How Games Move Us – Emotion By Design

Katherine Isbister

Ainda não existe uma linguagem comum entre designers, jogadores e a sociedade em geral para o que está a acontecer e porquê nos corações e mentes dos jogadores, ou seja, ainda existe pouco consenso acerca do que leva os jogadores a sentirem emoções ao presenciar situações de um mundo virtual que está incluído no jogo.

Um jogo é um tipo de media com maior potencial de impacto emocional, comparativamente aos livros e filmes, e isso deve-se ao facto de nele existirem duas qualidades únicas, capacidade de escolha e existência de fluxo, que o diferenciam dos demais. Avatares, personagens não-jogáveis e personalização de personagens são os principais estímulos para as emoções sociais dos jogadores.

Descartando os casos especiais de livros e filmes que funcionam como experiências de ficção interativa (em que o espectador decide o rumo da história, ao redirecionar o livro para uma dada página ou o filme para um intervalo de tempo específico), estes tipos de media não oferecem aos sujeitos a chance de influenciar os resultados por meio dos seus próprios esforços e escolhas – o que é possível no caso dos jogos.

Nos jogos, os jogadores têm a capacidade única de controlar o que se desenrola. Como disse certa vez Sid Meier, criador do jogo best-seller *Civilization*, "um [bom] jogo é uma série de escolhas interessantes".

Um jogador, então, ao ter a capacidade de agir sob o jogo, através da decisão uma escolha final que daí advém, abre novas consequências resultantes da sua decisão, podendo resultar num novo conjunto de possibilidades emocionais para designers de jogos. Em última análise, essas possibilidades existem porque os sentimentos do jogador na sua vida real quotidiana, assim como no mundo virtual dos jogos, estão integralmente relacionados aos seus objetivos, decisões e consequências que surgem das mesmas. As emoções surgem no contexto dessas avaliações e ajudam a orientar ações rápidas e apropriadas.

De facto, anteriormente já foram realizados estudos que comprovam o impacto de escolhas significativas e a ação ativa por parte do jogador nas mesmas e a sua atividade cerebral – investigadores de Neuropsicologia levaram a cabo uma experimentação na qual constam dois grupos de indivíduos; num deles, cada participante iria jogar um jogo ativamente, enquanto no outro grupo, cada um iria assistir a um vídeo de uma outra pessoa a jogar esse jogo, adotando assim uma postura mais passiva. Os pesquisadores concluíram que os jogadores ativos mostraram mais ativação de circuitos neuronais ligados a partes do cérebro relacionadas à motivação e recompensa do que aqueles que assistiram passivamente. Assim, a interação (ativa) com o jogo mudou os padrões emocionais observados no cérebro dos jogadores, demonstrando como o ser humano experimenta, portanto, recompensas e emoções específicas do ato de jogar.

A capacidade de escolher e controlar as ações num mundo de um jogo conduz à segunda qualidade única dos jogos: a facilidade com que os jogadores podem entrar em um estado de desempenho ideal e prazeroso que o pesquisador de psicologia Mihaly Csikzentmihalyi chama de fluxo. Quando as pessoas estão em fluxo, o tempo parece desaparecer e é como se os problemas pessoais se haviam esbatido temporariamente. Jogos bem projetados, com o controlo que oferecem aos utilizadores sobre as ações nesse mundo novo, envolvem prontamente os jogadores num estado de fluxo.

Existem oito fatores que podem definir o estado ideal de fluxo: uma atividade desafiadora que requer habilidade, uma fusão de ação e consciência, objetivos claros, feedback direto e imediato, concentração na tarefa a ser efetuada, sensação de controlo, perda de consciência de si próprio e, finalmente, um senso de tempo alterado.

Fluxo significa que os jogadores são mantidos num local onde eles têm a quantidade certa de habilidade para enfrentar os desafios à mão – isto é, para existir fluxo é necessário que existam níveis de habilidade e desafio equilibrados, uma vez que pouca habilidade pode resultar em ansiedade e frustração e pouco desafio pode resultar em tédio ou apatia. É por isso que os designers de jogos visam oferecer ao jogador escolhas interessantes que se enquadram naquele ponto de vista, gerando fluxo.

Quando os jogadores discutem as emoções que sentem ao jogar, muito do seu vocabulário está relacionado ao conceito de “flow”, quando expõem termos como curiosidade, empolgamento, desafio, euforia ou triunfo, ou a falta do próprio, falando sobre frustração, confusão e desânimo.

Quando os designers oferecem escolhas interessantes e mantêm os jogadores no fluxo, eles também podem começar a evocar outra classe de sentimentos nos jogadores - as ricas emoções sociais que são vivenciadas no relacionamento com os outros.

Com o tempo, os espectadores ou leitores formam ligações poderosas com os personagens, um fenómeno conhecido como "interação parassocial" que consiste na existência de uma relação unilateral em que estes passam a considerar as personalidades dos personagens dos media como amigos, apesar de não existir interação ou esta ser limitada para com os mesmos (https://www.perplexity.ai/search/08caa699-0b05-42dc-b6a5-6e31914aa899?s=u). Uma técnica usada pela media cinematográfica para criar apego é mostra um personagem a curta distância, através de um close-up, para criar a ilusão de distância íntima entre o personagem e o espectador. Tais técnicas ampliam a identificação com as pessoas e situações virtuais.

Filmes e livros, por exemplo, podem evocar respostas socio-emocionais poderosas (permitindo a interação parassocial), uma vez que, ao serem presenciadas pelas pessoas que os leem, assistem ou ouvem, estas vão sentindo-se como que cada vez mais imersas na situação da qual está a ser testemunha, de forma que se sentem como se estivessem realmente nesse espaço. Ora, sabendo que os jogos são capazes de criar ligações e emoções ainda mais fortes que os dois tipos de media anteriormente referidos, visto que, e tal como já foi referido anteriormente, o jogador ter um papel mais ativo no desenrolar do jogo e, com isso, nos destinos das personagens que lhes são apresentadas, através das escolhas que poderá desempenhar e das consequências que daí advêm, é normal deduzir-se que, no caso dos jogos, os jogadores passarão a importar-se com os personagens e das situações e acontecimentos que estão a atravessar como se estes fossem reais com uma intensidade superior à que seria expectável no caso de filmes e livros.

Acredita-se que essas técnicas (como a criação de intimidade entre jogador e personagem, a possibilidade de escolher o que lhe irá acontecer, a exposição ao mundo virtual que influencia essa mesma personagem e a defesa de um balanço entre habilidade e desafio que promova o “flow”, entre outros) evocam emoções porque refletem a maneira como o cérebro humano entende o mundo exterior na vida quotidiana; o cérebro de um dado indivíduo compara o que o hospedeiro sente e experimenta num determinado momento (como aquele em que se encontra a jogar, ou seja, perante um mundo virtual) com as experiências passadas do próprio, quer sejam reais ou criadas pela media, para proporcionar um conjunto de respostas emocionais e cognitivas.

Se um jogador ver, ouvir ou até mesmo formar uma imagem mental de uma pessoa que experimenta sentimentos num ambiente social no qual ele próprio também está imerso (no mundo virtual), o seu cérebro é levado a acreditar que uma experiência social real está realmente a ocorrer. Os jogadores entregam-se a essa ilusão conscientes e de livre vontade.

Os jogos são o único tipo de media no qual alguém que vive a situação, aproximadamente, de igual forma que os personagens que habitam o mundo virtual, pode afetar os resultados da história diante dele mesmo; o jogador é um ator no jogo porque pode alterá-lo e influenciá-lo, é uma parte direta do mundo que é criado, e não apenas uma testemunha que se encontra separada desse mundo fictício.

A capacidade de evocar sentimentos reais de culpa a partir de uma experiência ficcional é exclusiva dos jogos.

Como dependem da escolha ativa do jogador, os jogos têm uma paleta adicional de emoções sociais à sua disposição.

*Train*, de Brenda Brathwaite Romero, é um exemplo de um jogo que apela a escolhas interessantes e ao estado de fluxo para envolver os jogadores em escolhas e resultados sociais.

TALVEZ SEJA UMA BOA IDEIA DAR O EXEMPLO MAIS APROFUNDADO DE TRAIN NA DISSERTAÇÃO

Ela mesmo acredita que os jogos são ótimas ferramentas para evocar sentimentos de cumplicidade, difíceis de alcançar em outras medias.

“O poder de um jogo está na sua capacidade de nos aproximar do assunto, e não há outro meio que tenha esse poder”, diz Romero.

Os jogos, sejam eles digitais ou não, são capazes de evocar emoções profundas e de base social desencadeadas por escolhas e consequências.

Desde os dias do antigo teatro grego e provavelmente muito antes, os contadores de histórias criaram personagens específicos com os quais os espectadores ou leitores poderiam identificar-se; estes, designados geralmente por protagonistas, são conhecidos no ramo dos jogos como “personagem do jogador” ou avatar.

Assim como os protagonistas de um filme, um jogador aprende sobre os avatares por meio da observação da sua aparência e de como ele reage perante outros personagens.

O jogador encarna o avatar, tendo em conta que, dentro do mundo de jogo, ele age como o próprio, adotando as suas preocupações e lutando pelos seus objetivos; assim, promove-se a projeção dos jogadores nos avatares em quatro níveis – visceral, cognitivo, social e fantasioso.

O nível visceral da experiência do personagem está relacionado à fisicalidade do jogador, com as suas capacidades e tendências físicas específicas que irão servir para controlar a personagem e, por conseguinte, a ação; é a ideia da existência física do jogador e da sua habilidade e força ao jogar que irá contribuir para manipular a personagem no mundo de jogo.

O nível cognitivo da experiência do personagem está relacionado a certas estratégias, ações e reações que são recompensadas em detrimento de outras, por meio de escolhas do designer as mecânicas de jogo e seus consequentes resultados.

O nível social da experiência do personagem transmite a ideia do ato de que o jogador, ao habitar um mundo virtual social e controlar uma nova persona, possa experimentar qualidades sociais que normalmente não possui, nomeadamente, na vida real.

Todos estes níveis servem para juntos, permitir que o jogador explore personas alternativas fantasiosas de si mesmo por meio do desempenho real do jogo, fornecendo um nível de fantasia de experiência de personagem.

Ao longo do jogo, os jogadores aprofundam-se nas motivações e nas possibilidades viscerais, cognitivas, sociais e fantasiosas do avatar, forjando uma identificação baseada na observação, bem como na ação e na experiência.

Há um debate contínuo na comunidade de jogos sobre em que casos se deve adotar a perspetiva em primeira pessoa em detrimento da terceira para o avatar num dado jogo.

A perspetiva em terceira pessoa ajuda a lembrar continuamente aos jogadores quem eles deveriam ser no jogo.

Os jogos exigem que os jogadores ajam e, como tal, parecem implicar os próprios nas ações do avatar que se encontram a controlar que promove criar experiências emocionais.

Jogos como *Cart Life* tornam-se uma ode comovente às provações e tribulações de pessoas comuns que trabalham até serem incapazes de continuar, dia após dia, apenas para sobreviver. Note-se igualmente que neste jogo, os protagonistas são sujeitos, digamos, comuns, dos quais existem inúmeros exemplos na vida real. Ora, sendo o jogador um ser humano que, consciente ou inconsciente, esteja inserido na sociedade real, conhecendo casos reais iguais ou semelhantes aos retratados, torna-se mais fácil a criação de emoção para com estes figurantes.

As interações com os NPCs movem os jogadores além dos sentimentos parassociais para experiências sociais consequentes com emoções e comportamentos sociais associados.

O momento que fez mais jogadores chorarem mais citado em jogos, de acordo com uma pesquisa de 2008 feita por Corey Nolan, é a morte de um NPC com quem os jogadores passaram um tempo considerável durante o jogo – aqui é transmitida a ideia de que, para que haja criação de emoção para com um semelhante, mesmo que este seja fictício, é preciso que haja um tempo de exposição e contexto.

Quando os *Sims* estão a “conversar”, eles não estão realmente a usar palavras. Em vez disso, eles murmuram de uma forma que não pode ser compreendida, mas que não deixa de ser muito expressiva.

Aproveitando nossa tendência inata de responder às dicas sociais como se fossem reais, os designers fornecem aos jogadores avatares para experimentar o jogo e personagens não-jogadores com os quais se pode interagir de maneiras emocionalmente significativas.

A postura corporal de uma pessoa também pode afetar os seus sentimentos. Como a psicóloga social Amy Cuddy, de Harvard, explica numa das palestras TED mais baixadas – se uma pessoa faz uma pose de "alto poder" por alguns minutos em vez de uma "pose de baixo poder", então não apenas relatará sentir-se mais poderoso, mas a química do corpo também mudará, produzindo mais testosterona e menos cortisol - um sinal de baixo nível de stress. Ora, o ato de estar-se sentado é comumente ligado a uma postura de baixo poder, e tendo em conta que o jogo foi elaborado para plataforma Desktop, o que obriga, normalmente, a um jogador dirigir-se a um espaço mais recatado e controlado para o jogar e não a um espaço mais ao ar livre, caso o mesmo fosse passível de ser jogado em dispositivos móveis – o jogador, à partida, procura um espaço no qual poderá estar sentado e perante um computador diante de si, adotando (quase) obrigatoriamente uma postura de baixo poder (pense na hipótese em que o jogo seria jogado no telemóvel; ora, o ato de estar-se de pé não é tão limitativo de se jogar nessa plataforma do que no computador – é mais fácil jogar-se de pé através de um telemóvel do que de um computador, quer ele seja fixo ou portátil). Assim, a escolha Desktop como plataforma para receber o jogo força a que, em princípio, o jogador adote uma pose de baixo poder que, em última instância, promove uma maior tristeza e desconforto emocional no próprio. Tendo em conta tratar-se de um jogo sobre um sénior que sofre de pensamentos mais depressivos, esta é uma forma de aproximar o jogador do avatar, possibilitando uma mais fácil conexão. Além disso, num dos níveis do jogo, existe uma cena na qual o protagonista se encontra sentado na sua poltrona. Ora, tomando à partida como garantido de que o jogador se encontra numa posição semelhante à que ele vê no protagonista, aliado à propensão de sentimentos de conotação mais triste, é como se, de certa forma, o jogador se estivesse a olhar para si mesmo diante de um espelho.

As poses de alto e baixo poder afetam a atitude autodeclarada de uma pessoa, bem como a química corporal e o comportamento de risco.

O efeito emocional baseado no corpo dá aos designers de jogos opções adicionais para afetar as emoções do jogador.

Os jogos têm a capacidade de levar as pessoas a um território emocional diferente de qualquer outro media.

Designers de jogos fazem uso de situações sociais que existem na vida real para criar fortes sentimentos e conexões nos jogadores à medida que eles se envolvem nos desafios de um jogo – o ato de um velho ser ajudado por alguém para atravessar a estrada é, de grosso modo, algo que também acontece na vida real.