

FLOW, FLOWER E JOURNEY NAVEGANDO POR EXPERIÊNCIAS DIGITAIS EM JOGOS INDEPENDENTES

Mestranda Sabrina Ramos Gomes (CEFET–MG)
Graduado Thomaz Martins Maioline (PUC Minas)

INTRODUÇÃO

Com o surgimento de novas tecnologias de comunicação e de veiculação de textos, vivemos um novo momento nos estudos do processo de leitura, de ensino e de aprendizagem, e, estética, portanto, se faz necessário examinar de que forma os novos conceitos e textos advindos das novas tecnologias emolduram nossa forma de experimentar o mundo atual. Os jogos vernaculares eletrônicos, conhecidos mais comumente como *video games*, fazem parte desse novo panorama das tecnologias audiovisuais que emergem do desenvolvimento tecnológico na área de comunicação. Sendo assim, os jogos podem ser tidos como objetos midiáticos, e como tais são importantes objetos de estudos, pois fazem parte do cotidiano e dos hábitos de consumo de grande parte da população mundial.

A pesquisadora Jane McGonigal, em uma palestra realizada em 2010 para TED Talks[1], afirmou que os jovens americanos jogam, em média, 10.000 horas antes de completarem 21 anos de idade e que esse número de horas é suficiente para tornar alguém especialista em uma área específica. A partir desse dado pode-se ressaltar a relevância de se pesquisar o impacto que os jogos têm na vida dos jovens e como estes podem utilizar isso a favor do aprendizado escolar e acadêmico. Partindo, então, do pressuposto de que o jovem brasileiro, mesmo não tendo o mesmo acesso à tecnologia e aos *games* que o americano, ainda é um consumidor efetivo de jogos – como nos mostra a pesquisa da USP de 2013, *Gameificação aplicada à educação: um mapeamento sistemático* – ressaltamos a necessidade de se compreender mais sobre os jogos no nosso contexto nacional.

Videogames, então, podem ser considerados uma mídia, na qual um jogador, por meio de um suporte de interação, vivencia uma experiência estética imersiva de caráter de fruição. Essa visão corrobora com a de Jull sobre os jogos eletrônicos digitais:

Videogames demandam muito mais do que outras formas de arte. Eles demandam mais tempo exigem mais concretamente que o jogador entenda as convenções sobre as quais eles são construídos. Um jogo pode ou não se encaixar na vida de um jogador. Um jogo pode exigir hardware que o jogador não possua ou não tenha interesse em possuir, e pode se basear em convenções que o jogador desconhece, e exigir habilidades que o jogador não tem (JUUL, 2005 s/p).

Jull (2005) defende que os jogos apresentam narrativas na sua constituição, mas a ideia, o que realmente os define, é o fato de que os jogos de *videogame* são baseados em regras e são elas que caracterizam o como fazemos; ou seja são elas que norteiam todo o processo do jogo. “Em *videogames*, as regras são inicialmente ocultas do jogador – isto significa que é mais provável que o jogador tenha de usar o mundo do jogo para fazer inferências sobre as regras. De fato, o jogador talvez precise de um mundo ficcional para entender as regras”. (JUUL, 2005, p. 176). Freitas (2015) também corrobora com a ideia de que o *videogame* em especial tem um caráter ficcional, mas não é somente esse caráter que o define como mídia:

O que essa afinidade significa para o *videogame*? Nem todo jogo é um jogo de mimicry, mas os jogos digitais quase sempre o são. Na verdade, arrisco-me a dizer que esta seja talvez uma das características distintivas do meio, que o separa de outros tipos de jogos, como os

esportes: no *videogame*, há uma conexão reflexiva entre, de um lado, as regras e parâmetros do jogo e, de outro, uma ficção (FREITAS, 2015, p. 58).

Considerando o acima citado, em especial a tese de Freitas (2015) acerca dos jogos digitais como experiência para analisarmos como *Flow*, *Flower* e *Journey* configuram para o leitor/jogador uma experiência artística. Analisando como esses jogos proporcionam significações diferenciadas e, portanto, com potencial artístico e estético diferenciado de outros exemplares da mídia *videogame*. A presente pesquisa se encontra em andamento e, assim, apresentaremos a revisão teórica, passível assim como um quadro descritivo dos jogos acima citados com intuito de elucidar a pesquisa em andamento.

Thatgamecompany, é um pequeno estúdio americano encabeçado por Jenova Chen and Kellee Santiago, dois estudantes da *Interactive Media Program* da *University of Southern California School of Cinematic Arts*. Com o crescimento das redes *online* e da cultura de jogos distribuídos por *download*, os desenvolvedores se aproximaram da Sony. Como os executivos da empresa japonesa estavam impressionados com o título em *Flash* “*Flow*”, o estúdio, então, recebeu fundos da empresa e espaço dentro dos escritórios da Sony em Los Angeles.

O estúdio é focado na criação de *videogames* que provocam reações emocionais aos jogadores. O primeiro título foi o *game Cloud*, desenvolvido no último ano Programa de Mídia Interativa na Universidade da Califórnia do Sul. A proposta era desenvolver um jogo de *videogame* capaz de expressar algo diferente do que os *games* fizeram até então. Ao mesmo tempo, ler se o mercado e os jogadores têm interesse em jogos desse tipo. Em seu *website*, a empresa explica que o trabalho de desenvolvimento começa com os desenvolvedores mapeando o que gostariam de fazer o jogador sentir, ao contrário de estabelecer as já conceitualizadas mecânicas de jogo.

Os jogos criados por esta companhia possuem conceitos narrativos pouco convencionais, como vemos em *Flow*, jogo no qual o jogador navega por uma série de planos bidimensionais como um microrganismo aquático que se desenvolvem absorvendo outros microrganismos; *Flower* aonde o jogador controla o vento e o seu objetivo é polinizar flores, trazendo vida e cores para uma um planeta cada vez mais monocromático. Os jogos não possuem textos ou diálogos, formando um arco narrativo unicamente através de representações visuais e pistas emocionais; e *Journey*, jogo no qual o jogador controla uma figura vestida com um *Manto* vagando em um vasto deserto, viajando em direção a uma montanha à distância. Outros jogadores na mesma jornada podem ser descobertos, e dois jogadores podem se encontrar e se ajudar, mas eles não podem se comunicar via discurso ou texto e não podem ver os nomes uns dos outros até depois dos créditos do jogo. A única forma de comunicação entre os dois é um carrilhão musical (sinos que tocam ao vento). Este carrilhão também transforma pedaços de pano duros e rígidos encontrados em todos os níveis em vermelho vibrante, afetando o mundo do jogo e permitindo que o jogador progrida nos níveis.

FLOW

Em *Flow* (2007) somos apresentados a uma criatura que paira em um oceano que remete à Terra em seus primórdios. O objetivo do jogador é se alimentar de seres mais simples, para assim ficar maior, e evoluir, sendo então, capaz de devorar criaturas cada vez maiores e complexas. Com o auxílio de um ícone semelhante a uma seta, é possível mergulhar cada vez mais fundo, onde vivem seres cada vez mais complexos. O jogo busca simular uma experiência evolutiva, no qual um ser unicelular fica cada vez maior e mais complexo ao ganhar experiência e crescer, o que remete a evolução dos seres vivos na terra, que inicia-se com seres unicelulares pouco diversos e ao passar do tempo vão se tornando seres mais complexos.

Os controles são apresentados em um tutorial simples. Com o direcional, a criatura se move em oito eixos dentro de um plano em duas dimensões. Quando mudamos a profundidade, há uma rápida percepção de um ambiente em três dimensões. *Flow* joga com conceitos de linearidade, já que muitas vezes precisamos voltar para áreas mais rasas para encontrar criaturas enormes, que assim como o jogador, está em busca de criaturas menores. E o jogo flui, como diz o título, por meio de movimentos simples da criatura predadora no cenário azul escuro (FIGURA 1) e com as criaturas presas vibrando tanto em cores diferentes (FIGURA 2) e fluorescente refletindo o fluxo pulsante da vida.



FIGURA 1 - Screenshot de *Flow*

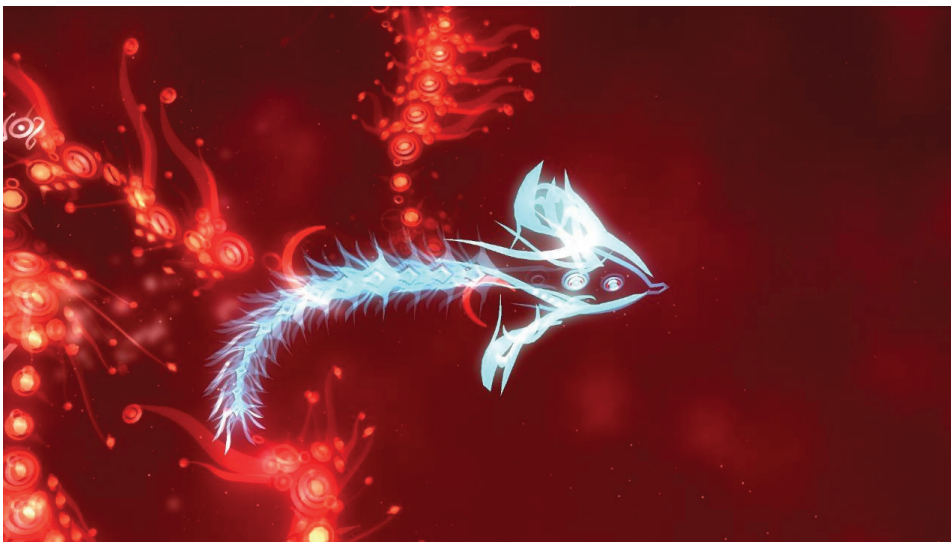


FIGURA 2 - Screenshot de *Flow*

FLOWER

Flower (2009) é um jogo que busca simular a experiência do pólen em busca das flores. Aqui o jogador controla o vento com a tarefa de polinizar e assim colorir um campo com flores. O jogo, inicialmente parece se desenvolver em um ambiente intocado pelo homem, a natureza em seu estado puro, com uma infinidade de cores e grande variedade de formas. O som do jogo embala todo o conceito, com uma trilha sonora calma em todo o trajeto, mas quando o vento encontra uma flor, a trilha

sonora entra em crescimento.

Flower faz uso da capacidade do controle de movimento do Playstation 3, assim o jogador usa apenas um botão para “soprar o vento”. Toda a ação de se mover pelo cenário é feita movimentando o controle para os lados, para cima e para baixo, simulando a proposta inicial do *game*: controlar o vento (FIGURA 3). Enquanto estamos em meio a natureza, o *game* é simples e calmo. Porém, quando nos aproximamos dos primeiros sinais do homem, a jogabilidade se altera, cobrando movimentos mais complexos. A eletricidade de uma torre de transmissão destruída assume um papel importante, carbonizando pétalas e atrapalhando a progressão (FIGURA 4).



FIGURA 3 - Screenshot de *Flower*

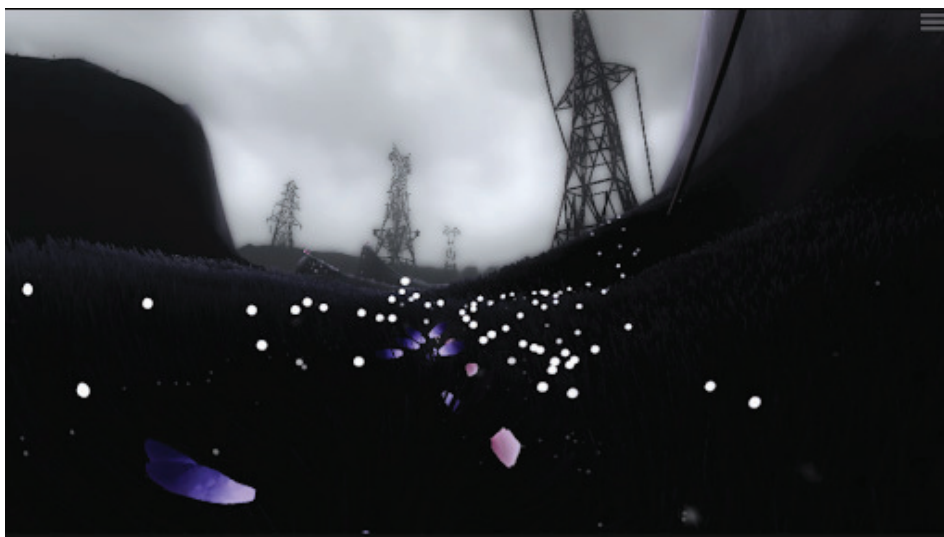


FIGURA 4 - Screenshot de *Flower*

Quanto mais se avança no jogo, mais o jogador se aproxima da civilização. Nesse processo o cenário começa a perder suas cores e as flores ficam cada vez mais difíceis de se encontrar. Metaforizando a relação Homem-Natureza, e como a presença humana dificulta a proliferação da vida vegetal que cada vez mais é limitada pelo ambiente urbano. O jogo pode levar a inferência de que a dicotomia homem-natureza é maléfica, afinal, a dificuldade aumenta com a presença humana, no entanto, o desenvolvedor nega que queria mandar uma mensagem, seu intuito era focar na experiência como visto em sua entrevista no *site* gamasutra.

JOURNEY

O jogo nos apresenta um personagem despertando em meio a um deserto, o qual não podemos definir o gênero pois ele é coberto por um *Manto* que cobre tanto suas feições como seu corpo. É interessante ressaltar essa escolha estética, afinal, ela remete ao nosso imaginário de deserto, com os beduínos em suas várias camadas de roupa esvoaçantes e fluídas, que os escondem e protegem. Além disso, essa estética composta por tecidos fluidos serve também para ressaltar o efeito dos ventos na personagem, contribuindo com mais uma experiência sensorial mista para o jogador que sente, pelo controle, a força dos ventos e vê as roupas da personagem fluírem de acordo com os ventos do deserto (FIGURA 5).



FIGURA 5 - Screenshot de *Journey*

O jogo nos apresenta um rápido tutorial: o direcional do joystick para se movimentar, um botão de pulo e outro que emite uma nota musical. A nota musical muda de acordo com a forma com que se aperta o botão e, por fim, se mescla com a trilha sonora do *game*. Uma montanha no horizonte é colocada em foco para o jogador. Uma montanha com um feixe de luz. Não há mais nada. O jogador instintivamente sabe que deve partir naquela direção. Cabe ao jogador descobrir o que fazer e como fazer. (FIGURA 6).

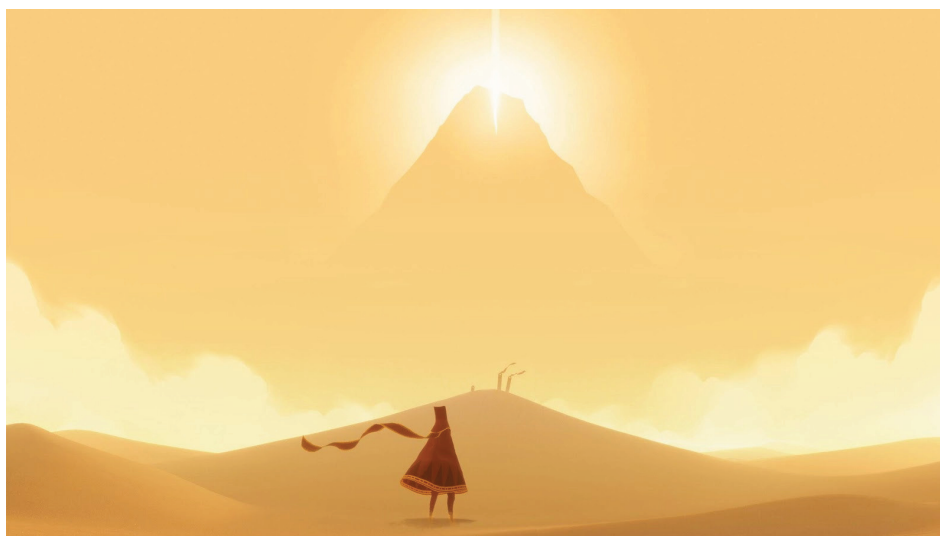


FIGURA 6 - Screenshot de *Journey*

O deserto é um conceito quando pensamos no design do jogo. Não apenas o deserto se mostra vasto e vazio, exceto pelas Ruínas e desfiladeiros, o que cria no jogador um efeito de se sentir minúsculo em meio a tamanha imensidão. Esse efeito também é reforçado pela paleta de cores pastéis usada pelos desenvolvedores para o cenário e uma paleta mais quente para o personagem, que elevam ainda mais a sensação de ele ser um ponto em meio ao mar arenoso. Furacões e chuvas fortes também precisam ser vencidos. Não há inimigos para vencer, o desafio se resume à jornada. A recompensa é a jornada. Repetidas vezes o jogador é colocado no topo de uma colina com a montanha ao fundo. Quanto mais avançamos, mas perto vamos ficando dela.

Journey é uma experiência *multiplayer*, mas ao contrário de jogos onde chat por voz é comum, aqui não há diálogo. Encontramos jogadores durante o *game*, mas nenhuma mensagem é trocada. Não sabemos os nomes deles. O melhor de tudo é que isso funciona, pois ficamos com vontade de ficar perto de outra criatura naquele deserto enorme. O jogo não deixa de ser uma experiência técnica quando pensamos em gráficos e som. Mesmo se tratando de um jogo curto de um estúdio pequeno, *Journey* possui momentos que beiram o fotorrealismo. Seja o detalhe de grãos de areia se movendo ao vento ou o alto contraste quando deslizamos ladeira abaixo em dunas que cobrem cavernas e construções abandonadas durante o crepúsculo. O jogador fica diante uma composição imagética fora do comum .

CONCLUSÃO

Journey é um *game* curto, sendo possível terminá-lo em pouco mais de duas horas. O seu ponto forte, como as demais propostas do estúdio, é o que ele faz o jogador sentir. Em *Journey* não é necessário que o jogador lute ou mate. Dentro da experiência *multiplayer*, não é preciso falar nada, ou mesmo saber o nome do jogador que cruza o nosso caminho. Ele pode se juntar ao jogador nessa jornada, caso ele decida por não fazê-lo, o jogo não se altera. *Flow* é um *game* simples de se jogar. Um direcional somado com um único botão de ação é algo que remete aos primeiros jogos domésticos. Porém, chama atenção a maneira como o jogo transforma essa simplicidade em uma experiência rica e complexa. *Flower* se destaca dos outros *games* da desenvolvedora por conta da jogabilidade. O jogo faz uso exclusivo do controle com sensor de movimento do Playstation 3 na sua proposta de colocar o jogador no papel do vento que poliniza as flores.

Os jogos da *Thatgamecompany* são trabalhos de pequeno escopo, com narrativas diferenciadas, mecânicas simples e focados em transmitir sentimentos profundos. São *games* que fogem do estilo tradicional, que utilizam técnicas já estabelecidas com resultados altamente satisfatórios. São jogos para *gamers*, mas também acessíveis para não *gamers*. Os *games* receberam respostas positivas da crítica especializada e da comunidade. *Flow*, *Flower* e *Journey* são jogos que não precisaram fazer uso dos melhores recursos tecnológicos ou dos gráficos mais apurados para proporcionar uma experiência diferenciada e interessante, o que reflete que a experiência do jogar vai além de gráficos, narrativas ambiciosas ou mecânicas complexas, e está muito mais ligada aos sentimentos despertados por tais experiências, mostrando assim a potência estética que os *games* podem proporcionar.

REFERÊNCIAS

BORGES, Simone de S; REIS, Helena N; DURELE, Vinícius H. S; BITTENCOURT, Ig I; JACQUES, Patrícia A. e ISOTINI, Seiji. *Gameficação aplicada à Educação: um mapeamento sistemático*. Segundo Congresso Brasileiro de Informática na Educação. (CBIE 2013). Disponível em < www.br/ie.org/pub/index.php/cbie/article/view/2501.> Acesso em 10/02/2019.

ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

FREITAS, Filipe Alves de. *A Poética do Video Game: Um estudo do potencial estético dos jogos digitais casuais*. Belo Horizonte: UFMG, 2015. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens*. O jogo como elemento da cultura . São Paulo: Perspectiva, 2010.

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

RYAN, Marie-Laure. *Narrative as Virtual Reality*. Immersion and interactivity in literature and electronic media. Baltimore: The John Hopkins University Press, 2001.

TAVINOR, Grant. *The Art of Videogames*. Malden MA: Wiley Blackwell, 2009.

Site oficial da empresa That Game Company. <<http://thatgamecompany.com/>> Acesso em 10/02/2019

Entrevista com o desenvolvedor Jenova Chen. <<https://www.gamesindustry.biz/articles/thatgame-companys-kellee-santiago-interview>> Acesso em 10/02/2019

Entrevista com o desenvolvedor Kellee Santiago. <http://www.gamasutra.com/view/news/24878/GDC_Europe_Thatgamecompanys_Santiago_On_Flowers_Emotional_Search.php> Acesso em 10/02/2019

[1] Palestras gratuitas curtas das mais diversas áreas vinculadas *online* em uma plataforma *online* própria TED (Technology, Entertainment, Design) e também pelo *Youtube*. Esse grupo tem como slogan Ideas Worth sharing e se propõem a disseminar ideias inovadoras de diversos campos de conhecimento.