

Games: a vida como ela será

OS JOGOS ELETRÔNICOS SE INFILTRAM EM TODAS AS PARTES DE NOSSA VIDA –EM CASA, NA ESCOLA E NO TRABALHO. IBM, MICROSOFT, GOOGLE E ATÉ MILITARES DEPENDEM DELES. MUITO EM BREVE, SUA VIDA INTEGRARÁ O "JOGO DA VIDA", COMO SUGERE ESTA REPORTAGEM

Jesse Schell observou os 400 e poucos espectadores do DICE Summit, evento de design, inovação, comunicação e entretenimento realizado em fevereiro de 2010 nos Estados Unidos. Ele tinha sido convidado para compartilhar ideias sobre seu trabalho na Disney Imagineering, onde ajudou a criar parques temáticos como o dos Piratas do Caribe.

Como o professor da Carnegie Mellon University sabia, contudo, que Mickey lhe cortaria a cabeça se revelasse detalhes protegidos pelos contratos de sigilo, resolveu falar sobre algo bem diferente do inicialmente esperado, na palestra que batizou de "Além do Facebook".

Schell partiu do pressuposto de que um game da vida real pode ser sobreposto à realidade. Você ganharia pontos por praticamente tudo o que fizesse normalmente no curso de 24 horas. Os games estão alterando o comportamento humano, explicou, e isso já acontece. Afinal, os pontos de milhas das companhias aéreas e de cartões de crédito não são recompensas por fidelidade similares às dos games?

Segundo Schell, sensores ficaram tão baratos que estão

sendo incorporados a todos os tipos de produtos. Não demorará muito para as latas de refrigerante tenham microprocessador, tela e câmera embutidos, além de conexão Wi-Fi. E, quando isso acontecer, começará o jogo da vida:

- Você se levanta pela manhã e vai escovar os dentes. A escova "sente" o que você está fazendo e... bom trabalho! Dez pontos do fabricante.
- Você então toma o café da manhã e ganha pontos das indústrias alimentícias.
- Daí pega transporte público, em vez de seu carro, porque assim ganha pontos do governo, que podem ser deduzidos dos impostos.
- Vai a pé de uma reunião à outra e é recompensado por seu plano de saúde.

Schell apresentou, sim, alguns cenários "psicodélicos". Em um deles, uma pessoa se lembra de um sonho no qual sua mãe dança com uma lata de Pepsi gigante. "É o sistema REM-tretenimento, algo que você põe no ouvido e que pode sentir quando entra no sono REM. O sistema então começa a colocar anúncios para influenciar seus sonhos", explicou ele. "Se os anúncios surtem efeito, você ganha descontos no supermercado local."

A reportagem é de **Adam Penenberg**, colaborador da **Fast Company**.

Os aplausos foram fchinha comparados à repercussão na internet O vídeo da palestra se tornou viral e foi baixado milhões de vezes. Alguns acharam a palestra a mais interessante dos últimos tempos; outros a consideraram sinistra. Distopia? Não, ao menos para muitos criadores de games que, como Schell, acreditam que embutir jogos em nossa vida tem o potencial de nos tornar pessoas melhores.

Seth Priebatsch, de 22 anos, diz que largou a Princeton University "para criar uma camada de games sobre o mundo". Ele desenvolveu o Scvngr (pronuncia-se Scavenger), game para aparelhos móveis já presente no Brasil no qual as pessoas realizam tarefas em determinados lugares da vida real -e que tem o Google com um de seus investidores.

Jane McGonigal, diretora de pesquisa e desenvolvimento de games do Institute for the Future, sediado em Palo Alto, Califórnia, acredita que jogos colaborativos podem mesmo ajudar a resolver os desafios mais complicados de nossos tempos: aquecimento global, guerras, pobreza, doenças.

BENEFÍCIOS POTENCIAIS

Se a visão de Schell parece um tanto, digamos, "viajante", leve em conta o seguinte: muito do que ele expôs já existe e está infiltrado em nossa cultura e em nossos negócios de maneiras que mal conseguimos reconhecer.

Claro, 97% das pessoas entre 12 e 17 anos jogam videogames, mas cerca de 70% dos chefes de família norte-americanos também, segundo a Entertainment Software Association. O jogador médio tem 34 anos e faz isso há 12; 40% são mulheres.

Como destaca McGonigal em seu livro *Reality is broken: why games make us better and how they can change the world* (ed. Penguin), os Estados Unidos se tornaram um país de especialistas em games. [Mas, no Brasil, a tendência não parece ser diferente: segundo pesquisa da Newzoo com 20 mil brasileiros entre 10 e 65 anos divulgada em maio último, o Brasil é o quarto maior país em número de jogadores, após EUA, Rússia e Alemanha, com o total de 35 milhões de usuários -45% de mulheres-, o que equívale a 70% da população ativa na internet Eles gastam 10,7 horas por semana nisso, o dobro do consumido na televisão. Vale lembrar que não foram computados dados de países como Japão, Coreia do Sul e China.]

De fato, é uma tendência generalizada. A PwC estima que as vendas de videogames no mundo todo passarão de US\$ 41,9 bilhões em 2007 para US\$ 68,4 bilhões em 2012, superando as receitas de bilheterias de cinema e DVDs.

Não se aterrorizem. Há evidências confiáveis, contudo, de que jogar videogame pode ser benéfico. Estudos indicam, por exemplo, que os videogames melhoram a tomada de decisões, a visão e a coordenação entre visão e mãos.

Um estudo patrocinado pelo Beth Israel Medica Center de Nova York e pelo National Institute on Media and the Family, da Iowa State University, descobriu que cirurgiões que jogam videogame três horas por semana cometem 37%

menos erros e trabalham 27% mais rápido em cirurgia laparoscópica -o que exige o uso hábil de joystick, instrumentos e microcâmera- do que médicos que não jogam.

Os cirurgiões são jogadores em um nicho emergente do setor chamado "games sérios". A Entertainment Software Association afirma que 70% dos maiores empregadores usam software interativo e jogos para o treinamento.

Muitos são simuladores que permitem aos usuários aperfeiçoar habilidades em 2D para depois assumir desafios em 3D -médicos, por exemplo, podem praticar cortando avatares em vez de cadáveres, antes de chegar a seres humanos vivos (veja quadro abaixo).

Exemplos parecidos estão em toda parte, do centro de testes de segurança da Toyota no Japão, que conta com simuladores de direção avançados, ao treinamento de entregadores da UPS, que simula a experiência de caminhar sobre o gelo.

Os games também chegaram à área militar. O "militainment" [termo em inglês que combina "militar" com "entretimento"] é uma ferramenta fundamental de recrutamento e treinamento, perfeita para jovens que já dominam a arte da guerra simulada. Comenta-se que o Exército dos EUA considera muito eficiente o America's Army, game online de tiros no qual os jogadores ganham pontos por explodir combatentes inimigos. Um estudo concluiu que o jogo fez mais para influenciar recrutas "do que todas as outras formas de publicidade do Exército combinadas".

NO AMBIENTE DE TRABALHO

Na IBM existe o curioso cargo de "líder de estratégias de aprendizado virtual (em inglês, v-learning). Quem o ocupa é

BOM USO BRASILEIRO

A Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo possui, desde 2006, o Laboratório de Habilidades Clínicas, onde os estudantes usam manequins computadorizados -leia-se "games"- para treinar antes de se aventurarem a atender pacientes de carne e osso.

Há modelos adultos e crianças em diversas situações que permitem aos alunos enfrentar crises, como emergências e cirurgias. Noelle, por exemplo, é uma boneca que simula uma mulher com gravidez de risco e exige a prática de procedimentos para desenrolar o cordão umbilical, retirar o bebê que não está bem posicionado ou até decidir o que fazer em caso de parada cardíaca da mãe. Os procedimentos podem ser gravados e revisados por professores e estudantes para aperfeiçoar a prática.

Vários hospitais brasileiros já utilizam manequins semelhantes no treinamento de profissionais de saúde em procedimentos de ressuscitação.

Chuck Hamilton, e uma das atribuições mais exóticas de sua lista é administrar 16 mil avatares criados pelos colaboradores da IBM. A empresa, como várias outras, economiza em viagens promovendo convenções e reuniões virtuais; cerca de duas centenas de funcionários, cada um representado por um avatar, podem participar.

Algumas organizações inventam os próprios jogos para treinar seu pessoal. A Sun Microsystems criou dois, *Down of the Shadow Specters* e *Rise of the Shadow Specters*, que se desenvolvem no universo alternativo Solaris, colonizado por uma raça de pessoas que refletem os valores da companhia.

Na firma de consultoria McKinsey, recrutas potenciais joga *Team Leader*, no qual gerenciam uma equipe cujo cliente fictício enfrenta sérios desafios. Os jogadores devem responder a dez questões, cada uma envolvendo um conjunto de decisões.

As arquirrivais Google e Microsoft desenvolvem games para melhorar seus processos. Em 2006, o Google criou um jogo para ajudar a identificar imagens na web. Mecanismos de busca têm dificuldade em pesquisar imagens, e, apesar de os softwares de reconhecimento facial terem evoluído na década passada, um computador não consegue analisar uma foto e dizer quem é a pessoa nem o que ela faz.

A solução do Google foi contar com a ajuda da mão de obra disponível na web, transformando essa identificação em um jogo. O Google Image Labeler [rotulador de imagens do Google] emparelha aleatoriamente voluntários anônimos, aos quais são exibidos conjuntos idênticos de imagens. Eles têm dois minutos para etiquetar cada conjunto. Os jogadores recebem pontos quando suas rotulações coincidem -confirmação de que a classificação faz sentido.

O Code Review Game [jogo de revisão de código], da Microsoft, lida com um problema bem diferente. Em 2007, Ross Smith foi promovido a líder de equipe na empresa, supervisionando 85 programadores bem qualificados que faziam o trabalho de verificar milhares de linhas de código em busca de falhas de segurança. Smith queria saber se um jogo melhoraria a qualidade, produtividade e satisfação de seus funcionários diante dessa tarefa monótona. No Code Review Game, cada uma de quatro equipes escolhe uma seção do código para atacar. Elas recebem pontos com base no tipo de bug que descobrem. O projeto foi tão bem-sucedido que a empresa usou essas equipes para checar pelo menos seis lançamentos.

COM SAÚDE SE BRINCA

Como toda pessoa que faz dieta sabe, o problema de manter-se saudável é a motivação. De aplicativos para iPhone a simuladores sofisticados, estão sendo criados cada vez mais games para motivar pacientes e até médicos.

O HealthSeeker é um game do Facebook desenvolvido para a Diabetes Hands Foundation pela Ayogo, que tem sede em Vancouver, Canadá, em parceria com o Joslin Diabetes Center (filiado à escola de medicina de Harvard). Os jogado-



res recebem recompensas ao praticar atividades saudáveis e podem premiar o comportamento de outros. "Estamos tentando alavancar o que entendemos sobre o funcionamento de nosso cérebro e motivar atitudes mínimas ao oferecer pequenas recompensas", diz Michael Fergusson, fundador da Ayogo.

Dezenas de games foram criados para estimular as crianças a praticar atividades físicas ou a conhecer melhor os alimentos que põem no prato, e o Wii, da Nintendo, hoje é usado amplamente em programas de reabilitação, com pacientes que sofreram derrames, paralisia, fraturas e lesões -eles jogam beisebol, boxe, boliche e tênis e, como ganham pontos, conseguem analisar com facilidade seu progresso.

APRENDER JOGANDO

A educação é outra área que está se beneficiando dos games. Um número crescente de acadêmicos, liderados por James Paul Gee, da Arizona State University, acredita que os videogames podem orientar o aprendizado baseado em solução de problemas, no qual os estudantes desenvolvem habilidades enquanto trabalham colaborativamente para encarar desafios. "O problema é que nossas escolas são focadas na relação entre os fatos e na retenção dessas informações pelos alunos", diz ele. Quando começou a jogar videogames há sete anos, Gee ficou surpreso ao ver que os games estão longe do estereótipo: geralmente são longos e exigentes e tão intuitivos que não precisam de manual.

Em países como Singapura, China e Finlândia -nos quais as crianças se saem melhor em matemática e ciências do que as norte-americanas-, a solução de problemas é a chave do aprendizado. Nos Estados Unidos, a abordagem é oposta: ensina-se matemática como teoria e então são dados

problemas como lição de casa para reforçar o que os alunos aprenderam.

Essencialmente, as escolas estão ensinando o manual sem mostrar o jogo às crianças. Gee argumenta que elas poderiam aprender mais se tivessem de resolver desafios que exigissem o uso de habilidades difíceis.

Há cada vez mais evidências para apoiar essa abordagem. Segundo um relatório de 2006 da Federação of American Scientists, os estudantes se lembram de apenas 10% do que leram e de 20% do que ouviram; se algo visual acompanha uma apresentação oral, a retenção sobe para 30%; e, se eles fazem a tarefa sozinhos, mesmo que seja apenas uma simulação, o índice chega a 90%.

É claro que nem todos estão convencidos disso. "Quem disse que educação tem de ser divertida e não trabalho duro?", argumenta Alexander Galloway, professor da New York University. "Em algum momento, você tem de trabalhar com afinco e memorizar fatos."

Além disso, os videogames fazem o corpo liberar quase o dobro de dopamina que as pessoas têm em repouso [veja quadro nesta página]. Sim, os games podem melhorar o desempenho de maneiras significativas, mas o que aconteceria se empresas nefastas se dessem conta da potencial depen-

dência que a liberação de dopamina causa em nós? É aí que mora o perigo.

POR FALAR EM PERIGO...

Nós, seres humanos, somos bastante suscetíveis a truques viciantes, então é claro que existe muita gente pensando em fazer dinheiro com isso. "A melhor defesa é aumentar a atenção quanto aos perigos de ser manipulado por sistemas de recompensa externos", diz o designer de games David Sirlin.

O Scvngr está crescendo rapidamente e, à primeira vista, parece interessante. No entanto, está no limite dos truques de marketing, já que obviamente pretende alterar o comportamento de seus usuários para beneficiar seus patrocinadores.

O público conseguiria ter consciência e fugir? Para Galloway, "se você for atrás do desejo humano e liberar reações de dopamina em cada estímulo, todo mundo comeria bolinhos recheados o dia todo".

Onde Priebatsch, do Scvngr, vê oportunidade econômica, McGonigal, do Institute for the Future, vê nada menos do que um modo de salvar a espécie humana. Ela acredita que, se queremos nos livrar de problemas como mudança climática, fome, obesidade, pobreza e guerra, precisamos jogar pelo menos 21 bilhões de horas de videogames por semana.

McGonigal gostaria de ver praticamente metade do planeta jogar uma hora por dia, estimativa modesta em relação ao tempo gasto por jogadores hoje. "Acredito que deveríamos gastar por semana umas seis horas em jogos que adoramos, para desenvolver nossas habilidades, e mais uma hora em jogos sérios, que podem mudar a vida e o mundo."

Ela indica, por exemplo, o Evoke, desenvolvido pelo World Bank Institute. O game acontece na África e os jogadores assumem dez missões em dez semanas envolvendo sustentabilidade, ações depois de desastres e direitos humanos.

Para ela, jogos que nos colocam à beira de uma vitória épica são melhores do que a realidade. Com tantos de nós dedicando tanto tempo a esses reinos virtuais, essa brincadeira colaborativa está nos fazendo evoluir como espécie. Jogar com os outros estimula a confiança e a cooperação e constrói relações sociais mais fortes.

No final das contas, a questão dos games é mais parecida com os dilemas da vida - que nem sempre se resolvem com os números 0 e 1 - do que com os próprios jogos. Ou seja, podem estimular ainda mais o consumo ou nos inspirar a ser pessoas melhores, como vaticinou Jesse Schell no encerramento de sua palestra durante o evento de criadores de games. Entre uma coisa e outra, porém, pode haver efeitos imprevistos.

INFLUÊNCIA NO CEREBRO

Um jogo, em essência, é uma experiência com metas claras, regras que forçam o jogador a vencer desafios e feedback instantâneo. Devido a essas recompensas, para cada ponto marcado e novo nível atingido, os jogos disparam no cérebro a liberação de dopamina, hormônio que nos encoraja a explorar e experimentar coisas novas.

Como gostamos da sensação que obtemos quando nosso cérebro é inundado pela dopamina, fazemos o que for preciso para consegui-la, repetidamente. Jogos eletrônicos, assim como máquinas caça-niqueis, são especialmente bons nisso. Eles produzem o "efeito limiar", o mesmo que acomete jogadores compulsivos e viciados em cocaína. É também o que torna possível para os jogadores entrar em um estado mental chamado "fluxo", no qual ficam completamente imersos no que estão fazendo e perdem a noção do tempo.

Em 2003, dois pesquisadores da University of Southern California, dos EUA, estudaram o impacto de games violentos sobre a atividade cerebral. Os indivíduos testados entraram em um equipamento de ressonância magnética para jogar um game de tiros popular. Essas máquinas costumam ser estreitas e barulhentas, e as pessoas geralmente querem sair delas depois de 20 minutos. Os jogadores, no entanto, continuaram ali, felizes e apertados, por uma hora ou mais.

HSM Management

© Fast Company

Reproduzido com autorização.

Distribuído por Tribune Media Services.

Todos os direitos reservados.