

# Um Jogo de Realidade Alternativa para a Disseminação da Cultura e História de Feira de Santana

Matheus Teixeira dos Santos<sup>1</sup>, Victor Travassos Sarinho<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Laboratório de Entretenimento Digital Aplicado - LEnDA  
Universidade Estadual de Feira de Santana - UEFS  
Feira de Santana, Bahia, Brasil

teixeirista@gmail.com, vsarinho@uefs.br

**Abstract.** *Digital games are widely used as learning tools. Even when they do not address a topic with the direct objective of teaching, games are able to make the player absorb content just by experiencing it through interactions with the proposed environment. Seeking to provide a new way of learning the history of the city, this project proposes the development of an alternative reality game that addresses important themes of the culture and history of Feira de Santana.*

**Keywords:** *Alternate reality game; History; Feira de Santana.*

**Resumo.** *Jogos digitais são muito utilizados como ferramentas de aprendizado. Mesmo quando não abordam um tema com o objetivo direto de ensinar, jogos são capazes de fazer com que o jogador absorva um conteúdo apenas vivenciando o mesmo através das interações com o ambiente proposto. Buscando proporcionar um novo meio de aprendizado da história da cidade, este projeto propõe o desenvolvimento de um jogo de realidade alternativa que aborda temas importantes da cultura e história de Feira de Santana.*

**Palavras-chave:** *Jogos de realidade alternativa; História; Feira de Santana.*

## 1. Introdução

Assim como acontece com várias cidades brasileiras, a cidade de Feira de Santana possui uma rica e, na maior parte dos casos, esquecida história. História essa que passeia por personalidades marcantes, festejos populares, lendas urbanas para assustar crianças (e adultos), patrimônio histórico e cultural e os diversos mananciais aquíferos que outrora batizaram a Santana dos Olhos D'Água.

Como já foi dito, esse não é um fenômeno exclusivo da cidade, como observa [Lóssio and Pereira 2007], quando, falando sobre a situação geral do Brasil, diz que “a cultura popular ainda é vista como subcultura [...] Há ainda, uma certa exclusão com os fazedores da cultura popular local”.

Felizmente, esse cenário parece estar mudando. Nos últimos anos, diversas iniciativas de resgate da história da cidade surgiram em diferentes mídias, mas predominantemente na internet. Essas iniciativas partem tanto de cidadãos comuns que criam grupos no Facebook e páginas no Instagram para compartilhar fotos antigas da cidade, quanto de meios oficiais, como é o caso do Memorial da Feira [Prefeitura Municipal de Feira de

Santana 2019], um portal digital da prefeitura que reúne fotos, textos e vídeos icônicos da cidade.

Segundo [Savi and Ulbricht 2008], “os jogos digitais já assumiram um papel de destaque na cultura contemporânea, levando diversos pesquisadores a desenvolverem estudos para entender porque os jogos digitais são tão atraentes e quais impactos causam na vida das pessoas”. Os jogos digitais capturam a atenção do jogador ao oferecer desafios que exigem níveis crescentes de destreza e habilidades, como associação de ideias e raciocínio lógico e indutivo, entre outras [Moratori 2003].

Observando o potencial que os jogos possuem no aprendizado, este projeto propõe a criação de um jogo digital de realidade alternativa dividido em fases, onde cada fase aborda um aspecto cultural de Feira de Santana, sejam personalidades históricas, folclore, monumentos, lugares e acontecimentos marcantes.

## 2. Fundamentação Teórica

### 2.1. Jogos Digitais e Aprendizagem

Segundo [Lucchese and Ribeiro 2009], um dos intuitos fundamentais dos jogos é educar. Todo tipo de contato com os jogos tende a agregar novos conhecimentos e experiências ao jogador.

Para [da Silva Leite and de Mendonça 2013], “os games respeitam os diferentes estilos de aprendizagem e com isso permitem uma maior aproximação entre conteúdo e alunos, principalmente por poder atender às principais características de aprendizagem dos nativos digitais, além de fazer parte do seu dia a dia e do seu mundo”.

No caso de [Prensky 2012], este defende o uso de jogos como ferramenta educacional. Ele afirma que “é possível melhorar o ensino para alunos e professores através da união entre o envolvimento que se consegue por meio de jogos e o conteúdo de aprendizagem”.

### 2.2. Game Design Canvas

O Game Design Canvas (GDC) é uma ferramenta usada para definir os elementos fundamentais de um jogo. Segundo [Sarinho 2017], “ele permite uma visão simplificada em alto nível do jogo, garantindo uma rápida assimilação e compreensão para aplicação no projeto”. Já o Game Design Canvas Unificado proposto por Sarinho [Sarinho 2017], este se baseia nos seguintes elementos:

- **Game Concept:** Informações acerca do nome, inspirações, ideias e objetivos do jogo proposto;
- **Game Player:** Informações acerca do público que pretende-se alcançar com o jogo;
- **Game Play:** Regras gerais do jogo, como condições de vitória e derrota, objetivos e desafios do jogador, recompensas, dentre outros;
- **Game Flow:** O que o jogador deverá fazer para atingir seus objetivos no jogo;
- **Game Core:** Como o jogador interage diretamente com o jogo, explicitando os controles, além de algumas definições de comportamento do jogo de acordo com o avanço do jogador;

- **Game Interaction:** Plataformas onde o jogo estará disponível, dispositivos de entrada e saída do jogo;
- **Game Impact:** Sentimentos e outras consequências que o jogador terá ao jogar, como diversão, frustração, aprendizado, dentre outros; e
- **Game Business:** Informações do mercado onde o jogo irá se encaixar.

### 2.3. Jogos de Realidade Alternativa

Jogos de Realidade Alternativa (ARGs) são difíceis de definir, já que não se pode encaixá-los em uma categoria específica, como a de um simples jogo digital, ou um jogo de tabuleiro. Ainda assim, podem utilizar esses meios e diversos tipos de mídia para transmitir suas regras [Cordeiro 2012]. Dessa maneira, define-se os jogos de realidade alternativa como jogos que fazem o jogador interagir fora do mundo virtual proposto.

ARGs foram muito utilizados em campanhas publicitárias. Por exemplo, para o lançamento do jogo Halo 2 em 2004, a Microsoft encomendou um jogo de realidade alternativa chamado *I Love Bees*. O ARG começou quando, no fim do trailer de anúncio do Halo 2, o site do Xbox mudava momentaneamente para o link “ilovebees.com”. O link levava para um site que mostrava apenas um informativo sobre como cuidar de abelhas. Porém, com o passar dos dias, fãs notaram que o site exibia erros estranhos, como se estivesse sendo hackeado. No fim, os erros do site estavam relacionados à história do Halo 2, e os fãs se dedicaram a investigar as pistas e solucionar os mistérios daquela “invasão”. O site foi acessado por mais de 3 milhões de pessoas, se tornando um marketing viral de extremo sucesso [McGonigal 2008].

## 3. Metodologia

A primeira etapa do desenvolvimento foi a escolha dos temas que cada fase abordaria, que foi guiada pelos seguintes aspectos:

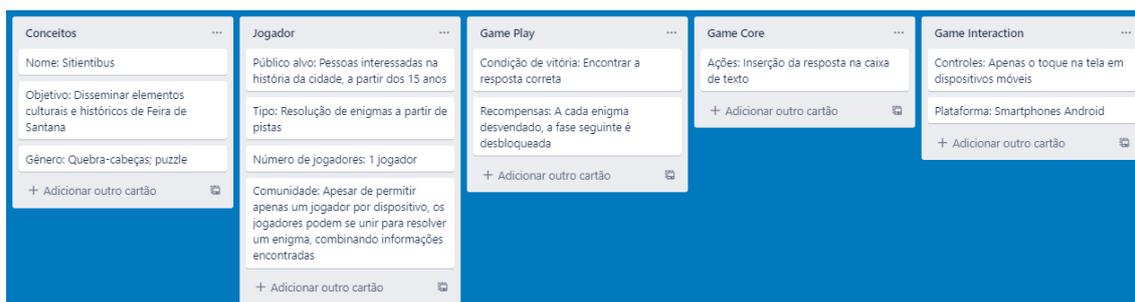
- Popularidade do assunto dentro do senso comum feirense;
- Quantidade de informação disponível na internet;
- Potencial de entretenimento do assunto.

Em relação ao primeiro tópico, percebeu-se logo de início que: a esmagadora maioria dos temas analisados não eram muito conhecidos pela comunidade. Apenas alguns grupos de nicho apresentavam conhecimento prévio sobre os assuntos. Logo, esse tópico foi o que menos teve peso na decisão de abordagem.

Como o jogo foi feito para ser jogado por qualquer pessoa que tivesse acesso à internet, era imprescindível que uma quantidade razoável de informações sobre o tema estivesse disponível na rede. Este tópico, aliado ao potencial de entretenimento, foi os que mais guiou na escolha das fases do jogo. Além disso, por ter sido pensado para ser um jogo de apenas 9 fases, seria impossível abordar todos os assuntos importantes da cidade. Portanto, dentre todos os assuntos considerados, foram escolhidos aqueles que fossem passíveis de organização dentro de uma curva de dificuldade razoável.

### 3.1. Design do jogo

Para auxiliar no desenvolvimento do jogo, foi elaborado um GDC que apresenta o objetivo, o gênero, o público-alvo, a condição de vitória, as interações e a plataforma alvo do mesmo (Figura 1).



**Figura 1. Game Design Canvas do jogo proposto.**

### 3.2. Desenvolvimento do Jogo

Para a implementação do projeto, foi escolhida a ferramenta *Unity*<sup>1</sup>, uma plataforma de desenvolvimento de jogos que utiliza a linguagem de programação *C#* e que é amplamente utilizada por desenvolvedores independentes devido a sua capacidade de desenvolvimento tanto de jogos 2D quanto 3D, além de sua ampla e detalhada documentação, facilidade de acesso a tutoriais da comunidade, e compatibilidade com múltiplas plataformas. Apesar da Unity também fornecer um editor de códigos próprio, optou-se pela utilização do *Visual Studio Code* para este fim.

### 3.3. Formato dos Enigmas



**Figura 2. Modelo das fases do jogo proposto.**

A Figura 2 apresenta o modelo padrão da interface dos enigmas do jogo. Cada fase possui um título e um corpo, além do espaço para inserir a resposta.

Tanto o título quanto o corpo se tratam de dicas para resolver o enigma e, a princípio, são as únicas informações que o jogador possui. Como já foi mencionado anteriormente, as fases foram projetadas para serem resolvidas com a ajuda da internet. Dessa forma, o jogador precisa sempre pesquisar as informações dadas pelo enigma para começar a resolvê-lo.

<sup>1</sup><https://unity.com/>

Além das informações fixas na tela, o jogo também dá algumas dicas quando o jogador está no caminho certo para encontrar a resposta. Por exemplo, em um enigma cuja resposta seja “Feira de Santana” e o jogador responda apenas “Feira”, o jogo sinalizará que a resposta está incompleta. Já em casos onde o jogador está seguindo a pista certa, mas não está tão próximo ainda da resposta, o jogo dará dicas mais específicas, na tentativa de auxiliar o jogador. Essas dicas específicas variam de acordo com a resposta que o jogador insere e com a fase em que ele se encontra no jogo. Caso o jogador insira uma resposta que não é a resposta certa e não está no caminho da mesma, o jogo apenas indica que a resposta está incorreta.

Conforme o jogo avança, a curva de dificuldade vai aumentando e os enigmas vão ficando cada vez mais complicados e com mais etapas necessárias para sua resolução. Em alguns casos, apenas pesquisar o que está na tela pode não ser o caminho certo. Às vezes, o jogador precisa, primeiro, identificar do que se trata um código que aparece na tela, convertê-lo e utilizá-lo para complementar um link. Só então ele pode começar a procurar uma possível resposta.

#### **4. Resultados Obtidos**

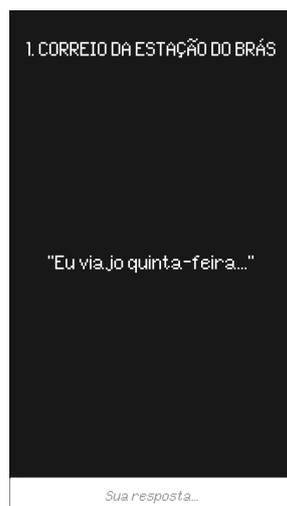
Os elementos escolhidos como tema dos 9 enigmas presentes no jogo foram:

1. A música “Correio da Estação do Brás”, do artista Tom Zé, que fala sobre o costume que as pessoas tinham de enviar cartas através de pessoas que viajavam para uma determinada cidade;
2. O motivo do nome do bairro Tomba [Feirenses 2016b];
3. O Rio Subaé, que nasce na própria cidade [Bahia Já 2009];
4. O apelido “Princesa do Sertão”, dado pelo escritor Ruy Barbosa [iBahia 2014];
5. Os nomes atuais dos antigos conjuntos Feira I, II, III e VIII, que “sumiram” do mapa da cidade [Feirenses 2016a];
6. As nove lagoas que ainda existem na região central da cidade, muitas delas abandonadas [Feirenses 2015a];
7. O Bicho do Tomba, uma lenda urbana que falava sobre um bicho que assombrava a cidade;
8. O Bando Anunciador, festa de rua tradicional que acontece há mais de 150 anos [Feirenses 2015b]; e
9. Lucas da Feira, cangaceiro que viveu no século XIX e umas das personalidades mais famosas da cidade [Reverso Online 2019] [Folha do Estado 2012] [Correio 2019];

A seguir serão explicitadas algumas das fases do jogo proposto de acordo com as suas particularidades de resolução para o respectivo avanço no mesmo.

##### **4.1. Fase 1 - Correio da Estação do Brás**

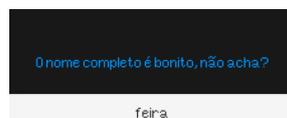
O primeiro enigma do jogo (Figura 3) é naturalmente o mais fácil e funciona como um tutorial. Para resolvê-lo, o jogador pode pesquisar na internet o título da fase: “*Correio da Estação do Brás*”. Trata-se de uma música do cantor e compositor baiano Tom Zé, que fala sobre pessoas que enviavam cartas para seus familiares e amigos que moravam longe através de desconhecidos que estivessem viajando para essas cidades. Na música,



**Figura 3. Primeira fase**

Tom Zé canta o verso “*Eu viajo quinta-feira, Feira de Santana*”. Como o jogador precisa apenas completar o verso, a resposta do enigma é simplesmente “*Feira de Santana*”.

Caso o jogador insira apenas “Feira” ou “Santana” como resposta, o jogo informa que o nome completo talvez seja o que ele precisa para avançar (Figura 4).



**Figura 4. Dica da primeira fase do jogo.**

#### **4.2. Fase 6 - O que Restou dos Olhos D’água**

A fase 6 (Figura 5) aborda o que sobrou dos olhos d’água que um dia deram nome a cidade. Apesar de ter perdido boa parte de seus mananciais aquíferos, ainda restaram algumas lagoas. Infelizmente, a maioria delas se encontram atualmente abandonadas [Tribuna Feirense 2017].

Essa é a primeira fase que encaminha o jogador para um link específico da internet. O link em questão leva para uma imagem chamada “olhos”, composta por vários círculos em posições diferentes, como pode ser visto na Figura 6.

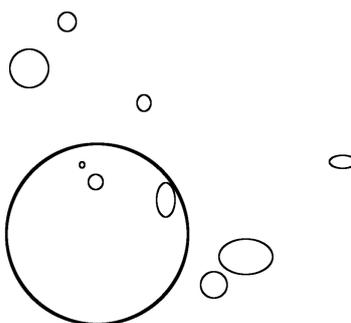
O círculo maior representa o famoso anel de contorno, enquanto os menores representam cada lagoa. O jogador deve descobrir quais são as lagoas de acordo com a localização delas em relação ao anel de contorno da cidade.

A resposta correta se trata dos nomes de todas as nove lagoas que restaram na região central do município, sendo elas: Lagoa Grande, Lagoa do Prato Raso, Lagoa do Geladinho, Lagoa Salgada, Lagoa do Subaé, Lagoa de Berreca, Lagoa da Pindoba, Lagoa da Tábua e Lagoa do Chico Maia [Feirenses 2015a].

Caso o jogador insira apenas a palavra “lagoas”, o jogo informa que a resposta é mais específica. Caso ele não insira todos os nomes, o jogo avisa que a resposta está incompleta (Figura 7).



**Figura 5. Sexta fase**



**Figura 6. Imagem com um “mapa” das lagoas de Feira de Santana.**

### **4.3. Fase 7 - O Bicho que está Aparecendo em Feira de Santana**

A sétima fase (Figura 8) aborda um ser maligno do folclore feirense: o bicho do Tomba. Dizem que lá pelos idos da década de 60, um bicho começou a assolar a região de Feira. Esse bicho teria sido avistado vagando pela cidade, atacando os animais e espalhando o pânico entre os moradores. O lugar onde o bicho mais atacava era o bairro Tomba.

Uma imagem do bicho foi imortalizada no painel de azulejo feito pelo artista paranaense Lênio Braga, localizado no Terminal Rodoviário de Feira de Santana [Pereira 2002]. Além do bicho, o painel contém outros diversos elementos da cultura feirense, como os versos de um autor desconhecido que dizem:

“A cachaça é filha única  
Da desgraça e satanás  
É neta de Lúcifer  
Bisneta de Ferrabrás  
Sobrinha do cão cotó e  
Esposa de Caifás”

O primeiro verso do poema está contido no enigma e o objetivo é que o jogador,



Figura 7. Dicas da fase 6 do jogo proposto



Figura 8. Sétima fase do jogo proposto.

a partir dele, encontre imagens do painel na internet. O título tenta indicar que o enigma trata de algo relacionado a um bicho. No painel, acima da figura do bicho mencionada anteriormente, está o nome “o bicho que está aparecendo em Feira de Santana”, título de um cordel lançado em 1966, escrito pelo autointitulado “trovador brasileiro”, o cordelista alagoano Rodolfo Coelho Cavalcante. O cordel está disponível na Cordelteca<sup>2</sup>, um dos acervos digitais do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP) do governo federal.

Para solucionar o enigma, o jogador deve completar a última frase que aparece na tela. Essa frase está na última página do cordel, que diz “Plante um pé de **cá-te-espera**”, sendo a parte destacada a resposta correta.

Caso o jogador insira apenas “bicho do tomba” como resposta, o jogo indica que está no caminho certo, mas que não é exatamente isso. Caso insira o nome do cordel, o jogo entende que o jogador achou o que procurava e o sugere olhar a última página (Figura 9).

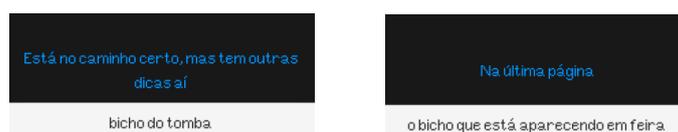


Figura 9. Dicas da fase 7 do jogo proposto.

<sup>2</sup>[http://www.cnfcp.gov.br/interna.php?ID\\_Secao=65](http://www.cnfcp.gov.br/interna.php?ID_Secao=65)

#### **4.4. Validação**

Quando foi lançado, o jogo teve uma recepção favorável. Mais de 100 pessoas fizeram o download na Play Store (a maioria jovens entre 18 e 25 anos). Entretanto, como uma pesquisa formal não foi aplicada, não foi possível determinar de forma mais categorizada os erros e acertos do jogo.

Ainda assim, os comentários feitos na própria Play Store elogiam principalmente a iniciativa e a abordagem utilizada no jogo, que possibilitou uma interação diferente dos métodos tradicionais aos quais os jogadores já estavam acostumados. Alguns dos jogadores falaram sobre como eles, de fato, não tinham quase nenhum conhecimento sobre a cidade e que o jogo despertou muita curiosidade. Porém, rapidamente alguns problemas começaram a ser revelados.

Os jogos de enigmas com essa proposta tendem a ser um pouco difíceis de se jogar para quem não está acostumado, visto que não apresentam muitas dicas e informações de progresso durante as fases. Como o jogador se depara apenas com uma tela estática com todas as informações que ele precisa para começar a procurar uma solução para o enigma, dificilmente se tem o sentimento de progressão durante a fase e frequentemente os jogadores se perguntam se estão no caminho certo ou não. E na maioria das vezes não estão.

O jogo sofreu desse problema, sendo a dificuldade dos enigmas a principal reclamação feita pelos jogadores. A falta de um sentimento de progressão também causou um certo desânimo em quem experimentou o jogo. A combinação desses dois fatores fez com que os jogadores acabassem decidindo não continuar jogando. Nenhum dos jogadores chegou a terminar o jogo.

Dessa forma, apesar de cumprir parte de seu objetivo na propagação da cultura e história da cidade, a dificuldade do jogo acabou sendo um grande impeditivo, mesmo para os jogadores mais dedicados.

#### **5. Conclusões e Trabalhos Futuros**

Apesar dos elementos abordados no jogo proposto serem temas importantes e/ou curiosos da cidade, muita coisa acabou não fazendo parte do jogo, já que apenas 9 fases não comportariam a quantidade de história de nenhuma cidade. Dentre os temas que não foram abordados, talvez a principal falta é a de Maria Quitéria, heroína nacional e personalidade mais famosa e inspiradora de Feira.

Dessa forma, além da reformulação e adaptação dos enigmas já existentes (com a adição de ferramentas de progressão mais bem definidas e uma interface mais amigável ao jogador), existe a possibilidade do desenvolvimento de mais enigmas, abordando temas como:

- Maria Quitéria, heroína da independência da Bahia e personalidade mais importante da história da cidade;
- A rua Direita, vetor importante do crescimento da cidade no passado, hoje conhecida como rua Conselheiro Franco;
- Sales Barbosa, um poeta romancista que viveu no século XIX e cujas poesias retratavam o estilo de vida feirense;

- A Micareta de Feira, carnaval fora de época mais antigo do Brasil; e
- O “Caso Feira de Santana”, o segundo acontecimento ufológico mais conhecido do Brasil, que relatava um OVNI que foi encontrado na Lagoa de Berreca.

Além dos enigmas solucionáveis através da internet, outra possível adição seriam os enigmas realizados em locais físicos, nos quais o jogador precisaria ir até um local e utilizar as informações contidas ali para resolver o enigma proposto.

## Referências

- Bahia Já (2009). A poluição do rio subaé.
- Cordeiro, A. C. d. B. (2012). Jogos de realidade alternativa para a educação.
- Correio (2019). Grande líder negro que teve a cabeça a prêmio, lucas da feira morria há 170 anos.
- da Silva Leite, P. and de Mendonça, V. G. (2013). Diretrizes para game design de jogos educacionais. SBGames, Art Design Track (pp. 132-141).
- Feirenses (2015a). As lagoas de feira de santana.
- Feirenses (2015b). Bando anunciador: uma folia iniciada há 155 anos.
- Feirenses (2016a). Onde ficam os conjuntos feira i, feira ii, feira iii e feira viii?
- Feirenses (2016b). A origem dos nomes dos bairros de feira.
- Folha do Estado (2012). Conheça um pouco da história de lucas da feira.
- iBahia (2014). Feira de santana ganhou apelido de princesa do sertão de ruy barbosa.
- Lucchese, F. and Ribeiro, B. (2009). Conceituação de jogos digitais. São Paulo.
- Lóssio, R. A. R. and Pereira, C. D. M. (2007). A importância da valorização da cultura popular para o desenvolvimento local. Encontro de Estudos Multidisciplinares de Cultura, III.
- McGonigal, J. (2008). Why i love bees: A case study in collective intelligence gaming. *The ecology of games: Connecting youth, games, and learning*, pages 199–227.
- Moratori, P. B. (2003). Por que utilizar jogos educativos no processo de ensino aprendizagem. page 04, UFRJ, Rio de Janeiro.
- Pereira, R. A. (2002). Painel do vasto sertão. *Revista Léguas & Meia*, 1(1):123–136.
- Prefeitura Municipal de Feira de Santana (2019). Memorial da feira.
- Prensky, M. (2012). Aprendizagem baseada em jogos digitais. São Paulo: SENAC, 575.
- Reverso Online (2019). Lucas da feira: Um panorama acerca do herói-bandido.
- Sarinho, V. T. (2017). Uma proposta de game design canvas unificado. XVI Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital (SBGames).
- Savi, R. and Ulbricht, V. R. (2008). Jogos digitais educacionais: benefícios e desafios. *RENTE-Revista Novas Tecnologias na Educação*, 6(1).
- Tribuna Feirense (2017). Um relato sobre lagoas e nascentes em feira de santana.