audiência de esportes tradicionais está diminuindo, enquanto a de e-sports está subindo rapidamente. Este crescimento é tão significativo que os principais games multijogador do mercado, atualmente, possuem algum tipo de circuito competitivo. Esses eventos competitivos alimentam o jogo com novos jogadores, tornando-o ainda mais popular.

somente este segmento gerou U\$1 bilhão em investimentos, o que é equivalente à renda nacional de muitos países. Estes recursos sustentam milhares de jogadores e times ao redor do mundo, criando comunidades ricas em relacionamentos e interação.

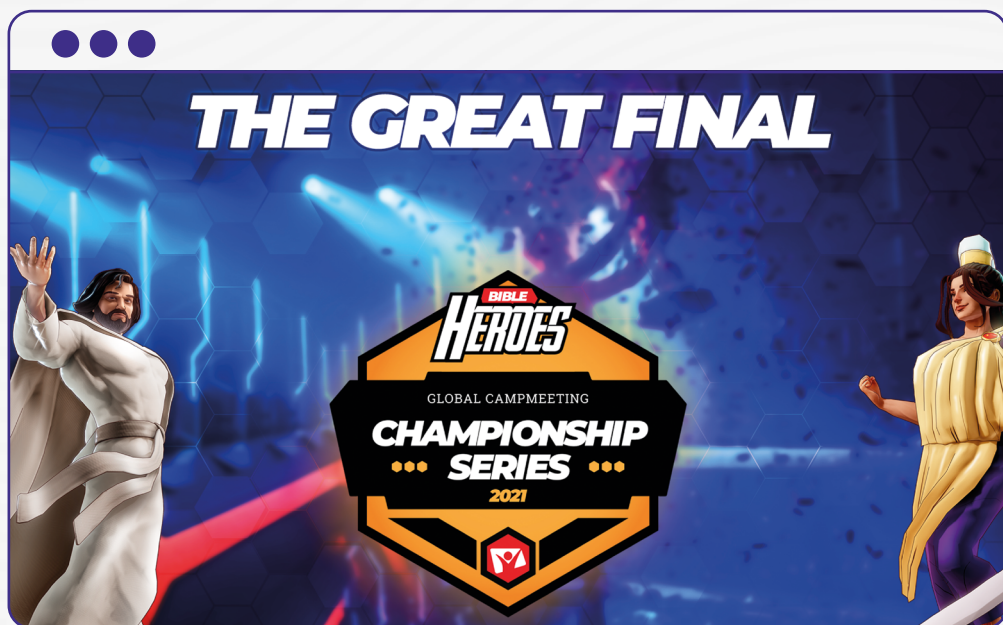
O primeiro campeonato mundial de um jogo cristão aconteceu em junho de 2021, quando o Heroes lançou o desafio para seus participantes. Dezenas participaram do evento de classificação. O campeonato aconteceu através do aplicativo Zoom de conferências em vídeo e foi transmitido no YouTube para engajar as torcidas e os observadores. O campeonato foi organizado em oito semifinais divididas em três idiomas, com dezesseis jogadores cada, onde somente os dois primeiros colocados passavam para a etapa final. A final começou com dezesseis jogadores e terminou com um vencedor.

Para o campeonato foram dadas as seguintes instruções:

- ♦ De 19 a 22 de maio, durante o Global Campmeeting (evento internacional da Igreja Adventista transmitido online), haverá rodadas classificatórias diárias nas quais você poderá participar para competir por uma vaga nas finais que acontecerão no domingo, 23 de maio;
- ♦ A equipe Heroes irá ajudá-lo a começar o jogo. Você irá conhecer os bastidores da equipe de desenvolvimento do Heroes e poderá conversar com alguns dos criadores;
- ♦ Pouco antes de cada partida, um link do desafio será postado em nosso estande virtual. O link permitirá que você participe da rodada de qualificação jogando contra outros jogadores em seu dispositivo móvel;
- ♦ Os oito jogadores com maior pontuação em cada fase de qualificação entrarão na semifinal, realizada momentos depois;
- ♦ Na rodada semifinal, você competirá contra sete outros jogadores qualificados em uma sessão de perguntas e respostas de curiosidades bíblicas ao vivo, em ritmo acelerado, liderada por nosso anfitrião;
- ♦ Os semifinalistas de cada sessão diária do jogo seguirão em frente para competir nas finais do primeiro Campeonato Mundial Heroes no domingo dia 23 de maio.



**Durante o
campeonato,
vários jogadores
tornaram-se
amigos fora do
ambiente do
jogo, mostrando
a importância de
jogos como este
para incentivar
e estreitar
relacionamentos.**



O campeonato mundial de Heroes ocorreu virtualmente em junho de 2021.

David, diretor de pesquisa institucional da Universidade de Burman, no Canadá, e Ian, estudante de 14 anos das Filipinas, foram os dois finalistas do primeiro Campeonato Mundial Heroes. Na grande final, o foco e a competência de ambos os jogadores foi exemplar e evidente. O adolescente Ian venceu e tornou-se o primeiro campeão mundial do jogo da Bíblia.

Durante o campeonato, incentivamos muito o uso da Palavra de Deus e apontamos constantemente para os estudos bíblicos do jogo Heroes. Também percebemos que cada jogador empenhava-se ao máximo para ganhar, mas também celebrava a vitória do oponente quando derrotado. O espírito de humildade e cristianismo era uma realidade constante em todos os jogos. Vários jogadores tornaram-se amigos fora do ambiente do jogo, mostrando a importância de jogos como este para incentivar e estreitar relacionamentos.



Organizar um torneio de *e-sports* é uma ótima maneira de formar uma comunidade com base em games. Esses eventos são atraentes tanto para os jogadores quanto para suas famílias, amigos e entusiastas dessa atividade. O futuro evangelístico do *Heroes* será também criar essas conexões locais. A partir das amizades e confiança geradas nos eventos, estudos bíblicos e outras atividades espirituais intencionais serão uma consequência natural.

EVENTOS PRESENCIAIS

O sonho do time *Heroes* é organizar campeonatos presenciais de grande porte, onde equipes de várias cidades possam competir em um estádio ou auditório propício para jogar e torcer. Imaginamos caravanas vindo de igrejas, escolas e comunidades para dar suporte e vibrar por seus times. O evento envolveria música e também um momento de reflexão sobre a importância de estudar a Bíblia. O apelo e chamado à ação seria para os participantes inscreverem-se para realizar um estudo bíblico ou frequentarem uma série local de evangelismo na sequência. Imaginamos este formato como a forma mais fácil e barata de convidar pessoas em diferentes localidades para participar de uma campanha de evangelismo público.

Também imaginamos uma sequência de eventos similares aos que a Igreja Adventista fazia no passado em caravanas, a serem realizados cada final de semana em uma cidade diferente. Para essa proposta ter sucesso, a Novo Tempo seria a instituição adventista ideal para tornar este novo formato de evangelismo jovem uma realidade. Claramente a Casa Publicadora Brasileira, o Ministério Jovem e outros departamentos também podem se envolver diretamente nesta iniciativa.

Todo o evento seria um reforço importante de posicionamento e marca para o *Heroes*, a Rede Novo Tempo e a Igreja Adventista do Sétimo Dia, como autoridade em ajudar as pessoas a entenderem a Bíblia. De fato, a promessa da Igreja Adventista ao mundo é precisamente essa: “podemos te ajudar a entender a Bíblia para encontrar em Cristo a liberdade, cura e esperança”. Ocupar esse posicionamento na mente de quem participa de um evento presencial como esse significa nos tornarmos uma referência na mente das pessoas quando o assunto é a Palavra de Deus. Significa sermos uma fonte direta de apoio disponível a quem desejar entender mais sobre a Bíblia.

Ainda não está claro para a Igreja Adventista que investir em videogames realmente gera decisões de batismo e envolvimento na missão da Igreja. A partir do momento em que os principais indicadores apontarem nessa direção, o investimento necessário a eventos presenciais envolvendo videogames virá.

APLICAÇÃO

Mesmo pessoas idosas estão jogando jogos digitais e colhendo benefícios dessa experiência. O game *Pokémon GO*, lançado em 2016, promoveu a socialização de idosos que saíram para jogar. Games têm o potencial de causar esse tipo de engajamento, e podemos potencializar o alcance da mensagem do evangelho através deles.

CAPÍTULO 25

HEROES APLICADO À IGREJA

Sam Neves*

* Doutor em Comunicação pela Universidade de Westminster.

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?

Heroes conecta as histórias bíblicas com crianças, jovens e adultos.



Heroes pode ser usado no ensino de religião nas escolas.



Heroes pode ser usado como torneio local, regional ou estadual.

Heroes é um universo de jogos, websites, estudos bíblicos, eventos e muitos outros recursos que tem o objetivo de levar jovens a mergulhar na narrativa bíblica de uma forma moderna e divertida. Não importa onde o jovem começa a sua jornada no universo *Heroes*, o objetivo sempre é conhecer melhor o plano da salvação contido nas Escrituras. A linguagem visual do *Heroes* foi inspirada no universo Marvel de super-heróis, uma das grandes franquias de entretenimento da história. O objetivo dessa escolha artística é conectar os heróis bíblicos com novas gerações de crianças, jovens e adultos, já que as histórias bíblicas têm sido higienizadas de temas tradicionalmente considerados maduros.

No passado era comum aos meninos se identificarem com Davi na sua luta com o gigante filisteu. Geralmente a história era lida e contada na íntegra de acordo com o



Na década de 1990, atolada em dívidas, a Marvel quase declarou falência. A saída foi vender os direitos de adaptação para cinema de alguns de seus personagens. Com o tempo, a Marvel criou seu próprio estúdio de cinema e um universo cinematográfico próprio, conhecido como MCU, e foi adquirida pela Disney pelo valor de U\$4 bilhões. Até 2024, o MCU já retornou mais de U\$ 30 bilhões em bilheteria e mais de U\$ 13 bilhões em outros produtos e publicidade.¹

texto bíblico. Em algum momento as escolas e a educação bíblica infantil passaram a publicar livros contando as histórias bíblicas sem alusão direta aos temas tratados por elas. É provável que essa nova versão simplificada servisse para proteger mentes mais novas de temas adultos. Porém, por melhor que fossem as intenções desse movimento pedagógico de ensino bíblico, o texto passou a ser secundário, assim como as descrições do que realmente aconteceu.

Davi passou a ser apenas um menino de muita fé, sem muita força ou perspicácia, que atirou uma pedra e atingiu a cabeça do gigante, o matando. Por conta disso, Golias passa a se tornar um personagem mais atrativo que Davi. Afinal, para algumas crianças, é melhor ser forte e morrer do que fraco e ganhar. Porém, essa

¹ Filmes do universo Marvel atingem US\$ 30 bilhões em bilheteiras globais de cinema. **Folha de São Paulo**, 28 jul. 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2024/07/filmes-do-universo-marvel-atingem-us-30-bilhoes-em-bilheteiras-mundiais.shtml>. Acesso em: 17 abr. 2025.

caracterização de Davi não corresponde à narrativa bíblica. Não foi assim que a história aconteceu e os detalhes fazem toda a diferença entre a atenção e engajamento de uma criança ou adulto.

A Bíblia apresenta Davi como um adolescente de pelo menos dezesseis anos com muita força e bravura. Inconformado com os insultos dirigidos ao seu Deus, decide enfrentar o gigante quando nenhum outro soldado teve coragem para fazê-lo. Davi se recusou a lutar contra o gigante como se fosse um soldado de infantaria, usando espada e escudo. Ele continuou com a arma que estava mais familiarizado, a funda, que não era um brinquedo de criança, mas uma arma de infantaria quase tão fatal quanto uma arma de fogo. Contudo, não foi a pedra que matou o gigante. Ela apenas o derrubou, e foi Davi que correu ao seu encontro e, usando a própria espada do gigante, cortou fora a cabeça dele. De fato, alguns dias de caminhada depois, Davi entraria em Jerusalém com a cabeça ensanguentada e fedida do gigante.

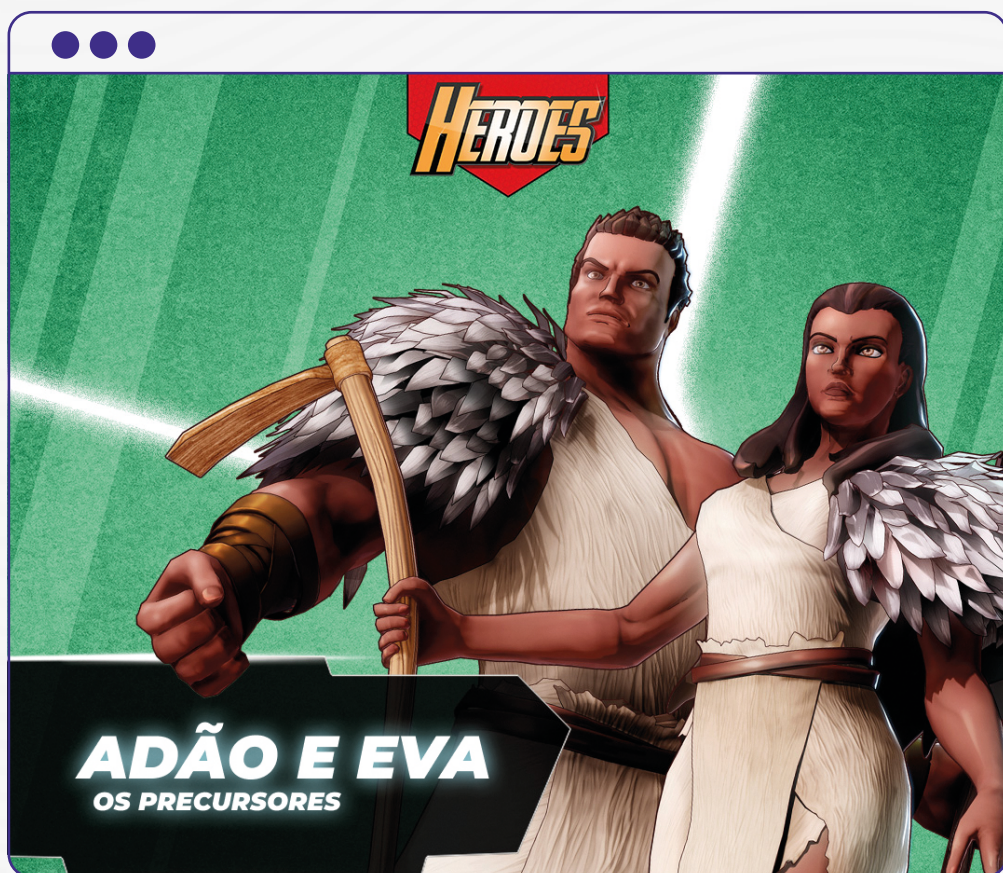
Esses detalhes bíblicos servem de alerta para a natureza mortal e destruidora do grande conflito que vivemos. Usar o *Heroes* na igreja, escola ou clube de jovens como os aventureiros ou desbravadores tem o principal objetivo de contar essas histórias sem a higienização moderna. Esse encontro cru com as histórias em seu extremo provoca o desejo de investigar a Bíblia como fonte de respostas para os mais profundos questionamentos. É isso que leva ao estudo bíblico e a uma decisão de batismo ou conversão diária.

HEROES NAS ESCOLAS

A forma mais simples de usar o *Heroes* nas escolas envolve o ensino de religião, fazendo uso dos gráficos do universo *Heroes*, mesmo quando o assunto não envolve nenhum dos heróis bíblicos escolhidos pelo jogo. Outra estratégia é fazer uma série anual do *Heroes* em capelas. O objetivo e apelo é



**No universo
Heroes, o objetivo
sempre é conhecer
melhor o plano da
salvação contido
nas Escrituras.**



Em Heroes, o jogador progride desbloqueando personagens do Novo e Antigo Testamento, começando por Adão e Eva e chegando até Jesus.

para os alunos se interessarem em investigar os estudos bíblicos do *Heroes* para entender o significado das histórias e seu impacto para a sua vida atual.

No que diz respeito ao jogo em si, existem duas maneiras principais de usar o *Heroes* nas escolas: a primeira é adicionar o *Heroes* como um critério de avaliação na disciplina de religião. Por exemplo, o professor pode pontuar o aluno de acordo com o progresso dele no jogo, conforme vai desbloqueando personagens. Essa estratégia tem potencial para gerar entre 15 a 20 horas de familiarização com a Bíblia e levar os alunos a conhecer a narrativa desses heróis.

A segunda forma de usar o jogo nas escolas é criar competições baseadas no nível de ensino do *Heroes* com múltiplos níveis e prêmios desejáveis para os jovens. Essas competições



Outra possibilidade seria se cada região enviasse várias escolas, e também mais de um time por escola. Isso tornaria viável o aluguel de um auditório para milhares de pessoas. A participação de até trezentos times na final significaria um evento entre 3 a 5 horas, incluindo mensagens bíblicas, música, dramatização das histórias, entre outras apresentações que levem pessoas a estudar a Bíblia. Nesse cenário, cada escola poderia enviar caravanas para torcer por seus representantes. A compra de camisetas de várias cores que represente a escola poderia gerar recursos suficientes para custear o evento.

ESTER

DE QUE MATERIAL ERA FEITA A COROA
QUE MARDOQUEU RECEBEU DE
XERXES?

XP
5,077,617



668,877



1,288

EFEITO
JESUS

x15

+5

x4

x13

PRONTO

0:57:943

OURO

PRATA

BRONZE

OURO E PRATA

podem ser extrapoladas para fora da realidade local da escola, podendo ir a níveis regionais. O critério para o ranking dos alunos poderia ser baseado em melhor tempo de resposta, ou seja, os melhores jogadores de cada turma competem entre si e com outras turmas.

Se a competição for entre times, cada sala pode formar times de dois, três ou quatro participantes que jogam entre si para definir quem irá representar a turma. A partir daí podem ser organizados vários jogos durante um determinado período, talvez durante as capelas. Em caso de haver competições regionais, cada escola poderá enviar o seu time. Por fim, uma possível competição estadual pode atrair escolas participantes de todas as regiões.

Em cada encontro como esse, deve existir o chamado para estudar a Bíblia através de classes bíblicas. Nessas ocasiões pais, amigos e familiares que vêm torcer também teriam a oportunidade de estudar. Fazendo eventos bem estruturados, com música e promoção da Educação Adventista, Clube de Desbravadores, Novo Tempo e outros produtos e serviços adventistas, estaríamos ampliando o engajamento com famílias que um dia conhecerão a verdade e se entregarão totalmente a Cristo.

APLICAÇÃO

Você já participou de reuniões de oração e estudo da Bíblia? Já experimentou jogar com seus irmão de fé? Agende um encontro na sua casa ou em um espaço social da igreja para se divertirem. Vocês podem utilizar o jogo Heroes para criar um momento de aprendizado e descontração cristã.



SAVEPOINT

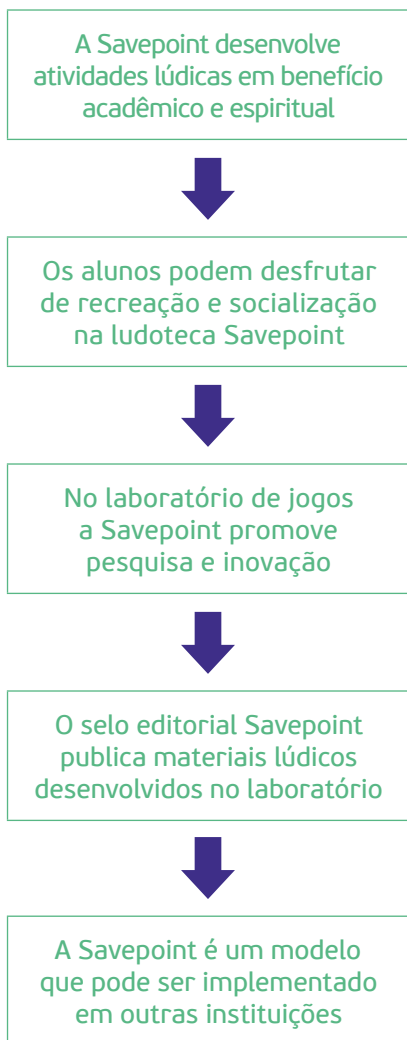
CAPÍTULO 26

UM “PONTO DE SALVAÇÃO” NA UNIVERSIDADE

Max Luiz Pfeffer Filho*

* Especialista em Interpretação Bíblica, bacharel em Teologia (Unasp) e tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas (UTFPR). Editor na Casa Publicadora Brasileira.

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTE CAPÍTULO?



O ECOSSISTEMA UNIVERSITÁRIO E OS JOGOS

A universidade é um espaço rico em possibilidades para o desenvolvimento estudantil. O ambiente universitário pode agregar em si diversas opções de atividades para que os alunos se aprimorem em aspectos além do cognitivo. Em muitas universidades, além das aulas, os alunos podem praticar esportes, se expressar artisticamente ou mesmo desenvolver sua espiritualidade. Nesse contexto de diversidade, no Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp) se idealizou um ambiente dedicado ao desenvolvimento dos alunos através de atividades lúdicas, chamado Savepoint.

A Savepoint foi inaugurada em 18 de março de 2023 e está localizada no Unasp, campus Engenheiro Coelho. Fruto de uma parceria entre o departamento de Diretoria



**A Savepoint
agrega três
dimensões:
uma ludoteca,
um laboratório
de jogos e um
selo editorial.**



A Savepoint integra o universo dos jogos analógicos e digitais ao ecossistema universitário do Unasp.



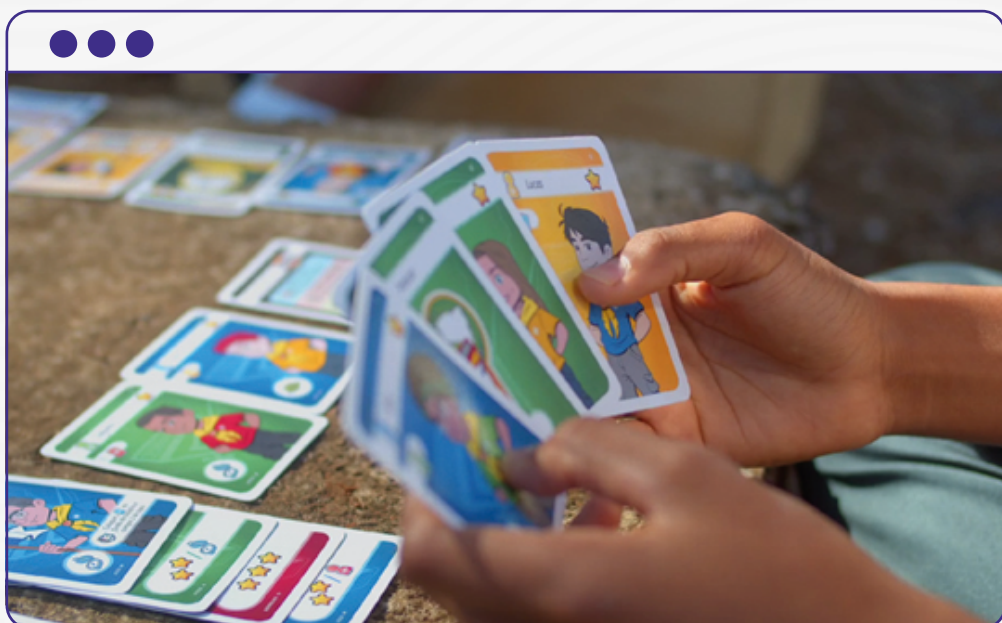
Se você já experimentou um jogo digital, possivelmente se deparou com um *savepoint*, ou literalmente “ponto de salvamento”, que permite que o jogador guarde seu progresso para retomar o jogo em outro momento. Esses elementos foram referência para a concepção do nome Savepoint do Unasp. Esse nome revela seu propósito evangelístico, uma vez que a Savepoint não pretende ser apenas mais um órgão acadêmico, mas, um verdadeiro “ponto de salvação” para os alunos do Unasp e para a sociedade.

de Pesquisa, a Unaspress (Imprensa Universitária Adventista) e a Pastoral Universitária.

Alguns de seus objetivos são: proporcionar oportunidades de recreação e interação para os estudantes; trazer inovação por meio de pesquisas em torno do tema “jogo”, e sua relação com a religião e outras disciplinas; e a criação de produtos lúdicos que promovam o desenvolvimento da igreja e da sociedade. Assim, a Savepoint agrega três dimensões: uma ludoteca, um laboratório de jogos e um selo editorial.

LUDETECA: RECREAÇÃO E APRENDIZADO

Como ludoteca, a Savepoint é um espaço acolhedor pronto para receber alunos e servidores do Unasp. Ela possui um vasto acervo de jogos de mesa, especialmente de temática religiosa. Na verdade, até onde se tem registro, é a única ludoteca especializada em jogos de tabuleiro e cartas de temática



Excelência é o primeiro jogo publicado pelo selo editorial Savepoint.

religiosa cristã na América do Sul. Esse acervo é disponibilizado em um espaço próprio para a prática lúdica, com mesas amplas e recursos específicos para esse tipo de atividade. A ludoteca também conta com uma equipe de monitoria, preparada para ensinar os jogos para os alunos que frequentam o local.

Habitualmente: a ludoteca pode ser utilizada em duas situações: a primeira é em seus horários comuns de funcionamento. Nesses momentos qualquer aluno pode usufruir desse espaço. Dessa forma, a Savepoint se torna um local de socialização, onde os alunos podem se reunir, conhecer novas pessoas e desenvolver suas habilidades sociais. Os jogos de temática religiosa propiciam momentos de letramento bíblico e aprendizado teológico. Muitos alunos costumam desfrutar das horas sabáticas no local.

Os benefícios vindos do relacionamento entre jogos e educação não são nenhuma novidade, e, por conta disso, a outra forma de utilização da ludoteca é como uma sala de aula. Os docentes da instituição, da educação básica até a



O acervo da ludoteca é especializado em jogos de temática cristã. Um desses jogos é o *Ierusalem: Anno Domini*. Nele você assume o papel de um grupo de discípulos de Jesus, e tem como objetivo posicioná-los nos melhores lugares na mesa da última ceia. Além de contar com a figura de Jesus e dos doze apóstolos, o jogo traz diversos outros elementos que fazem referência à Bíblia e a aspectos histórico-culturais que contextualizam essa ambientação.

pós-graduação, podem levar seus alunos ao local. O acervo de jogos contempla temáticas e mecânicas que podem apoiar os professores e alunos no processo ensino-aprendizagem em diversas áreas do saber.

LABORATÓRIO DE JOGOS: PESQUISA E INOVAÇÃO

Um dos propósitos da Savepoint é trazer inovação para o meio acadêmico, para a igreja e para a sociedade. Nesse viés, se manifesta a segunda dimensão da Savepoint: um laboratório de jogos.

Primeiramente, devemos destacar o desenvolvimento de pesquisas na área de games e religião que já acontece no Unasp. Professores e alunos têm escrito sobre esse tema e publicado seus textos em periódicos científicos importantes no Brasil e no mundo. A Savepoint pretende incentivar e promover a realização de pesquisas dessa natureza.

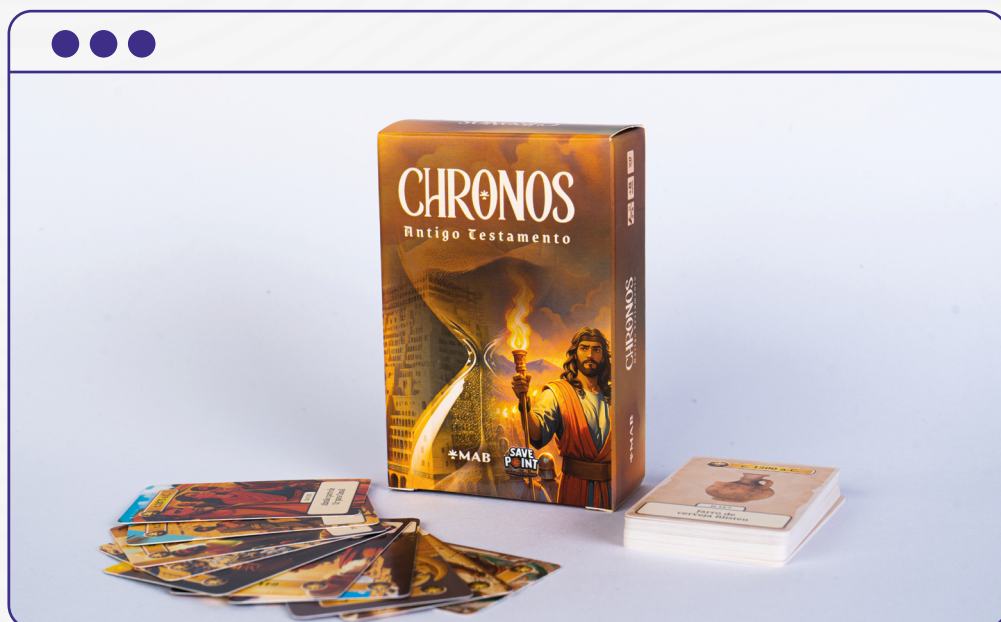
Um outro aspecto do laboratório é o desenvolvimento de jogos. Os alunos têm acesso a oficinas e cursos sobre game design. Eles também podem colaborar propondo, testando e aprimorando jogos que serão publicados pelo selo editorial Savepoint.

SELO EDITORIAL: PROMOÇÃO DO CONHECIMENTO

Em sua terceira dimensão, a Savepoint tem o compromisso de divulgar o conhecimento produzido em seus outros aspectos já citados. O selo editorial Savepoint faz parte da Unasp-press, editora universitária do Unasp. Essa nova linha editorial se propõe a trazer materiais na área de jogos educativos e sua relação com a religião e outras disciplinas. As duas primeiras



**O selo editorial
Savepoint se
propõe a trazer
materiais na
área de jogos
educativos e sua
relação com a
religião e outras
disciplinas.**



Chronos foi a primeira parceria entre a Savepoint e o Museu de Arqueologia Bíblica do Unasp

publicações do selo, que ocorreram em 2023, são um livro e um jogo de cartas.

O livro em questão é este que você está lendo, *Play & Save: missão e evangelismo na era dos games*, organizado por Allan Novaes e Erick Lima. A obra procura tratar do tema “games” como um fenômeno cultural que está presente na vida dos cristãos. O tema é desenvolvido tanto a partir de uma retrospectiva do relacionamento entre o cristão e os games como da análise dos benefícios que essa relação pode proporcionar para a missão e o evangelismo.

Já o primeiro jogo publicado tem como título *Excelência*, do designer Eduardo Reis. Esse jogo de cartas tem como temática o Clube de Desbravadores. Nele, cada jogador gerencia uma unidade de um clube e deve pontuar convidando novos juvenis, ensinando especialidades para eles e conquistando classes. Além de ser usado como recreação, o jogo pode ser utilizado para introduzir a estrutura de funcionamento de um clube para um novo membro. O jogo foi lançado oficialmente no VIII Campori da União Central Brasileira da Igreja Adventista do Sétimo Dia, ocorrido em Barretos, São Paulo, Brasil.

Esse jogo não apenas inaugurou o selo Savepoint, mas abriu as portas para outros projetos incubados já desenvolvidos ou em desenvolvimento. O mais recente lançamento do selo foi o jogo Chronos, em parceria com o Museu de Arqueologia Bíblica. Chronos apresenta o desafio de construir uma linha do tempo com eventos bíblicos do Antigo Testamento e objetos arqueológicos expostos no museu. As perspectivas de lançar jogos na área do Clube de Desbravadores são otimistas, dada a recepção do Excelência e a variedade de assuntos que são expostos aos juvenis nessa instituição. Também são visados os designs de jogos com temas da Bíblia, sendo que esses, além de promoverem recreação, podem colaborar com o ensino teológico.

ESPAÇOS SAVEPOINT EM IGREJAS E ESCOLAS

Diante do impacto positivo da Savepoint no ambiente universitário, o projeto também tem se mostrado eficaz quando adaptado para contextos educacionais e religiosos diversos. Igrejas locais, escolas da rede adventista e outras instituições têm descoberto no modelo da Savepoint uma ferramenta valiosa para o ensino, a recreação e o fortalecimento espiritual de crianças, adolescentes e jovens. Por meio de jogos educativos e de temática bíblico-cristã, é possível promover momentos de aprendizado colaborativo, letramento bíblico e desenvolvimento socioemocional em ambientes que valorizam tanto o conhecimento quanto a fé.

Com um acervo básico de jogos, treinamentos para aplicação e propostas de atividades, igrejas e escolas podem transformar encontros comuns em experiências educativas e significativas. Além de auxiliar no ensino formal e no discipulado, o uso de jogos também fortalece vínculos comunitários e amplia o engajamento dos participantes com os temas propostos. Caso sua escola ou igreja tenha interesse em conhecer mais sobre a proposta e como implantá-la, basta entrar em contato pelo e-mail ludoteca.savepoint@unasp.edu.br. A equipe responsável está preparada para orientar, apoiar e colaborar com novas unidades do projeto, expandindo os benefícios da Savepoint para além dos muros do Unasp.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A estrutura apresentada neste capítulo tem potencial para ser adaptada a diversos contextos. Como mencionado, a Savepoint já vem sendo replicada como modelo em outras instituições de ensino superior, escolas de educação básica e também em igrejas. Essas implementações demonstram a aplicabilidade do projeto para além do ambiente universitário.

Os alunos do Unasp podem desfrutar de diversas atividades em seus campi, nas salas de aula, na biblioteca, na academia, nas quadras de esporte, na escola de artes, na igreja etc. A Savepoint, em suas três dimensões, soma-se a esse ecossistema universitário e procura o desenvolvimento dos alunos nos âmbitos acadêmico, social, artístico etc., e, acima de tudo, no espiritual, afinal, a Savepoint é um “ponto de salvação”.

APLICAÇÃO

Você já visitou uma ludoteca? Esses lugares estão presentes em várias localidades. Pesquise se existe alguma em sua cidade. E, da próxima vez que estiver passando pelo Unasp, venha visitar a Savepoint!



ÍNDICE REMISSIVO

A

Adventismo 6, 127, 129, 130, 131, 132, 135, 136, 139, 140, 206
 Arte 5, 17, 20, 23, 25, 26, 29, 32, 36, 37, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 54, 55,
 57, 59, 98, 136, 200, 201, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 223

B

Brincadeira 108, 120

C

Competição 7, 15, 74, 118, 119, 120, 123, 124, 140, 141, 143, 144, 145, 147, 163,
 164, 165, 167, 168, 170, 171, 239, 287
 Comunicação 11, 19, 31, 41, 129, 132, 137, 139, 195, 205, 206, 215, 227, 237,
 263, 311
 Cooperação 123, 140, 141, 144, 164, 165, 168, 171
 Criatividade 22, 23, 25, 29, 32, 33, 35, 54, 55, 112, 171, 200, 221
 Cultura 5, 11, 21, 43, 51, 54, 55, 56, 59, 61, 62, 63, 65, 66, 108, 109, 131, 132, 137,
 148, 152, 185, 187, 228, 233

D

Diversão 74, 108, 112, 140, 141, 144, 238, 251

E

Educação 7, 35, 175, 230, 238, 240, 247, 248, 252, 255, 281, 297
 E-sports 79, 81, 90, 91, 229, 270, 271, 275
 Evangelização 7, 206, 210, 213, 215

G

Game 10, 62, 65, 74, 77, 78, 81, 146, 147, 149, 176, 179, 223, 229, 231, 239, 240,
 243, 262, 264, 277, 298
 Gamificação 4, 7, 225, 228, 229, 231, 233, 239

H

Heróis 8, 10, 15, 137, 146, 147, 148, 149, 257, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 269, 270, 271, 272, 274, 275, 276, 279, 280, 282, 283, 284, 285, 287

I

Igreja 5, 8, 10, 15, 26, 29, 32, 39, 41, 42, 43, 44, 130, 131, 132, 135, 136, 137, 143, 144, 152, 206, 207, 208, 209, 210, 213, 223, 261, 263, 266, 279, 282, 287, 295, 298, 303

J

Jogo 8, 10, 15, 62, 63, 74, 75, 77, 80, 81, 85, 86, 89, 95, 97, 101, 103, 108, 109, 110, 111, 115, 118, 119, 120, 122, 123, 124, 125, 137, 147, 148, 149, 156, 180, 185, 187, 191, 216, 228, 230, 233, 238, 239, 242, 243, 245, 248, 251, 255, 257, 260, 261, 263, 264, 266, 267, 271, 272, 273, 275, 282, 285, 287, 295, 296, 297, 301

M

Mídia 5, 6, 10, 11, 51, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 62, 63, 65, 66, 67, 69, 129, 130, 131, 132, 206, 207, 213

Missão 4, 7, 10, 11, 15, 143, 144, 158, 165, 193, 260, 261, 266, 277, 301

Mobile 86

R

Recreação 140, 141, 144, 147, 292, 295, 301

Religião 6, 7, 19, 31, 41, 105, 107, 123, 129, 131, 139, 195, 205, 206, 215, 227, 237, 311

Rivalidade 141, 164, 165, 167, 171

S

Saúde 7, 15, 147, 173, 174, 175, 176, 181, 183, 184, 185, 187, 188, 191, 240

Savepoint 8, 11, 289, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 303

T

Tabuleiro 75, 77, 148, 156, 228, 229, 295

Transmídia 94

U

Universidade 19, 31, 41, 53, 61, 129, 131, 139, 176, 195, 205, 206, 207, 215, 227, 235, 237, 247, 275, 311

V

Videogame 80, 84, 89, 103, 136, 180

W

White, E. G. 165



SOBRE OS ORGANIZADORES





ALLAN MACEDO DE NOVAES

Possui graduação em Jornalismo (2004), Teologia (2010) e Pedagogia (2024) pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp), mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (2008) e doutorado com bolsa Capes em Ciência da Religião pela PUC-SP (2016), com doutorado sanduíche Capes na Universidade Andrews (EUA). Foi pesquisador-visitante no programa de teologia da Universidade de Notre Dame (EUA), no departamento de teologia e religião da Universidade Livre de Amsterdam (Holanda) e no Centro de Estudos de Games na Universidade Ritsumeikan (Japão). Atua como pró-reitor de pesquisa, editor-chefe da Unasp Press e professor nas faculdades de Teologia, Comunicação e Ciências Médicas do Unasp. É também um dos criadores e atual coordenador-geral da ludoteca e game lab Savepoint.



ERICK EUZÉBIO LIMA

Possui graduação em Desenvolvimento de Jogos Digitais (2013) pela Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo, graduação em Teologia (2019) e especialização em Docência Universitária (2020) pelo Centro Universitário Adventista de São Paulo (Unasp). Possui também mestrado em Gestão e Desenvolvimento da Educação Profissional pelo Centro Paula Souza (2024) e atua ainda como docente e pastor universitário no Unasp Campus Engenheiro Coelho. É um dos criadores e fundadores da ludoteca e game lab Savepoint.

UNASPRESS



UNASP



Igreja Adventista
do Sétimo Dia