

REALIDADES ALTERNATIVAS

NOVAS FUNÇÕES COGNITIVAS NO MUNDO DOS ARGs

Luiz Adolfo de Andrade¹
GT – Jogos Eletrônicos e Educação

RESUMO

O presente trabalho propõe a extensão de argumento nosso, publicado anteriormente, até o caso dos Alternate Reality Games (ARGs) ou jogos de realidade alternativa. A idéia é analisar quais benefícios cognitivos que a atividade nos ARGs pode proporcionar ao seu usuário com base no postulado de Steven Johnson.. Estes jogos do tipo ARG são considerados o momento mais recente na trajetória iniciada pelos Role Playing Games (RPGs). Apresentamos uma breve revisão bibliográfica das teorias sobre jogos eletrônicos, especialmente ARGs e RPGs, e da comunicação mediada por computador articulada aos games digitais, contribuindo para a sua afirmação na cultura contemporânea.

Palavras-chave: Games, ARGs, RPGs, Internet

Os *Alternate Reality Games* – jogos de realidade alternativa ou simplesmente ARGs – são jogos eletrônicos surgidos na virada no último milênio, cuja proposta específica combina, de modo intrigante, elementos reais e virtuais. A história parte de um pedido de socorro na internet, manifestada em diversos sites de relacionamento da web. O desafio consiste em séries intensas de enigmas que, para decifrá-las, os jogadores devem procurar pistas escondidas em sites da internet, comerciais de TV, chamadas telefônicas, anúncios publicitários e nos cantos das cidades. Estes games já são sucesso nos Estados Unidos, na Europa e agora começam a ganhar espaço no Brasil. Em janeiro ano de 2006, surgiram em território nacional os primeiros ARGs – *Projeto*² e *Prenoma*³. No final de 2006, a Fiat lançou o ARG o *Una Passione*⁴ – o primeiro grande sucesso nesta linha, no Brasil. Em seguida, no ano de 2007, a MTV lançou *Teoria das Cordas* e *Instituto Purifica*.⁵ Mas foi *Zona Incerta*⁶, um ARG feito em parceria entre Guaraná Antártica e Super Interessante que causou uma grande repercussão no senado. No final de 2007 e início de 2008, *Obsessão Compulsiva*⁷ – ARG do filme *Meu Nome Não é Johnny*, foi outro caso de sucesso da historia destes jogos, no Brasil. Além de sua eficácia comprovada em campanhas de marketing viral (Mastrocolla, 2006), os ARGs são entendidos como o quarto momento na trajetória iniciada pelos RPGs.

Estes jogos eletrônicos vêm sendo objeto de pesquisadores (Johnson, 2005; Andrade, 2007) que destacam sua função específica no aprendizado de jovens e adolescentes. Refutando argumentos de que o cérebro humano só acompanha o que é mais fácil de compreender, cientistas comprovaram que nossa cultura exige capacidades cognitivas cada vez mais complexas – e que o videogame é ao mesmo tempo um exemplo e uma ferramenta para o desenvolvimento desta complexidade (Johnson, 2005). Neste sentido, o presente artigo procura mostrar a importância dos

¹ Universidade Federal da Bahia

² www.projetoarg.com

³ www.prenoma.com

⁴ unapassione.com

⁵ purifica.uol.com.br/

⁶ www.zonaincerta.com

⁷ www.promocional.meunomenaoejohnnyfilme.com.br

novíssimos ARGs no desenvolvimento de competências cognitivas na mente de seus jogadores e, no mesmo sentido, apontar quais seriam estas competências. Acreditamos que, da mesma maneira que mostramos como acontece na experiência dos MMORPGs (Andrade, 2007), os jogos de realidade alternativa podem estimular ferramentas cognitivas na mente humana de modo a aguçar a capacidade de raciocínio dos seus jogadores. Neste caso, porém, acreditamos que o jogador de ARG, diferente dos MMOs, pode desenvolver habilidades específicas para lidar com o conteúdo disponível online, manejando de modo eficaz as novas ferramentas do meio digital e aprendendo a navegar em ambientes eletrônicos complexos.

Para desenvolver nossa discussão, iniciamos com uma breve exploração dos estilos de RPGs, propondo situar o jogo de realidade alternativa neste segmento lúdico. Em seguida, a idéia é recordar como este conhecimento é transmitido ao jogador, no caso dos MMORPGs, para depois apontar qual processo pode acontecer na experiência dos ARGs, justificando sua importância para a cultura contemporânea.

Os jogos do tipo RPG foram escolhidos como objeto de estudos por apresentarem grande familiaridade com os princípios de sociabilidade no ciberespaço – interatividade, cooperação e inteligência coletiva, a teoria de Vigotsky afinal o processo de aprendizagem é social e implica na utilização de mediadores, além dos mundos ou ambientes virtuais de aprendizagem por representações dos usuários (Bittencout & Giraffa, 2003). Propondo um debate ainda inédito, analisamos quatro modelos de jogos que remetem ao paradigma dos jogos de representação.

Breve histórico dos RPGs

Remontando à história dos jogos de representação ou *Role Playing Game*, podemos identificar quatro momentos aparentemente distintos, caracterizados pelo surgimento de diferentes modalidades para estes desafios. Em primeiro lugar, no início dos anos 70, surgem os chamados RPGs de mesa, que podem ser representados por *Dungeons & Dragons*. São jogos cuja experiência acontece, em sua totalidade, no espaço físico. Este estilo de jogo RPG possui cartas, tabuleiro e um mestre - participante responsável pela condução da história.

Em seguida, já no final da década de 80, surgem os primeiros RPGs na versão eletrônica, representados por *Phantasy Star* e *Zelda*. Recentemente, estes games foram chamados de RPGs *off-line* - diante do advento dos ambientes multiusuários - pois a interação do usuário se dá apenas com o conteúdo disponível na memória do jogo. No final dos anos noventa, notamos outro momento nos jogos de representação com games do tipo MMORPG - desafios compartilhados por milhares de usuários conectados pela internet em um mesmo servidor. No início do segundo milênio, os ARGs marcam outro passo nesta trajetória iniciada pelos RPGs, graças ao modo original que sua lógica combina ambientes físicos e virtuais.

No esforço de apontar um elemento comum em todas as modalidades dos jogos de representação, pode-se observar que “os RPGs constituem a forma mais ativa de engajamento do público. Os jogadores são atores e espectadores uns dos outros e os eventos que eles encenam têm o imediatismo das nossas experiências temporais” (Murray, 2003, p. 53). Além dos diferentes níveis de teatralidade que pode ser percebido nos domínios citados acima, estes jogos estão relacionados ao

surgimento de comunidades formadas pelos jogadores e que estes grupos tendem a se tornar permanente mesmo depois de encerrada a disputa (Huizinga, 2005). Até mesmo no caso dos RPGs *off-line*, em que a experiência acontece de maneira individual, a coletividade pode ser constatada no momento em que o jogador parte em busca de orientações publicadas por outros jogadores.

Outra especificidade nos jogos do tipo RPG é a difícil tarefa, praticamente impossível, de destacar um vencedor - porém é fácil identificar aqueles que podem ser considerados os melhores jogadores. Neste processo, é inegável a admiração demonstrada pelos participantes mais espertos, por mestres mais capacitados em elaborar desafios, dentre outros elementos. Para pensar tal relação, pode-se recorrer ao estudo pioneiro de Huizinga (2005), no momento em que ele percebe uma relação íntima entre jogo e o conhecimento. O autor afirma que, desde os tempos primitivos, o homem trata a sabedoria como fonte de poder, distante das demais por apresentar uma face *lúdica* capaz de ser decisiva em competições (Cf.: p.119).

Não nos interessamos aqui pelo enigma enquanto forma literária, mas apenas por sua qualidade lúdica e sua função na cultura (...) o enigma ou, em termos menos específicos, a adivinhação, é, considerado à parte seus efeitos mágicos, um elemento importante das relações sociais (Idem, p.125).

Os enigmas compõem a base presente no desafio dos Alternate Reality Game, se desenrolando pelos inúmeros ambientes da internet e cantos do mundo real, criptografados em outdoors, anúncios de jornais, comerciais de TV ou escondidos nas ruas da cidade. É particularmente apontar que cada um destes procedimentos seguidos durante o desafio tem seus impactos percebidos na mente do jogador. Motivados pelo desafio e pela ânsia de ser o primeiro, o participante do ARG é forçado a aprender a lidar com novas interfaces do meio digital e, em certo sentido, se localizar pelo espaço urbano em busca de pistas.

A plataforma Internet

Para auxiliar no entendimento de certas narrativas contemporâneas, a exemplo dos ARGs e demais games, a internet oferece um recurso que o público de alguns anos atrás não possuía – os inúmeros *Blogs*, *Wikis* e *sites* de comunidades *online* que compartilham informações sobre diversos temas (Johnson, 2005). Ao mesmo passo que os produtos ditos culturais podem na encontrar na Internet um suporte ideal para o seu conteúdo, acreditamos que meio digital também pode sustentar atividades cooperativas graças ao elevado potencial de sua dimensão comunicativa (Murray, 2003). Os jogos eletrônicos coletivos ou *multiusuários* encontraram na Internet uma plataforma adequada para as atividades de seus usuários, envolvendo desde simples trocas simbólicas à estrutura de narrativas como os ARGs .

Suportando grande parte da atividade diária de seu usuário, a Internet parece desafiar a mente humana com seus ambientes participativos, seus novos e múltiplos canais para a interação social e por forçar seus usuários aprenderem a lidar com novas interfaces (Johnson, 2005). As atividades realizadas nos diversos ambientes *online* - como enviar e-mail, criar *fóruns*, perfis no Orkut, *blogs* e *fatologs* além participativas, são feitas em espaços que podem ser utilizados para a documentação

das análises e discussões em bancos de dados (Murray, 2003). ARG, por sua vez, força seu jogador a criar conteúdo nestes ambientes, na forma de registros sobre o jogo, fazendo o usuário aprender a lidar com novas interfaces.

Incidências do videogame na mente humana

O trabalho de Steven Johnson (2005) ocupa-se da investigação acerca dos produtos feitos na recente história da chamada Indústria Cultura, como os atuais jogos de *videogame*, no esforço de entender seus impactos sobre o cérebro do usuário. O autor enxerga que a atividade de experimentar estruturas narrativas através destes formatos habilitou e desenvolveu na mente humana uma ferramenta cognitiva extremamente complexa, que se vem se tornando peça indispensável para cultura de massa contemporânea. Para Johnson, esta ferramenta se torna uma *engrenagem* do cérebro humano, podendo ser aplicada em outros momentos da vida, externos ao jogo.

A atividade sensorial aqui considerada se trata de um modo específico e original de raciocinar, que é exercitado através da interação do homem com o conteúdo narrativo dos recentes formatos de entretenimento massivo, propondo novos desafios cognitivos que, para Steven Johnson, estão deixando a mente humana mais aguçada. Esta sofisticação das formas de diversão pode contribuir para revelar um esforço de reconfiguração do discurso midiático, marca característica da cultura *pop* contemporânea.

O esforço mental dispensado pelo interator enquanto participa das aventuras experimentadas nos *games* se prenderia, essencialmente, em duas funções cognitivas chamadas pelo autor de *sondagem* e *investigação telescópica*. Diferentemente do que acontece nos jogos de tabuleiro, por exemplo, as regras do *games* digitais só se tornam visíveis a partir da experiência do usuário, que deve *sondar* o ambiente e a estrutura do jogo para conseguir entender e interpretar a sua lógica. Outra maneira de atingir este aprendizado é através da observação, monitorando passo a passo a movimentação dos outros jogadores. O conceito de sondagem pode ser aplicado à atividade de decodificação e interpretação realizada pelo interator, durante o desafio em ambientes digitais, na busca do entendimento para as ações possíveis no espaço em que está imerso.

Dando seguimento à sua análise, Johnson observa que após as sondagens realizadas nas seqüências iniciais de um *game*, a maioria dos jogadores geralmente já construiu uma lista de tarefas necessárias para atingir as metas colocadas em disputa. Rastrear estes objetivos, na opinião do autor, consiste em um processo de *investigação* classificada de *telescópica*, especialmente por duas razões – o número absoluto de objetivos em disputa e o modo aninhado e hierárquico que eles devem estar mentalmente organizados pelo jogador.

Na sua argumentação, Johnson compara os objetivos presentes em *Zelda* e *Pac-Man*, dois games de grande sucesso que surgiram em diferentes décadas do século XX. No segundo caso, o objetivo final é concluir um labirinto, limpando os pontinhos espalhados pelo espaço virtual. Para fazer isto, o jogador deve controlar seu avatar pelo labirinto e evitar os *fantasmas* que o perseguem constantemente. Para neutralizar estes inimigos, ele deve comer os pontos grandes. Por outro lado,

considerando os objetivos presentes na edição mais recente do *game Zelda*, pode-se perceber uma forma complexa de estrutura, correspondente aos modos de como eles são conectados de forma aninhada e hierárquica, fazendo referência à atividade de desmontar um telescópio.

Em *Zelda*, o objetivo principal é salvar a princesa. Para fazer isso, deve-se enfrentar o vilão *Ganon*, munido de armas legendárias. Para localizar estas armas, é obrigatório possuir a pérola de *Din* que, para obtê-la, deve-se atravessar um oceano virtual, construindo ou comprando um barco à vela dos outros jogadores. Para fazer tudo isso, é necessário manter o avatar “vivo” e “saudável”. Complementando seu exemplo, Johnson sugere que se considere apenas a missão de pegar as pérolas de *Din*, que ficam protegidas pelos habitantes da ilha onde está localizado o reino fictício de *Hyrule*. Para ganhar a confiança destes nativos e conseguir uma destas jóias, é necessário ajudá-los em seus inúmeros problemas, dentre eles a necessidade de agradar o Príncipe. Para chegar até o suserano, é preciso encontrar um determinado personagem, na aldeia, e pegar uma carta com ele. Uma vez com este documento, o jogador deve chegar até o topo da montanha de *Dragon Roost*, nadando por uma passagem que deve estar cheia de água. Para inundar a passagem, é necessário liberar o líquido retido por uma rocha.

Na leitura dos processos listados acima, percebe-se os traços da organização característica do alinhamento concebido por Johnson. Se esta teoria pode ser aplicada aos diversos estilos de *videogames*, surge como desafio a tentativa de identificar e descrever estes mecanismos nos ARGs, considerando que a disputa se desenrola em diferentes ambientes externos ao jogo.

Sondagem e Investigação telescópica nos ARGs

Acreditamos que a função de *sondagem*, observada na experiência de um *Alternate Reality Game*, parece suscitar exercícios de *exploração* e *reconhecimento* dos ambientes digitais que devem ser acessados durante as fases do jogo. Ao ser direcionado pelo ARG para um determinado domínio, em primeiro lugar o jogador deve aprender a *sondar* o conteúdo da página para saber quais informações são legítimas e devem ser consideradas. O desenvolvimento deste tipo de habilidade não fica preso somente aos momentos que experimentamos o jogo, mas pode ser estendido a outros momentos da vida real quando, por exemplo, acessar sites para fazer compras na internet.

A estrutura de um ARG está sempre amarrada em sites *fakes*, para representar empresas e entidades fictícias que fazem parte do jogo. Mesmo tratando-se de uma trama de ficção, estes domínios devem parecer que estão relacionados à organizações do mundo real. Para isso, devem oferecer ambientes como intranet, descrição das atividades da empresa, perfil, equipe, SAC, telefones de contato, etc. Se o site criado para o jogo não parecer real, o ARG não funciona. Esta atividade mental dispensada pelos jogadores vem corroborar o conceito de sondagem. Por causa desta ação, os jogadores acabam desenvolvendo uma habilidade para diagnosticar a origem das informações encontradas nestes ambientes. Esta percepção também parece particularmente útil na tarefa de avaliação e reconhecimento do conteúdo disponível para *download*, na rede – considerando que muitos arquivos são contaminados por vírus, *spywares*, dentre outras ameaças.

Diante desta constatação, torna-se indispensável que o jogador aprenda a *sondar* estes ambientes antes de acessá-los e baixar os arquivos que estão disponíveis.

No mesmo sentido, a função de *investigação telescópica* dispensada em um jogo do tipo ARG pode apontar efeitos mais amplos, pois as fases do jogo envolvem diversos ambientes comunicativos do meio digital – como *fóruns*, comunidades *online*, dentre outros. Se a atividade desempenha pelo usuário nestes espaços imersivos do computador é chamada *agenciamento* (Murray, 2003), acreditamos que a investigação telescópica, nestes casos, pode revelar um modo eficaz de *organização* ou *agenciamento* dos ambientes ferramentas comunicativas do meio. Já os efeitos propagados em outras ações convocadas pela experiência nos ARGs podem apresentar outro nível de utilidade. Por exemplo, para solucionar os enigmas e estabelecer relacionamentos com jogadores, é necessário demonstrar um bom conhecimento sobre os mais diversos temas e saber usar as ferramentas comunicativas do computador – skype, MSN, etc. Para se destacar na comunidade que se forma em torno destes jogos, é necessário apresentar boa comunicação e saber utilizar as ferramentas de criação da internet, construindo, fóruns, blogs, tutoriais e outras comunidades para abrigar discussões sobre o jogo.

Além de habilitar um modo eficaz de *ordenar* as ferramentas comunicativas do computador, de acordo com sua funcionalidade no desafio, a *investigação telescópica* nos ARGs pode forçar o jogador a aprimorar seu nível cultural. É interessante tentar entender como esta função cognitiva se torna visível em ambientes externos ao jogo, quando aplicada em atividades quando aplicada em procedimentos em nosso dia a dia.

Considerações finais

Em *O Que Podemos Aprender Jogando MMORPG* (Andrade, 2007), mostramos o jogo eletrônico pode transmitir conhecimento ao seu usuário através de simulações. Da mesma maneira, Pierre Levy percebeu na interação usuário-computador um ganho de conhecimento por simulação – o meio digital, para ele, é capaz de simular os sentidos e o raciocínio do homem. “Programas de I.A. podem ser considerados simuladores de capacidades cognitivas humanas: visão, audição, raciocínio (...) a simulação de todas estas condições dão ao usuário do programa uma espécie de intuição sobre as relações de causa e efeito” (1995, p.122). Nos MMORPGs, a transmissão do conhecimento acontece por simulações e através deste ganho os usuários podem aprender como jogar, observando o comportamento do avatares de inteligência artificial.

Esta constatação nos fez entender por que o jogo de computador é considerado a *arte da simulação* ou um *subgênero da simulação* (Cf. Aarseth, 2004). Em um game multiplayer, cabe à máquina a função de simular, dentre outros aspectos, certos movimentos realizados pelos avatares dos jogadores. Se maior parte do tempo em que passamos imersos em um MMORPG enfrentamos avatares de inteligência humana, nos momentos em é preciso duelar contra a máquina a expectativa é que ela apresente um comportamento próximo de seus análogos humanos. A performance destes avatares de inteligência artificial nas cibercidades dos MMOs também transmite conhecimento ao jogador. Observando os movimentos realizados

pelos NPCs no ambiente destas cidades, podemos aprender a comprar e vender itens, conversar com outros avatares e usar serviços como transporte, bancos, etc.

No caso dos ARGs, entendemos que a transmissão de conhecimento é movida por prazeres inerentes ao jogo – como a ânsia de ser o primeiro e obter destaque em comunidade. Durante a experiência neste games, o jogador aprender a baixar e decodificar arquivos, entender interfaces cada vez mais enigmáticas, julgar se usuários da internet são fakes ou não, além de aprender a usar inúmeros serviços disponíveis na internet. O benefício do conhecimento adquirido nos ARGs não é aplicado apenas nos ambientes em que se desenrola a disputa, mas em toda a dimensão do meio digital – considerando que o aprendizado adquiridos nos jogos de realidade alternativa é aplicável em muitos outros domínios da internet.

Nossa tentativa, neste artigo, foi aplicar uma reflexão nossa sobre os MMORPGs no caso dos ARGs, como base nas teorias de Steven Johnson. Evidentemente, esta reflexão concentra-se em um nível mais geral, carecendo de avanços nos campos da ludologia e narratologia. A idéia é que o argumento de Johnson possa ser estendido até outros formatos de games, além dos RPGs eletrônicos.

Referências bibliográficas.

ANDRADE, Luiz Adolfo de. **O Que Podemos Aprender Jogando MMORPG?** In: Revista Teias. Periódico eletrônico do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, ano VIII, número 15-16. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2007.

AARSETH, Espen. **Genre Trouble.** In: **Electronic Book Review.** S/l: S/ed, 2004.

Disponível em <http://www.electronicbookreview.com/thread/firstperson/vigilant>

BITTENCOURT, J. R.; GIRAFFA, L. M. M. **A utilização de role-playing games digitais no processo de ensino-aprendizagem.** Technical Report Series, n.º

031. September, 2003. Faculdade de Informática. Programa de pós-graduação em Ciência da Computação. PUCRS

Editorial da revista especializada EGMBrazil, nº38. São Paulo: Conrad Editora, 2005

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura.** São Paulo: Perspectiva, 2005.

JOHNSON, Steven. **Surpreendente: a televisão e o videogame nos deixam mais inteligentes.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005, 191p.

_____. **Cultura das interfaces. Como o computador transforma nossa maneira de criar e se comunicar.** Rio de Janeiro:

Jorge Zahar Editor, 2001, 187 p.

LEVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. **As tecnologias da inteligência.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

LEMONS, André. **Cibercidade. Verbete para o "Critical Dictionary of Globalisations"**, disponível no site do Groupe d'Etudes et de Recherches sur les Mondialisations 2006.

Disponível em <http://www.mondialisations.org/php/public/art.php?id=22897&lan=PO>

MASTROCOLLA, Vicente Martins. ARGs: **Uma nova ferramenta de entretenimento, comunicação e Marketing.** In: Revista da ESPM, volume 13, ano 12, número 5. São Paulo: 2006, p. 94-103.

MURRAY, Janet. Hamlet no Holodeck: **O futuro da narrativa no ciberespaço.** São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.