

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS - UFSCAR
DEPARTAMENTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO – DAC
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO E IMAGEM E SOM - PPGIS**

**THE LOST EXPERIENCE: ESTRATÉGIAS DE IMERSÃO
EM JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA**

Dario de Souza Mesquita Júnior

São Carlos
2012

THE LOST EXPERIENCE: ESTRATÉGIAS DE IMERSÃO EM JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA

Dario de Souza Mesquita Júnior

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som, na linha de pesquisa Narrativa Audiovisual, da Universidade Federal de São Carlos, para obtenção do título de Mestre em Imagem e Som.

Orientador: Prof. Dr. João Carlos Massarolo

São Carlos
2012

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

M582Le

Mesquita Júnior, Dario de Souza.

The Lost Experience : estratégias de imersão em jogos de realidade alternada / Dario de Souza Mesquita Júnior. -- São Carlos : UFSCar, 2012.

138 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2012.

1. Jogos. 2. Ambientes virtuais compartilhados. 3. Transmídia. 4. Televisão - seriados. I. Título.

CDD: 794 (20^a)

FOLHA DE APROVAÇÃO

Dario de Souza Mesquita Júnior

THE LOST EXPERIENCE: ESTRATÉGIAS DE IMERSÃO EM JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e som
para obtenção do título de Mestre em Imagem e Som.

Área de concentração: Imagem e Som
Linha de pesquisa: Narrativa Audiovisual
Universidade Federal de São Carlos
São Carlos, 03 de fevereiro de 2012



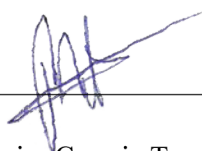
Prof. Dr. João Carlos Massarolo (UFSCar)

Orientador(a)



Prof. Dr. Hermes Renato Hildebrand (UNICAMP)

Examinador(a)



Prof. Dr. Rogério Junior Correia Tavares (PUC-SP)

Examinador(a)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP – pelo apoio financeiro que viabilizou o desenvolvimento desta pesquisa.

Ao meu orientador, prof. Dr. João Carlos Massarolo, pela amizade, confiança e troca de conhecimento que foram essenciais para esses três anos de trabalho intenso na pesquisa e nos projetos do Grupo de Estudos em Mídias Interativas – GEMInIS.

Aos membros da banca de qualificação, prof. Dr. Arthur Autran e prof. Dr. Hermes Hildebrand, pelas críticas e comentários que contribuíram a enriquecer a pesquisa; e aos membros da banca examinadora, prof. Dr. Hermes Hildebrand e prof. Dr. Rogério Tavares, por terem aceitado o convite de participar da avaliação deste trabalho.

Aos professores e a secretaria do Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som, pelas discussões empreendidas e pelo trabalho junto ao programa de mestrado.

Aos revisores, William Pianco e Francisco Trento, pelo tempo dedicado e paciência em revisar este trabalho, contribuindo em melhorá-lo e manifestando opiniões sobre seu desenvolvimento.

Aos membros e amigos do GEMInIS, Maíra Gregolin, Jônatas Kerr, Roger Mestriner, Glauco Madeira de Toledo, Claudio Ferraraz, Pedro Dolosic, André Emilio, Gilberto Junior (Giba), Gabriel Correia, Francisco Trento, Paulo Hecht, Rubens Torres, Nayady Oliveira, Paula Ribeiro, Letícia Ferreira, Débora Caroline, companheiros de inusitados debates e nerdices aladas.

A todos os amigos que fiz durante este período em São Carlos, em especial a Fernanda Duarte, Rodrigo Rezende, Filipe Brito, Hugo Reis, José Eduardo Bozicanin, Laila Rotter Schmidt, Josette Monzani, Ana Cláudia Niedhardt Capella, Pedro Varoni, Luis Yasouka (Nanuke), Cristina Couto, Maria Inês Diuzeide, Milton Biscaro, Júlio Bazanni, Thiago Pinto, Juliana Panini, Isabella Bellinger, Mirian Ou.

Aos amigos piauienses que me apoiaram durante esta jornada, Patrícia Vaz, Eduardo “Dhuba” Affonso, Marco Aurélio, Edson Costa, Paulo Fernando Lopes, Rafael Machado, Graciette Barcela, Thiago Meneses, Tahiana Meneses, Maria Cecília Machado.

Por fim, agradeço aos meus pais, Dario de Souza Mesquita e Francisca Costa Mesquita, assim como a minha irmã, Caroline Costa Mesquita, pelo apoio e confiança incondicional nestes anos.

RESUMO

Dentre as atuais formas midiáticas, o *alternate reality games* (ARG), ou jogo de realidade alternada, se destaca por proporcionar uma experiência lúdica com fortes qualidades imersivas. Configurando seu mundo ficcional em sintonia com a realidade cotidiana, o ARG busca borrar as fronteiras entre a ficção e a não-ficção, a fim de intensificar a experiência vivenciada pelo público. Nesta pesquisa são analisadas as estratégias de imersão dos jogos de realidade alternada a partir de um estudo de *The Lost Experience* (LTE), com o objetivo de compreender como ocorre o processo de imersão no mundo ficcional criado pelo ARG. Assim, são pesquisadas as principais características que constituem os jogos de realidade alternada, partindo de seus principais preceitos estabelecidos de modo a tornar acessível um mundo ficcional conectado o cotidiano de seus jogadores através da interface dos meios de comunicação. Neste processo, o conceito de imersão é problematizado, a fim de compreender a extensão que esse termo adquire diante de algumas perspectivas que denotem sua natureza. Visões que conduzem a um denominador comum que liga a noção de imersão ao prazer de estar envolvido sensorialmente, cognitivamente e emocionalmente com estímulos externos, que como resposta conduzem a ações sobre o ambiente vivenciado. As análises das estratégias de imersão em *The Lost Experience* auxiliam na compreensão de como ele configura seu mundo ficcional em contato com a realidade cotidiana, a fim de criar zonas imersivas que possibilitam a interação dos jogadores com os elementos de seu universo.

Palavras-chave: jogo de realidade alternada; imersão; transmídia; seriado televisivo.

ABSTRACT

Among the current media forms, the alternate reality games (ARG) is in the spotlights due its capability of giving a ludic experience with strong immersive qualities. Setting its fictional world in sync with everyday reality, the ARG seeks to smear the border between fiction and non-fiction, in order to intensify the experience of the audience. This research analyzes the immersion strategies of alternate reality games based on the study of *The Lost Experience* (LTE), with the purpose of understanding how the immersion process on the fictional world created by ARGs occurs. Therefore, the main characteristics of alternate reality games are studied, from its main principles established in order to make accessible the fictional world connected to the everyday life of the players, through the interface of the media. In this process, the concept of immersion is problematized, in order to understand the extension this term receives in front of some perspectives that denote its nature. Visions that lead to a common denominator that connects the notion of immersion with the pleasure of being involved in a sensorial, cognitive and emotional degree towards external stimuli, that as an answer leads an action over the experienced environment. The analysis of the immersion strategies in *The Lost Experience* helps in the comprehension of how it sets up its fictional world in touch with everyday life, with the goal of creating immersive zones that allows the interaction of players with the elements of its universe.

Palavras-chave: alternate reality game; immersion; transmídia; television series.

LISTA DE ABREVIATURAS

ARG – Alternate Reality Game

D.H.A.R.M.A – Department of Heuristics And Research on Material Applications

GPS – Global Positioning System

LARP – Pervasive Live-Action Role Playing

MMORPG –Massive Multiplayer Online Role-Playing Game

PDA – Personal Digital Assistants

RPG – Role-Playing Game

TLE – The Lost Experience

TINAG – This Is Not A Game (Isto não é um jogo)

VUP – Viewer/User/Player

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1– Reprodução de um perfil online de usuário do Nike+	31
Figura 2 – Reprodução do aplicativo Foursquare para smartphones	32
Figura 3 – Canal Flow: A1 (objetivos claros), A2 (feedback), A3 (engajamento), A4 (desafio)	54
Figura 4 – flOw (2006), na versão para PC.....	55
Figura 6 - Panorama de 1809 da cidade de Thun, na Suíça. Autoria de Marquard Woher, a pintura circular tem 7,5 x 38,3 metros	60
Figura 5 –“Triunfo da Divina Providência” (1633-1639), de Pietro da Cortona, Afresco em teto do Palazzo Barberini - Roma	60
Figura 7 – Reprodução da versão de Tetris para MS-DOS (1996).....	62
Figura 8 – Seção de compra de passagens do <i>web site</i> da empresa <i>Oceanic Airlines</i> , com o aviso de que todos os vôos foram cancelados (em virtude da tragédia do vôo 815).....	73
Figura 9 - Página interna do <i>website</i> da <i>Fundação Hanso</i>	82
Figura 11 - Escritor Gary Troup, em entrevista divulgada pela internet	83
Figura 10 - Reprodução da capa da edição norte-americana de <i>Bad Twin</i>	83
Figura 13 – Reprodução do jogo de memória escondido na <i>thehansofoundation.org</i> que revelou o significado da sigla <i>Dharma</i>	84
Figura 12 - Reprodução da nota oficial da Fundação Hanson divulgada em jornais	84
Figura 14 – Rachel Blake em seu primeiro vídeo-blog. Fonte.....	85
Figura 15 – Hieróglifo encontrado no parque Greenwich em Londres	86
Figura 16 - As barras de chocolate <i>Apollo</i>	88
Figura 17 – Página inicial do <i>website</i> <i>WhereIsAlvar.com</i> , com as imagens enviadas pelo público.....	88
Figura 18 – Reprodução da carta de Alvar Hanso ao final do ARG	90
Figura 19 - Imagem de uma embalagem caseiro da barra de chocolate <i>Apollo</i>	94
Figura 20 - Reprodução do blog de Rachel Blake - http://www.rachelblake.com - Como mostra como a página se apresentava quando acessada (à esquerda), e quando uma senha era usada para revelar um blog secreto (à direita)	96

Figura 21 - Anúncio das barras de chocolate Apollo na Lost Magazine Vol. 1, n. 6 - julho de 2006.....	97
Figura 22 - Página de inserção de códigos no <i>www.sublymonal.com</i>	100
Figura 23 - Documento encontrado durante <i>The Lost Experience</i> que revelava um contrato comercial entre a Jeep e a Fundação Hanson	101
Figura 24 - Imagem da página de vídeo <i>online</i> com aparição de Rachel Blake na <i>Comic Con San Diego</i> 2006, gravado por alguém da plateia	103
Figura 25 - Contato telefônico da Fundação Hanso fornecido ao final do comercial televisivo	105
Figura 26 - Mapa indicando a última aparição pública de Alvar Hanson no ano de 2002	108
Figura 27 - Processo de manipulação de uma imagem encontrada no <i>website</i> da Fundação Hanson. Quando ampliada uma área da imagem, abaixo do olho esquerdo, se percebe a mensagem “save me” (salve-me).....	112

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 – JOGO DE REALIDADE ALTERNADA: RECONSTRUÇÃO DO CÍRCULO MÁGICO	14
1.1 ALTERNANDO ENTRE REALIDADES	15
1.2 EXPERIÊNCIAS LÚDICAS CONTEMPORÂNEAS.....	27
1.2.1 GAMIFICAÇÃO DO COTIDIANO	31
1.2.2 ATIVANDO FORMAS DE JOGABILIDADE NO COTIDIANO	35
1.3 O CONCEITO DE JOGO NOS JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA	41
1.3.1 O LÚDICO E A ZONA IMERSIVA.....	47
CAPÍTULO 2 – IMERSÃO EM REALIDADES ALTERNADAS	50
2.1 IMAGINAÇÃO E PRAZER.....	52
2.2 MEIOS DE IMERSÃO EM REALIDADES FICCIONAIS	59
2.2.1 FORMAS DE IMERSÃO.....	64
2.2.2 PROCESSOS DE CONSTRUÇÃO ATIVA DA CRENÇA.....	66
2.3 NA FRONTEIRA DAS REALIDADES	69
CAPÍTULO 3 – IMERSÃO EM REALIDADES ALTERNADAS: ANÁLISE DE THE LOST EXPERIENCE.....	77
3.1 DESCRIÇÃO DE THE LOST EXPERIENCE.....	79
3.1.1 - 1º ATO (FUNDAÇÃO HANSO, PERSEPHONE & BAD TWIN):.....	82
3.1.2 - 2º ATO (AS AVENTURAS DE RACHEL BLAKE)	85
3.1.3 - 3º ATO (HANSOEXPOSED.COM E A CAÇA AOS HIERÓGLIFOS).....	86
3.1.4 - 4º ATO (BARRA DE CHOCOLATE APOLLO E WHEREISALVAR.COM).....	87
3.1.5 - 5º ATO (PUNIÇÃO E CONCLUSÃO).....	89

3.2 ESTRUTURANDO A PARTICIPAÇÃO COMO UMA VISITA EM REALIDADES ALTERNADAS	90
3.2.1 ABSTRAÇÕES DO MUNDO FICCIONAL.....	92
3.2.2 PROPRIEDADES DE SEMELHANÇA	95
3.2.3 PARATEXTUALIDADE	98
3.2.4 HIPERTEXTUALIDADE.....	99
3.2.5 METATEXTUALIDADE	102
3.2.6 ALUSÕES CATALÍTICAS	104
3.3 DANDO FORMA AO SUSPENSE.....	105
3.4 ESTRUTURAR A PARTICIPAÇÃO COLETIVA COM PAPEIS EM JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA	109
CAPÍTULO 4 – CONSIDERAÇÕES FINAIS	114
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	119
REFERÊNCIAS FILMOGRÁFICAS.....	126
REFERÊNCIAS LUDOGRÁFICAS.....	126
REFERÊNCIAS SITIOGRÁFICAS.....	126
GLOSSÁRIO.....	128
ANEXO	132

INTRODUÇÃO

Os *alternate reality games* (ARG), ou jogos de realidade alternada, surgiram nos últimos anos com a proposta de criar uma experiência de lúdica com fortes qualidades imersivas. Em que o mundo ficcional do jogo não está mais restrito a um ambiente a parte da vida comum dos jogadores, mas interage diretamente com a realidade cotidiana, assumindo os meios de comunicação e espaços físicos como espaços de acontecimentos.

Um jogo sem regras claras e objetivos específicos, que transcorre por tempo indeterminado e desenvolvido através do uso coordenado de múltiplas mídias (internet, televisão, *mobile*, etc.) em associação a ações em ambientes físicos, de forma a manter uma unidade narrativa coerente e relacionada à realidade dos jogadores, numa combinação de elementos ficcionais e não-ficcionais. O que configura uma estrutura que corrobora para a criação de um universo ficcional que se desdobra pelo dia-a-dia de seus participantes, como uma segunda camada da realidade cotidiana, dotada de desafios que comumente pedem por uma ação colaborativa dos jogadores para solucioná-los. Características que dão fortes contornos imersivos a experiência do ARG, reconfigurando o entendimento clássico que se tem dos jogos como uma experiência com espaço, tempo e regras específicas e limitadas. O que amplia as possibilidades de envolvimento social, emocional e cognitivo dos jogadores, intensificando a imersão no mundo ficcional presenciado.

Por tais qualidades, o ARG vem sendo utilizado estrategicamente no entretenimento como um meio de envolver o público diretamente com o universo ficcional. Com essa finalidade, os produtores do seriado televisivo estadunidense *Lost* criaram *The Lost Experience* (TLE), um jogo de realidade alternada voltado a expandir a participação do público no universo da série, que agora passaria a explorar interseções de seu mundo ficcional com a realidade dos espectadores através de uma experiência lúdica e imersiva.

Com o propósito de compreender como se configuram tais características nos jogos de realidade alternada, esta pesquisa se propõe a analisar as estratégias de imersão utilizadas na formulação de *The Lost Experience*, um jogo de realidade alternada que estabelece um mundo ficcional que se alterna com o cotidiano através do uso coordenado de diversas mídias, que criam pontos de contato entre as realidades, elaborando assim, zonas imersivas onde o público interage diretamente com o universo de TLE.

No primeiro capítulo é realizado um estudo sobre os aspectos que constituem os jogos de realidade alternada, elencando seus principais elementos e traçando suas origens e influências. Noções essas que elaboram seus principais preceitos em configurar um mundo ficcional acoplado ao mundo dos participantes pela interface cotidiana dos meios de comunicação. Assim, não há um limite pré-determinado para essa construção lúdica, ela pode ocorrer na internet, pelo telefone, pela televisão, ou ser vivenciada em espaços públicos. Dando início uma cadeia de eventos que exigem o trabalho colaborativo de várias pessoas. Características que pedem igualmente uma discussão sobre o conceito de jogo no ARG, já que ele rompe com a ideia tradicional do *círculo mágico*, que separa a atividade do jogo da vida comum dos jogadores, e através disso potencializar sua natureza como uma experiência lúdica e imersiva.

No segundo capítulo é traçado um percurso teórico sobre a noção de imersão, a fim de compreender a extensão que esse conceito tem diante de algumas perspectivas que denotem sua natureza, desde as relacionadas ao envolvimento com experiências da nossa vida diária, a vivência de mundos ficcionais. Abordagens que conduzem a um denominador comum que liga a noção de imersão ao prazer de estar envolvido sensorialmente, cognitivamente e emocionalmente com estímulos externos, que como resposta conduzem a ações sobre o ambiente vivenciado. Com essa leitura, abordamos especialmente a imersão em mundos ficcionais através das mídias, passando por perspectivas teóricas que abordem diversas características dessa experiência. Caminho este que nos levará a uma visão da imersão onde as fronteiras entre o mundo ficcional e cotidiano se encontram, em que barreiras criativas são permeadas pelo público a fim que ele tenha uma experiência mais ativa nos mundos ficcionais, que se alternam com a sua realidade através do uso coordenado de mídias. Uma perspectiva que é explorada pelo seriado *Lost* através do jogo de realidade alternada *The Lost Experience*, uma obra articulada entre múltiplas plataformas de mídias, que coloca o público no centro dos acontecimentos de seu universo, mantido em contato direto com a realidade cotidiana.

No terceiro capítulo são analisados os principais pontos em torno de *The Lost Experience*, descrevendo os cinco meses que abrangeram a cadeia de acontecimentos do ARG, divididos em cinco atos que abordam diferentes momentos da trama. Por seguinte estudamos as estratégias de imersão presentes no ARG, em que primeiro vamos explorar elementos que ajudam TLE a configurar seu mundo ficcional em sintonia com a realidade de seus jogadores, permitindo que se criem zonas imersivas para interação do público. Em seguida vamos estudar alguns aspectos narrativos do jogo de realidade alternada que

exploraram a propriedade temporal da imersão através do suspense. Por fim, serão abordadas estratégias que auxiliam na estruturação da participação coletiva dos participantes, atendendo assim a diversidade de habilidades e preferências de experiência presentes na comunidade de jogadores.

Ao final, são feitas considerações finais a respeito do percurso da pesquisa, que busca de compreender que estratégias de imersão existentes nos ARGs contribuem para o envolvimento do sujeito na experiência lúdica formulada por eles. Assim, questões são retomadas e outras levantadas, ajudando a delinear características que constituem o jogo de realidade alternada como uma obra privilegia uma forma artística da imersão. Também é apontada a necessidade de um estudo de recepção que explore a imersão em ambientes criados colaborativamente, assim como de pesquisar questões que envolvam a uma dimensão espacial do processo de imersão através de experiências situadas em espaços físicos.

CAPÍTULO 1 – JOGO DE REALIDADE ALTERNADA: RECONSTRUÇÃO DO CÍRCULO MÁGICO

Uma das principais características do *alternate reality game* (ARG), ou jogo de realidade alternada¹, é o modo como ele transforma as mídias, através da experiência lúdica, em pontos de entrada para uma narrativa fragmentada, acessada mediante desafios que pedem uma ação colaborativa para serem solucionados. Essa experiência é caracterizada por reconfigurar noções espaciais e temporais convencionalmente associadas aos jogos tradicionais. O ARG ocorre em qualquer ambiente e a qualquer momento, desde que esse seja reconfigurado pelas mídias para fundar uma realidade ficcional persistente que se articula ao cotidiano de seus jogadores.

O entendimento dessas e outras características pertinentes ao jogo de realidade alternada ocorrerão através de uma análise do estudo de caso do jogo *The Beast* (2001), um dos primeiros e mais influentes ARGs, que estabeleceu as características dos jogos de realidade alternada. Criando, em especial, o conceito de *design This is Not a Game – TINAG* – que pretende reduzir as evidências do jogo como uma experiência ficcional, e pôr em discussão seu próprio *status* como jogo.

No decorrer dessa análise, é observado que o ARG se insere num cenário maior, onde novos modelos de jogos buscam permear as fronteiras entre o lúdico e a realidade cotidiana. Algo que se comunga a diversas atividades em que a mecânica do jogo é posta a dialogar com o atual contexto social e midiático em rede, reconfigurando zonas no espaço cotidiano como um amplo *playground*, tanto para fins de entretenimento como educativos. Diante dessa visão geral, é possível indicar com mais clareza a mecânica que determina o funcionamento dos jogos de realidade alternada, e sua capacidade de ativar formas de jogabilidade em objetos do dia-a-dia.

Pelo fato do ARG apresentar características tão ambíguas, ele desafia o conceito clássico de jogo como uma atividade pertencente ao círculo mágico, com espaço e tempo delineados em um sistema de regras específico e estável. A ideia de círculo mágico provém originalmente dos estudos clássicos de Huizinga (2004, p. 12) sobre o jogo, que distingue o jogo da vida comum, o delimitando tanto espacialmente quanto temporalmente, pois ele “possui

¹ Utiliza-se a tradução *jogos de realidade alternada* para o termo “alternate reality games” porque se entende que tais experiências lúdicas não têm a intenção de criar realidades alternativas, constituindo um mundo alternativo a parte do cotidiano, mas sim realidades ficcionais que se alternam e interagem com o cotidiano.

um caminho e um sentido próprios”, conforme ele explica ao associar o espaço de jogo a um lugar de acontecimentos sagrados. Torna-se necessário, então, rever este conceito para compreender como os ARGs se posicionam diante dele como um jogo que se foca especialmente na natureza imersiva do lúdico.

1.1 ALTERNANDO ENTRE REALIDADES

Para explicar o que seria um jogo de realidade alternada, podemos partir primeiramente de um filme que permite entender algumas das características gerais a respeito desse tipo de atividade lúdica. *Vidas em Jogo* (Estados Unidos, *The Game*, 1997), dirigido por David Fincher e estrelado por Michael Douglas e Sean Penn, é apontado por alguns como uma das principais obras ficcionais que influenciaram no início desse século uma nova forma de contar histórias interativas através dos meios de comunicação. (ALEXANDER, 2006).

Na trama somos apresentados a Nicholas Van Orton (Michael Douglas), um banqueiro milionário de temperamento difícil no dia do seu 48º aniversário, a mesma idade na qual seu pai cometeu suicídio, trauma que ainda o persegue e se intensifica com a chegada da data. Percebendo que cada vez mais Nicholas se aprofunda na rotina e no humor ranzinza, seu irmão Conrad (Sean Penn) dá a ele como presente de aniversário um cartão que lhe permite acesso a uma forma de entretenimento diferente, um jogo capaz de mudar o modo como ele vê a vida, organizado pela empresa *Serviços de Recreação do Consumidor*.

A partir do momento em que a personagem aceita entrar na experiência, sua vida é aos poucos virada de ponta-cabeça. Ele descobre que sua residência está sendo monitorada por microcâmeras escondidas, e mesmo com todo o sistema de segurança, ela é invadida por desconhecidos que deixam recados relacionados ao jogo. Na rua, ele passa a ser perseguido por estranhos sem algum motivo aparente. Em uma dessas perseguições, ele se envolve com uma garçonete que posteriormente revela-se envolvida no jogo, lançando mais dúvidas sobre os limites da experiência. A certa altura, descobre-se que a companhia prestadora do serviço na verdade seria uma empresa fantasma e qualquer pessoa pode estar envolvida com no jogo. O protagonista passa a sentir como se estivesse perdendo o controle de sua vida. Sua realidade é transformada ao ponto de ficar paranoico e não saber mais se o que ele está encarando seria mesmo um jogo, ou uma grande conspiração armada para lhe matar e tomar sua fortuna.

Nicholas se vê envolvido em um jogo de vida ou morte, sem regras ou objetivos claros, com desafios que surgem sem avisos, onde cada passo seu é conhecido e vigiado. Um cenário que absorve o espectador numa onda de incertezas, lançando-o (tal como o protagonista) por caminhos que conduzem para um mundo estranho, onde a leitura sobre a realidade se mostra distorcida pelas incertezas entre a ficção e a não-ficção. Mesmo ao final do filme, quando as pontas são amarradas e o conflito cessa, resta ainda ao público a dúvida se, após os créditos finais, o personagem irá entrar ou não em outra espiral do desconhecido.

A sensação explorada pelo filme é, em grande medida, a que os jogos de realidade alternada pretendem passar: pôr na vida comum de seus jogadores uma nova camada de realidade que o transporte para facetas desconhecidas de um mundo que brinca com as fronteiras entre a ficção e a não-ficção; onde realidades se alternam através de desafios e mistérios. E *Vidas em Jogo* é capaz de ilustrar em pouco mais de duas horas de duração alguns dos principais elementos presentes na experiência do jogo de realidade alternada: a ausência de regras ou objetivos claros, levando o sujeito a se focar no desenvolvimento experiência vivenciada; uma narrativa construída a partir da interação em tempo real com o jogador, constituindo uma *narrativa emergente*², que nasce da ação do sujeito sobre os elementos interativos da história, desdobrando-a por diversos caminhos possíveis e desconhecidos; ausência de limites temporais e espaciais para que ele possa acontecer; e uma ambiguidade implantada na experiência, como se houvesse uma segunda camada ficcional sob a realidade cotidiana, criando uma dicotomia do que seria ou não parte do jogo.

De modo geral, um *alternate reality game* é um jogo colaborativo que tem como suporte diversas plataformas midiáticas do dia-a-dia dos jogadores (GPS, telefonia móvel, internet, etc.) e espaços físicos para criação de um universo ficcional mimeticamente acoplado ao cotidiano, acrescentando a ele uma qualidade de alternância com a realidade cotidiana através das mídias. Além disso, é uma atividade onde é importante que os participantes trabalhem em comunidade para desvendarem as engrenagens de uma história fragmentada, para então se ter a compreensão completa da trama. São jogos com histórias que se estabelecem tal como uma extensão do próprio mundo cotidiano, interligadas num processo interativo entre os participantes e os desafios levados pelos meios de comunicação - tornando assim, todo o processo lúdico numa situação imersiva baseada no uso coerente da narrativa com as redes de comunicação e o dia-a-dia de seus jogadores (MCGONIGAL, 2003). Ivan Askwith elenca as seguintes características comuns aos ARGs:

² Tomamos o conceito de emergência como um “conjunto simples de regras aplicadas a um conjunto limitado de objetos em um sistema, que conduz a resultados imprevisíveis” (SALEN; ZIMMERMAN, 2003, p. 159).

Histórias interativas que se desdobram através de plataformas midiáticas e espaços físicos; oferece uma experiência narrativa dispersa e interativa; os participantes precisam reconstruir elementos da narrativa fragmentada; os ARGs recusam a se reconhecerem como jogos; requer que os participantes resolvam desafios difíceis ou *puzzles* para poderem progredir; encoraja ou exige a formação de comunidades colaborativas entre os jogadores³. (ASKWITH, 2007, p.2).

Um exemplo bem sucedido dos ARGs é o jogo *The Beast*, que foi proposto como parte do mundo ficcional do filme *A.I. – Inteligência Artificial* (Estados Unidos, A.I. Artificial Intelligence, 2001), dirigido por Steven Spielberg. O jogo surgiu sem avisos, partindo da curiosidade do público sobre as pistas deixadas nos materiais promocionais do filme, como cartazes e trailers. Por dois meses o jogo não tinha um nome oficial⁴ e sua existência sequer era confirmada pela produção do filme.

The Beast foi um dos primeiros do gênero, realizado entre abril e julho de 2001, produzido por Sean Stewart (escritor), Elan Lee (diretor e produtor) e Pete Fenlon (gerente de conteúdo), sobre a supervisão de Jordan Weisman, então diretor de criação da Divisão de Entretenimento da Microsoft, que assinou um contrato de exclusividade com a Warner Bros para o desenvolvimento de uma franquia de games do filme *A.I.*. É a partir de *The Beast* que surgem as características clássicas de um ARG elencadas anteriormente (especialmente quando se trata de não reconhecê-lo como um jogo) que se resumiu no lema *This is Not a Game*, uma cartilha de *design* que marcou sua produção, como será refletido mais adiante.

A ideia inicial dos produtores da *Microsoft Games Studio* era um grande projeto em que iria desenvolver junto ao filme uma forma de propriedade intelectual, como um mundo próprio que seria criado inicialmente pelo ARG, que então serviria para contextualizar uma série de jogos que a Microsoft pretendia lançar para computador e para o seu recém lançado console, o Xbox. Esses jogos seriam apenas divulgados após o lançamento do filme, preservando, dessa maneira, os segredos que envolviam a produção cinematográfica. Assim, *The Beast* foi uma forma encontrada pelos produtores dos *games* para atrair jogadores para os títulos que seriam desenvolvidos posteriormente, diante da dificuldade de realizar uma adaptação atrativa do universo apresentado pelo filme para videogames, que, na visão da equipe

³ “Interactive stories that unfold across media platforms and real-life spaces; offer an interactive, dispersed narrative experience; require participants to reconstruct elements of a fragmented narrative; refuse to acknowledge themselves as games; have no clear rules or guidelines for participants, require participants to solve difficult challenges or puzzles to progress; e encourage or require the formation of collaborative player communities”.

⁴ O nome *The Beast* surgiu a partir de uma piada interna dos realizadores devido ao número de documentos criados para o jogo, que contabilizava 666 arquivos, o número da besta.

Microsoft Games Studio, era tomada demasiadamente por um clima melancólico e pós-apocalíptico, especialmente em suas cenas finais (MCGONIGAL, 2006).

Porém, logo após os resultados da fraca receptividade de *A.I.* em sua estréia (julho de 2001), a *Microsoft* cancelou sem qualquer alarde todo o projeto inicial dos *games*, assim como *The Beast* foi encerrado no mesmo período, primariamente planejado para durar até dezembro, quando enfim seriam lançados os videogames baseados no universo do filme. Apesar do rompimento do plano original, isso não evitou que o ARG então criado ganhasse destaque como um projeto bem sucedido. Como coloca McGonigal (2006), ele não foi pensado primariamente como uma campanha promocional do filme, como muitos imaginaram na época, mas como um *design* de arqueologia coletiva de um mundo futurista através de artefatos digitais. Sean Stewart explica em entrevista a autora:

Nós criamos todas as evidências midiáticas que poderiam existir caso a história de Spielberg tivesse realmente acontecido, e então a quebramos em milhares de pequenas peças e os enterramos em meio a 70 bilhões de pedaços de conteúdo online que não tinham nada a ver com A.I.⁵ (MCGONIGAL, 2006, p. 269).

Dessa forma, o jogo começou sem avisos por meio dos créditos da equipe de produção presentes em trailers e cartazes do filme, onde aparecia a estranha função de *Sentient Machine Therapist* (Terapeuta de Máquinas Sensíveis), creditada a uma desconhecida Jeanine Salla. Quando o nome era pesquisado na internet, ele levava a uma rede de sites ambientados no ano de 2142 que tratavam a respeito dos problemas técnicos, sociais, filosóficos e sentimentais da inteligência artificial.

Sob esse pano de fundo futurístico, havia a misteriosa morte de Evan Chan, amigo de Jeanine Salla. Fato que se desmembrava em diversos quebra-cabeças, passando por *websites*, e-mails e ligações gravadas, numa trama conspiratória que demandou quatro meses de dedicação dos cerca 7.480 membros do principal grupo de jogadores, conhecidos como *Cloudmakers*.

Durante esse período os participantes utilizaram diversas ferramentas e conhecimentos possíveis para avançarem na história, abrangendo desde noções básicas para solução de *puzzles* à habilidade com códigos de programação e *hacker*, além de conhecer um pouco sobre literatura, história e arte.

⁵ “We created all of the media evidence that would exist if Spielberg’s story really happened, and then we broke it into thousands of tiny pieces and buried them among the 70 billion pieces of online content that had nothing to do with A.I.”.

Diante das habilidades diversas que podem ser solicitadas aos jogadores, um ARG não é um jogo simples destinado a um indivíduo restritamente, mas a um grupo com diversas especialidades que deve trabalhar conjuntamente. Desta forma, o objetivo não é construir uma atividade competitiva, mas um exercício de inteligência colaborativa.

Sob o controle do desencadear dos eventos, temos no ARG a presença do mestre de jogo na figura oculta dos *Puppet masters* (mestres dos fantoches), uma equipe que trabalha nas estratégias do jogo, desde detalhes narrativos à elaboração de quebra-cabeças e o monitoramento das ações dos participantes. Diferentemente de outros mestres de jogo, como os de *Role-Playing Game*⁶ (RPG), onde um dos jogadores presentes assume o papel de mediador da atividade lúdica, o *Puppet master* não é alguém presente que interage diretamente com os jogadores, que organiza e dá certa liberdade de decisões, mas alguém que fica por trás das cortinas puxando as cordas, num acordo em que ambas as partes mantém uma distância funcional durante o jogo. Os *designers* concordam em não serem ostensivamente autoritários, dando liberdade de ação aos jogadores. E, por sua vez, os jogadores concordam em não revelar ou contatar diretamente os *designers*. Isto, segundo McGonigal (2007), é o metaconsenso sobre a *gameplay* (jogabilidade) do jogo de realidade alternada.

Essa estrutura hierárquica de comando acaba por criar a regra máxima no ARG: *siga as pistas deixadas pelos puppet masters ou fique fora do jogo*. Ao contrário de outras formas lúdicas em que as regras são preestabelecidas e conhecidas entre os jogadores, aqui elas podem ser alteradas à vontade pelos produtores. Elas dependem variavelmente da forma como os participantes do ARG respondem ao andamento dos enigmas, mas o poder final de decisão sobre as regras sempre decai sobre os *puppet masters*.

Apesar de todo poder estar fora do alcance dos jogadores, eles nunca podem ser subestimados pelos produtores. Afinal, o que existe é uma corrida contra o tempo dos *puppet masters*, com o objetivo de sempre estarem à frente de seus fantoches, pois é essa a dinâmica de disputa que mantém o desafio interessante para ambas as partes. Com a intenção de um ARG não é apontar um vencedor entre os participantes, o prazer de jogá-lo vem da recompensa em solucionar conjuntamente os quebra-cabeças.

Por um determinado ponto de vista, os produtores também são como jogadores nessa experiência. Isso fica claro quando resgatamos o depoimento de Elan Lee, que participou da

⁶ Jogo em que os participantes interpretam personagens em uma história construída colaborativamente, seguindo um sistema de regras predefinido, mediado por dados que fornecem pontos de atributos aos personagens. No RPG, os jogadores são guiados por um mestre do jogo, que fornece o cenário narrativo e as opções de ações a serem tomadas na experiência, assim como também julgar essas ações de acordo com as regras. Entretanto, o mestre de jogo tem a liberdade de não seguir completamente o sistema de regras, deixando o jogo mais livre e fluído (MCGONIGAL, 2007).

elaboração dos quebra-cabeças para o *The Beast*. Nele, durante uma palestra sobre a eficácia da comunidade de jogadores (os *Cloudmakers*) em solucionar os desafios, o produtor relata:

O que aprendemos rapidamente foi que os *Cloudmakers* eram muito mais espertos que nós, e que realmente pegaram nos nossos pés... Aqui, eu irei mostrar isto. [Ele exhibe o slide intitulado 'Beast Beat 1', um cronograma de *puzzles*.] Agora, há uma cor chave para os *puzzles*: difícil, fácil, não tão difícil, etc. [Aponta para as diferentes cores]. Estes eram os *puzzles* que levariam um dia, estes tomariam uma semana, e estes *puzzles* provavelmente nunca seriam solucionados até nós darmos as respostas. Então, nós elaboramos uma programação de três meses em torno disso. E finalmente nós lançamos [Pausa]. Os *Cloudmakers* resolveram todos esses *puzzles* no primeiro dia.⁷ (MCGONIGAL, 2003, p. 2).

Assim, o trabalho de um *puppet master* pode ser encarado como uma forma de autoria procedimental, em que se deve tentar antecipar as possíveis reviravoltas do enredo levando em consideração as ações dos jogadores, assim como que regras devem reger os eventos imaginados. Esse é um modelo de criação com resposta em tempo real e persistente, elaborado “para estruturar uma história coerente, não como uma sequência isolada de eventos, mas como um enredo multiforme aberto à participação colaborativa do interator” (MURRAY, 2003, p. 179).

Esta construção criativa ocorre numa interação constante com o contexto da ficção, em que os meios de comunicação funcionam como uma ligação direta entre a realidade cotidiana e o mundo ficcional do jogo (por meio de e-mails, telefonemas, eventos em espaços reais, etc.), mantendo as ações dos jogadores em diálogo direto com a diegese do ARG. Assim, se um jogador invadissem a *website* de algum personagem fictício de *The Beast*, ele estaria hackeando de fato este endereço eletrônico. O seu próprio calendário tinha uma correspondência com a realidade. Ou seja, uma quinta-feira na vida dos jogadores correspondia diegeticamente ao mesmo dia da semana no ARG, assim como 13 de abril de 2001 era 13 de abril também no ano de 2142, época em que transcorreu o jogo. Dessa forma, *The Beast* não se constituía como uma realidade simulada sensorialmente, mas produzida e acessível pelos objetos do dia-a-dia, num mundo persistente e em tempo real.

⁷ “What we quickly learned was that the Cloudmakers were a hell of a lot smarter than we are, and that really kept us on our toes... Here, I'll show you this. [He shows a slide entitled 'Beast Beat 1', a puzzle schedule.] Now, there's a color key here for puzzles: hard, easy, not so hard, etc. [Pointing to different colors] These were the puzzles that would take a day, these were puzzles that would take a week, and these puzzles they'd probably never figure out until we broke down and gave them the answers. So we built a three month schedule around this. And finally we released. [Pause] The Cloudmakers solved all of these puzzles on the first day.”

Como comenta Martin (et al., 2006, p. 6), os “jogos de realidade alternada tomam a substância da vida cotidiana e a tece em narrativas que colocam camadas adicionais de significação e interação no mundo real”⁸. Esta camada adicional é o que Christy Dena (2007) aponta como a principal estética do *design* de realidades alternadas, que busca reduzir as evidências que poderiam caracterizar como uma história ficcional, a fim de criar uma coerência verídica para que os fatos sejam tratados como acontecimentos reais.

A partir dos modos de brincar/interpretar elaborados por Shecner (2002), McGonigal (2006) fala que os *alternate reality games* não seriam uma forma tradicional de “faz de conta” (*make believe*), que cuidadosamente mantém uma separação entre o que é real e o que é fingido, e sim um modo de jogo de ativação da crença (*make belief*), em que os limites entre a brincadeira e a realidade são intencionalmente nebulosos. Ou seja, para a autora, existe uma atividade constante não apenas por parte das representações do jogo, mas também dos próprios jogadores para ativar essa crença sobre a vivência da experiência lúdica. É dessa tensão entre o real e o encenado que surge o que McGonigal (2006) classifica como *efeito Pinóquio*, para expressar o desejo que a mimesis⁹ construída nos jogos de realidade alternada tem em se tornar parte da realidade cotidiana de seus participantes.

Murray (2003) segue um mesmo caminho de interpretação, ao falar que o envolvimento de alguém com um mundo imaginário não deveria ser encarado como uma suspensão intencional da descrença, uma formulação que segundo a autora é muito passiva mesmo para as mídias tracionais. Para ela, quando ingressamos numa realidade ficcional, fazemos mais do que suspender nosso censo crítico, trabalhamos nossa faculdade criativa. Como Murray (2003, p. 111) coloca: “Por causa do nosso desejo de vivenciar a imersão, concentramos nossa atenção no mundo que nos envolve e usamos nossa inteligência mais para reforçar do que para questionar a veracidade da experiência”.

Tal característica dos jogos de realidade alternada pode ser expressa na sua estrutura emergente, capaz de se autossustentar diante dos acontecimentos imprevistos ou mesmo falhas que podem ser incorporadas diegeticamente ao jogo, ou ignoradas pelos jogadores para não atrapalhar o desenvolvimento da experiência – a exemplo de como ocorreu em *The Beast*, quando os *Cloudmakers* esbarraram num equívoco dos realizadores ao descobrirem que o nome do proprietário de um dos domínios do jogo era Doug Zartman, executivo da *Microsoft*. Em

⁸ “Alternate Reality Games take the substance of everyday life and weave it into narratives that layer additional meaning, depth, and interaction upon the real world.”

⁹ Mimesis (palavra grega que significa “imitação”) é um termo amplamente usado para abordar a imitação ou reprodução da natureza por meios artísticos. Nos estudos da estética, o conceito de mimesis tem se tornado central para pensar a essência da expressão artística, e as maneiras como vivenciamos e respondemos a trabalhos artísticos (PUETZ, 2004).

poucas horas a comunidade já discutia o envolvimento da empresa com o ARG, mas eles próprios decidiram não se aprofundar nessa questão a fim de não desviar a atenção do jogo, rompendo com seu único limite, que no caso seria a cortina figurativa que os separa dos envolvidos com a realização de *The Beast*. Uma metáfora que remete à cortina que escondia a verdadeira identidade do *Mágico de Oz*, um ilusionista que se passava por bruxo na obra *The Wonderful Wizard of Oz* (1900) do escritor Lyman Frank Baum.

Mas a falha acabou sendo incorporada diegeticamente à história, e isso foi aproveitado pelos *puppet masters* ao criarem e disseminarem uma falsa mensagem de e-mail do executivo para a comunidade, que dariam novas informações para o desencadeamento do jogo. Os realizadores esperavam que o correio eletrônico fosse hackeado pelos jogadores, mas para surpresa deles, a conta de e-mail não sofreu nenhum ataque. O produtor Elan Lee (MCGONIGAL, 2006, p. 336) comenta que essa atitude deu a entender que para os próprios jogadores, eles “[...] foram longe demais, acidentalmente fizeram algo real”¹⁰, e recuaram da falha.

Esse mesmo comportamento aconteceu durante um evento ao vivo de *The Beast*, como Elan Lee relata:

Pensamos, já que queríamos que este jogo fosse real, deveríamos ter um evento ao vivo, mas esquecemos de algo essencial a respeito das regras da vida: não há um interruptor para desligá-la. Ao final da noite, nossos atores foram para casa, e um de nossos jogadores decidiu seguir um deles. O jogador não estava fazendo nada de errado, ele estava fazendo tudo corretamente! Ele fez exatamente o que o encorajamos a fazer [...]. Por fim, o ator teve que quebrar o personagem e dizer: “Olhe, me desculpe, mas eu sou um ator. Por favor, não me siga.”¹¹ (MCGONIGAL, 2006, p. 337).

O fato nunca foi relatado pelo jogador envolvido, o que demonstra o cuidado que ele teve em não expor para outros jogadores algo que rompia com a experiência lúdica. Em outra ocasião, a própria comunidade conseguiu burlar os *puppet masters* após uma falha inesperada. O fato ocorreu em um evento ao vivo, ocorrido simultaneamente em três cidades (Chicago, Los Angeles e Nova Iorque), quando um dos atores da primeira cidade esqueceu-se de deixar um quebra-cabeça contendo pistas importantes para uma senha fragmentada entre as três

¹⁰ “[...] had gone too far, accidentally done something real”.

¹¹ “We thought, since we wanted this game to be real, we should have a live event, but we forgot something crucial about the rules of life: there is no off switch. At the end of the night, our actors had to go home, and one of our players decided to follow the actor home. The player was doing nothing wrong; he was doing everything right! He did exactly what we had encouraged him to do, and we’d totally failed to plan for that. Ultimately, the actor had to break character and say: ‘Look, I’m sorry, I’m an actor, please don’t follow me’.”

localidades. Quando a equipe de Chicago descobriu que eles não tinham o pedaço da senha, eles não esperaram que os realizadores corrigissem o erro e criaram eles mesmos um programa de computador para descobrir a combinação correta (MCGONIGAL, 2006).

Como pode ser visto, existe nos participantes um papel importante na manutenção da própria estrutura da experiência, desde o acordo simbólico entre eles e os mestres do jogo, ao modo como a experiência lúdica se incorpora organicamente ao cotidiano no qual ele transcorre para, assim, ele se manter coerente e conciso o suficiente para o envolvimento dos jogadores.

Todas essas características acabam por desembocar na frase que marcou *The Beast*, se tornando-se o principal mantra dos ARGs: *This is Not a Game - TINAG* (Isto Não é um Jogo). Os dizeres surgiram para surpresa de todos no dia 7 de junho de 2001, embutido em meio aos créditos finais de um trailer de *A.I.* transmitido na televisão norte americana, piscando entre alguns frames em letras vermelhas. Muito se especulou entre os participantes sobre a frase: se ela seria ou não uma pista disfarçada num irônico anagrama, ou apenas uma forma de provocação para que os jogadores tomassem consciência, a partir de suas discussões, sobre a experiência que eles tinham, passando a encará-la como um rompimento de seu entendimento tradicional do que constituía um jogo.

A resposta para essas questões veio apenas em março de 2002, durante a fala de Elan Lee (MCGONIGAL, 2006) na *Game Developers Conference* (GDC), quando ele finalmente conceituou sua ideia de *game design* para jogos de realidade alternada, ancorada em três princípios: 1 – “Não diga a ninguém”, o jogo não deve ser anunciado, mas sim mantido em segredo, para que ele incentive e desperte um maior interesse dos jogadores em saber mais sobre os mistérios do jogo, dando-lhes o sentimento de estarem lidando com algo especial, que apenas eles foram capazes de perceber, e que assim sintam prazer em compartilhar isso com outras pessoas; 2 – “Não construa um espaço para o jogo”, nesse ponto Lee enfatiza o não confinamento espacial do jogo, pois ele pode transpor qualquer território físico ou virtual; 3 – “Não construa um Jogo”, um ARG deve ser projetado de forma que não possa ter instruções claras, nem mesmo objetivos específicos, assim como a própria realidade não tem suas regras devidamente esclarecidas.

Sobre essa concepção de *game design*, McGonigal faz o seguinte comentário:

Esta mensagem se tornou, desde então, o mantra para ambos os jogadores e desenvolvedores do entretenimento imersivo. Para o “TINAG”, um jogo agora significa negar explicitamente e ocultar obscuramente sua natureza como jogo, uma tarefa que tem se tornado cada vez mais difícil conforme surgem

jogadores imersivos mais esclarecidos sobre as técnicas TINAG.¹² (MCGONIGAL, 2003, p. 4).

Porém, não podemos tomar tal mantra como uma cartilha a ser seguida, um esquema pronto que deve reger qualquer ARG. Especialmente quando na prática ele não é seguido. Como exemplo, temos ARGs como o *Perplex City*¹³, que aconteceu entre 2005 e 2007, produzido pela empresa britânica *Mind Candy*, especializada em jogos de quebra-cabeças. A trama se desenvolvia em torno da busca do *Receda Cube*, artefato sagrado enterrado em algum lugar na Terra, pertencente aos cidadãos de *Perplex City*, uma cidade fictícia de outra dimensão, com ligações em diversas partes do globo e com características culturais próprias, voltada intelectualmente para solução de *puzzles*.

Para contextualizar a história, foi criada toda a infraestrutura de mídia comum aos ARGs (*website*, e-mail, ligações gravadas, etc.), com o diferencial de que nele havia um sistema de compra de cartas contendo os *puzzles* referentes aos mistérios da trama, e uma recompensa em dinheiro para quem conseguisse encontrar o artefato perdido. *Perplex City*, no caso, se propunha a um modelo de negócio sustentável, algo fora do modelo clássico criado pelo *The Beast*.

Outro exemplo interessante é *Eagle Eye – Free Fall*¹⁴, de 2008, realizado como material promocional para o filme *Controle Absoluto* (Estados Unidos, Eagle Eye, 2008), dirigido por D.J. Caruso e produzido por Steven Spielberg. Nesse jogo, basta o jogador fornecer seu número de celular na página eletrônica do ARG, que logo após ele receberá ligações dando as instruções, uma curta experiência de aproximadamente 10 minutos frente ao computador¹⁵. A intenção é levar ao público um pouco da experiência vivida pelos personagens principais do filme, que tem suas vidas vigiadas por um estranho que se comunica com eles pelo celular.

Experiências mais instigantes podem ser encontradas em casos como o de *World Without Oil (WWO)*¹⁶, realizado em 2007 durante 32 semanas, que combina elementos do ARG com *serious game*, gênero geralmente voltado para temas educativos, científicos ou políticos. Ele foi uma produção independente apresentada pelo *Independent Television Service (ITVS)* com financiamento da *Corporation for Public Broadcasting*.

¹² “This message has since become the mantra for both players and developers of immersive entertainment. To ‘TING’ a game now means to explicitly deny and purposefully obscure its nature as a game, a task that has become increasingly difficult as immersive players grow more savvy about TING techniques.” (MCGONIGAL, 2003, p. 4).

¹³ Cf. <http://perplexcity.com/>

¹⁴ Cf. <http://www.eagleeyefreefall.com/>

¹⁵ Cf. <http://www.youtube.com/watch?v=KH0XiqBthzU>

¹⁶ Cf. <http://www.worldwithouthoil.org/>

Sua premissa partia em convidar os jogadores a se imaginarem num mundo onde os recursos petrolíferos fossem escassos, trabalhando em grupo para o gerenciamento de seus recursos e compartilhando suas experiências pessoais através de vídeos, imagens e textos postados na *website* do jogo ou em redes sociais. Assim, era construído um cenário fictício dessa realidade pós-apocalíptica a partir dos relatos dos jogadores, acompanhado por amplo debate sobre questões políticas, tecnológicas e ambientais.

Diante deste cenário de diversificação do formato, pode-se entender que o jogo de realidade alternada como inicialmente ficou conhecido em 2001 já não é o único modelo a ser seguido. O ARG tem uma estrutura mais flexível, trabalhando com vários temas e formatos, podendo ser mais simples e rápido. Uns não precisam necessariamente se negar como jogos, e outros não se focam na solução de *puzzles* ou na formação de comunidades colaborativas.

Essa renovação do formato pode ser interpretada por fatores mercadológicos, no qual o excesso de *puzzles*, a exemplo de como foi *The Beast*, acaba por afastar um público mais amplo, atraindo apenas um determinado nicho de jogadores dedicados, chamados de *hardcores*, comumente associados a um perfil de participantes mais voltados para solução de problemas complexos.

Casos como *Eagle Eye – Free Fall* e *World Without Oil* fogem desse padrão e se focam mais na vivência da experiência, sem o obstáculo constante de quebra-cabeças para poder participar do jogo, abarcando jogadores mais casuais e diversificados. Como o cofundador da *Mind Candy*, Dan Hon (GOOL, 2010), reclamou durante sua fala no painel *Everything We Know About Transmedia Is Wrong!*, na conferência PICNIC 2010¹⁷, os ARGs não conseguiram se tornar populares até hoje por perderem seu tempo com coisas que ninguém quer ver ou fazer. Ele provoca os *puppet masters* pedindo para que eles parem de usar criptografia e *puzzles* sem sentido, pois a

[...] audiência não é estúpida. Se você coloca uma obra de ficção em frente deles, eles vão entender do que se trata e não precisamos fingir que “isto não é uma droga de jogo”. O número de pessoas interessadas em criptografia matemática é ínfimo; em vez disso, vamos fazer coisas que entretendam as pessoas.¹⁸ (GOOL, 2010, s/p.).

¹⁷ Cf. <http://www.picnicnetwork.org/>

¹⁸ Your audience is not stupid. If you put a work of fiction in front of them, they will understand what it is and we do not have to pretend that ‘it is not a fucking game.’ The number of people who are interested in mathematical cryptography is very very small; instead, let’s make stuff that just entertains people.

Levar ao pé da letra a ideia de TINAG não seria a principal questão dos ARGs, como muitos pensaram nos seus primeiros anos. Mas sim considerar o discurso que essa frase trás embutida ao negar sua própria natureza lúdica. Em entrevista à pesquisadora Jane McGonigal (2006), Elan Lee esclareceu melhor as origens do termo, suas intenções e sentimentos por trás dele. Segundo ele, a expressão veio à tona durante um telefonema de cinco minutos com um executivo da Warner, que cobrava com urgência as mensagens secretas que deveriam ser colocadas nos trailers promocionais de *A.I.* para televisão. “Então eu disse a primeira coisa que veio em mente, o que eu estava sentindo naquele momento”, declara Lee (McGonigal, 2006, p. 355). Esse anseio que ele carregava na ocasião foi descrito como um sentimento de frustração diante das dificuldades e da sensação de descolamento que a equipe passava dentro da infraestrutura tradicional de produção de jogos *Microsoft*.

The Beast estava sendo gerenciado dentro de uma das maiores firmas corporativas de videogames do mundo. Segundo Lee (MCGONIGAL, 2006), era algo totalmente deslocado do seu sistema de produção de *games*, em que os produtos tinham etapas básicas de *game design* que iam desde a programação, planejamento gráfico de interface, implementação do jogo, fase de teste com jogadores, ao desenho da embalagem. E o ARG fugia desse modelo padrão, se tornando um paradigma para a empresa, que tentava encará-lo como um *game* qualquer a ser produzido. Isto criava conflitos de entendimento de produção entre a equipe de *The Beast* e a *Microsoft*, pois, Elan Lee e seu grupo entendiam que estavam fazendo algo que ia além de um simples jogo digital, ou qualquer coisa feita anteriormente pela indústria de *games*. E foi dessa experiência que nasceu os três preceitos que regem a filosofia TINAG, assinalados anteriormente.

A partir dessa declaração, pode-se ler *This is Not a Game* como um termo mais amplo, que vai além de um entendimento técnico de produção do ARG. Nele estaria um dos primeiros questionamentos sobre o próprio *status* das experiências lúdicas contemporâneas, desprovidas de fronteiras visíveis de acontecimento, algo caro à conceituação tradicional de jogo. E como será visto a seguir, o jogo de realidade alternada não está sozinho diante desse campo de novas formas de entretenimento, pois ele habita um cenário circundado por outros modelos de jogos que borram as fronteiras entre o lúdico e a realidade, que interagem junto ao atual contexto social e midiático em rede, reconfigurando o cotidiano comum de seus participantes em um *playground*.

1.2 EXPERIÊNCIAS LÚDICAS CONTEMPORÂNEAS

É visível a forma como os meios de comunicação digitais veem transformando os modos de produção, difusão e consumo dos produtos midiáticos. Enquanto que de um lado existem os conglomerados de entretenimento do mercado de comunicação, do outro as novas tecnologias “reduziram os custos de produção e distribuição, expandiram o raio de ação dos canais de distribuição disponíveis aos consumidores arquivar e comentar conteúdos, apropriar-se deles e colocá-los em circulação em novas [...] formas.” (JENKINS, 2008, p. 43-44).

Por trás desse fenômeno, a tecnologia digital e móvel encontra-se amplamente difundida e estabelecida na sociedade contemporânea, atuando de forma integrada ao cotidiano na descentralização de produção e compartilhamento em massa de informação. Tendo como consequência direta uma grande demanda de dados e estímulos em meio a um cenário social ligado intimamente com as tecnologias digitais de informação e comunicação, que cruzam os mais variados *espaços sociais*¹⁹: trabalho, escola, família, lazer etc., tornando-os fortemente transmutáveis entre si (LEMOS, 2002).

É perceptível que sempre houve uma articulação entre os meios de comunicação e os modos de produção social do espaço e as práticas de consumo (ANDRADE, 2011). O surgimento da escrita, por exemplo, permitiu inicialmente uma dilatação das palavras no tempo, algo que foi intensificado com a expansão da mídia impressa na Idade Média, onde o homem passou a estender seu discurso pelo espaço, propagando informações e influenciando processos sociais em diversos lugares. E assim esse sistema informacional foi se estruturando para uma forma mais complexa com as mídias massivas (cinema, televisão, rádio), que efetivaram a presença dos meios de comunicação na sociedade contemporânea, chegando às mídias digitais e móveis, que fragmentaram e potencializaram os sentidos de produção e consumo de informações, modificando o olhar do sujeito sobre seu espaço social e a produção dele.

Como os pesquisadores Wählberg e Sjöberg (2009) comentam ao tratar da percepção da realidade através da comunicação, e como isso influência nas ações dos sujeitos e na economia, antigamente nossas principais fontes de informações vinham oralmente pelas próprias pessoas que circundavam nosso ambiente. Hoje, o sistema de comunicação energizou

¹⁹ Espaço social é um conceito da sociologia que coloca a noção de espaço em função da ação social, como um reflexo e condição gerada pelas relações sociais estabelecidas, sendo que “todo sistema de relações se inscreve num espaço em que se associam estreitamente o lugar, o social e o cultural.” (FERNANDES, 1992, p. 62).

esse fluxo de informações, especialmente com o surgimento das mídias digitais, que agem como uma rede descentralizada de dados, influenciando o modo como o público percebe sua realidade cotidiana. Pois, através dessas mídias, o mundo perceptual não é apenas gerado pela *realidade objetiva* do ambiente que o sujeito está inserido, mas também um resultado da *realidade simbólica* que os meios de comunicação constroem²⁰.

Assim, a realidade cotidiana passa a ser percebida de forma mais fragmentada através das várias janelas e trilhas midiáticas. Este é um cenário transpassado por diversos discursos e conteúdos que convergem na rede de comunicação digital, onde se exige do público a iniciativa de procurar pontos de ligação e novas informações nesse ambiente disperso, gerando, por seguinte, outros discursos e conteúdos (JENKINS, 2008).

Segundo Johnson (2005), tal ambiente complexo de informação demanda uma habilidade cognitiva apta para solução de problemas, que saiba conectar conhecimentos e reinterpretar outros, na velocidade imediatista que a rede midiática atual exige. Diante desse cenário, que exigem novas ações/conexões a cada momento, o autor fala que a chave para o seu entendimento não estaria mais nas escolas, nem na sabedoria familiar. A solução estaria apreendida nas próprias mídias e seu ecossistema de linguagens (narrativas seriadas, jogos, internet, etc.), pois, “todas essas forças, juntas, criam um ambiente propício a otimizar aptidões em resolução de problemas” (JOHNSON, 2005, p. 119).

E como Johnson expõe em seus argumentos, as formas lúdicas e narrativas do entretenimento contemporâneo ganharam maior importância e complexidade para atender ao perfil de um espectador/usuário ativo na construção cognitiva das atuais mídias, para assim, reconfigurar e compreender a percepção contemporânea do cotidiano.

Portanto, os atuais meios de comunicação povoam um grande sistema de entretenimento hipermidiático interligado a serviço de um público participativo, conectado por redes comunicacionais. Um ambiente integrado, intercambiado por diversas trilhas onde a construção de sentido, nas obras ficcionais, ganha novas camadas de compreensão pela construção narrativa e lúdica, instigando e realimentando o imaginário do público por novas formas de leitura e pela participação ativa na construção da obra. Tomando a experiência ficcional como um ato complexo e modulável, permitindo que o espectador se atente a outros

²⁰ Estamos aqui nos restringindo a um ponto de visão dessas transformações contemporâneas através das mídias, mas reconhecemos que outros fatores contribuem para constituir esse cenário, desde elementos econômicos, políticos, sociais e culturais. Entretanto, adentrar por esses temas abre outros debates que escapam ao recorte desta pesquisa, que pretende contextualizar o atual cenário midiático e seu público.

significados e assim retrabalhe-os conjuntamente pela “socialidade”²¹ em rede. Seja pelo trabalho cognitivo da inteligência colaborativa, ou pelo anarquismo estético da remixagem digital de conteúdos.

É nesse cenário de complexidades que novas experiências lúdicas potencializam e reconfiguram a noção de jogo ao expandirem seus limiares temporais, espaciais e participativos dentro de qualquer cenário possível – jogos que atuam desde um simples *playground* a uma vasta arquitetura urbana, utilizando-se das mais diversas plataformas midiáticas.

Assim, a mecânica desses tipos de jogos é bastante diversa diante das suas possibilidades de *design*. Eles podem envolver apenas um jogador munido com um aparelho celular com geolocalização ou envolver uma equipe de jogadores munidos de todo leque de tecnologias móveis disponíveis. Podendo ser uma atividade de curta duração de uma única tarefa, ou ser algo que envolva um conjunto de desafios que podem tomar meses de engajamento no jogo, tornando persistente a experiência.

Markus Montola (et al., 2009) descreve as experiências lúdicas contemporâneas como um nova forma curiosa de cultura, que se origina da interseção de “fenômenos como a cultura urbana, comunicação em rede, realidade ficcional, e artes performáticas, combinando várias coisas de diversos contextos para produzir novas experiências de jogo”²². Contextos estes que ampliam o que antes era apenas visto como brincadeiras em espaços públicos, que se potencializam com as novas tecnologias e ganham lugar numa sociedade cada vez familiarizada com o lúdico em seu cotidiano.

Segundo Montola (idem), esses jogos teriam implicitamente e explicitamente inspiração de ideias provindas de experiências lúdicas anteriores, a partir da literatura, cinema, brincadeiras infantis, atividades recreativas em universidades, mundos virtuais persistentes, ações performáticas públicas, dentre outras. Como um dos exemplos, podemos citar o jogo *The Killer*, famoso nos campi universitários norte-americanos nas décadas de 1970 e 1980. O jogo consiste em ser uma caçada humana de faz de conta, em que os participantes alternam entre os papéis de caçador e vítima (sendo que esta desconhece a identidade de seu assassino) e ambos podem transformar metaforicamente qualquer objeto comum em uma arma (por exemplo, vinagre como veneno, máquinas fotográficas com *snipers*, bananas como pistolas, etc.), além de

²¹ “A socialidade é, para M. Maffesoli, um conjunto de práticas quotidianas que escapam ao controle social (hedonismo, tribalismo, presenteísmo) e que constituem o substrato de toda vida em sociedade, não só da sociedade contemporânea, mas de toda forma social. [...] A socialidade é, assim, a multiplicidade de experiências coletivas baseadas, não na homogeneização ou na institucionalização e racionalização da vida, mas no ambiente imaginário, passional, erótico e violento do dia a dia, do quotidiano dos homens sem qualidade”.

²² “phenomena such as city culture, mobile technology, network communication, reality fiction, and performing arts, combining bits and pieces from various contexts to produce new play experiences”.

usar aliados para obter informações sobre o seu oponente. O foco não é apenas voltado para o ato do assassinato, mas também no suspense que pode ser criado entre os participantes – em especial pelo caçador que tem a possibilidade de atormentar sua vítima no decorrer de sua vida diária. A partida pode transcorrer por semanas até que o jogador consiga seu objetivo, obedecendo a determinadas regras, como não envolver vítimas inocentes em suas ações.

The Killer, por seguinte, é inspirado no filme italiano *A Décima Vítima* (Itália-França, *La decima vittima*, 1965), de Elio Petri, uma adaptação do conto *The Seventh Victim* (1953), de Robert Sheckley, que retrata uma sociedade onde a violência foi institucionalizada e espetacularizada em um jogo de caça humana, onde se premia aqueles que sobrevivem até a décima rodada da caçada. Originalmente, todas as regras de *The Killer* eram transmitidas de forma oral pelos universitários, mas logo então elas foram copiladas em 1981 pela editora especializada em livros de RPG *Steve Jackson Games*, na publicação *Killer: The Game of Assassination*.

Montola (et al., 2009) ainda aponta outros casos influentes como as festas de caça ao tesouro promovidas pela alta sociedade nova-iorquina em meados do século XX. Eventos popularizados pela socialite Elsa Maxwell na década de 1920, que serviram como referência para uma cadeia de produções ficcionais realizadas nos anos seguintes. Elas vão desde filmes como *O fim de Sheila* (Estados Unidos, *The Last of Sheila*, 1973), do diretor Herbert Ross; seguido por uma série de quatro jogos promovidos por Don Luskin e seus amigos na década de 1970²³, o qual inspirou os realizadores do filme *Loucos em plena Madrugada* (Estados Unidos, *Midnight Madness*, 1980), dirigido por Michael Nankin e David Wechter, e produzido pela *Walt Disney* – obra que por fim serviu como exemplo para Joe Belfiore elaborar sua comunidade de caça ao tesouro²⁴, *The Game*, em eventos ainda hoje regulares, onde são formadas equipes que rodam diversas localidades em suas vans munidas com todo o aparato técnico preciso para resolução dos quebra-cabeças projetados.

Outra prática que vem se difundindo nos últimos anos busca aplicar estratégias de *game design* em campos da vida cotidiana, a fim de torná-la mais prazerosa e recompensadora no decorrer de atividades diárias. Um processo estratégico conhecido popularmente como *gamificação* (*gamification*).

²³ The Game (1973), Game 2 (1975), Game 3:7878 (1978), and Game 4 (1979). (MONTOLA et al., 2009).

²⁴ Montola (et. al., 2009) destaca que muitos de seus integrantes eram funcionários da *Microsoft*, que, por coincidência, foi uma das principais responsáveis pela popularidade dos ARGs no início dos anos 2000 com o pioneiro *The Beast*, que analisaremos no segundo capítulo desta pesquisa.

1.2.1 GAMIFICAÇÃO DO COTIDIANO

Essa atual vertente de aplicação dos jogos vem ganhando espaço em diversos setores, envolvendo desde atividades mais simples a projetos complexos em ambientes empresariais. Dentre alguns exemplos menores de sua aplicabilidade, temos o *Nike+* (Figura 1), sistema de monitoramento de corridas através de *smartphone* equipados com tecnologia de geolocalização, que atribui pontos de evolução ao desempenho físico do sujeito e estabelece metas a serem alcançadas, transportando todos seus dados para uma rede social onde as pessoas compartilham seus resultados e competem por melhores pontuações.



Figura 1– Reprodução de um perfil online de usuário do Nike+

Fonte: <http://migre.me/7rPA8>

O mesmo também vem sendo incorporado ao ensino em escolas; a exemplo da *Learn to Quest*, inaugurada em 2009 na cidade de Nova Iorque, com o financiamento da Fundação MacArthur e a Fundação Bill e Melinda Gates, atendendo estudantes entre seis e doze anos. Sua grade curricular é semelhante ao de muitas escolas (matemática, geografia, ciências, história, etc.), mas o modo como elas são apreendidas é um pouco diferente. No caso, os alunos são engajados em atividades lúdicas que envolvem a resolução de tarefas como uma *quest* de jogo (algumas delas secretas, espalhadas pela biblioteca), estas, por seguinte, dão acesso a outras tarefas maiores e visam dar pontos de experiência quando solucionadas, aumentando, assim, o nível dos alunos.

Nesse sistema educacional, quando uma *quest* não é bem sucedida, isso não fica registrado como um desempenho negativo no histórico escolar. O aluno tem apenas que procurar novas tarefas para aumentar seus pontos de experiência na disciplina, que ficam registrados no banco de dados online da instituição. Assim, há um enfoque maior nos resultados positivos da aprendizagem em detrimento ao desempenho dela. Segundo Mcgonigal (2011, p. 120), essa “é a primeira escola baseada em games no mundo”, e seus fundadores anseiam para que ela sirva de modelo para às escolas de todo o mundo.

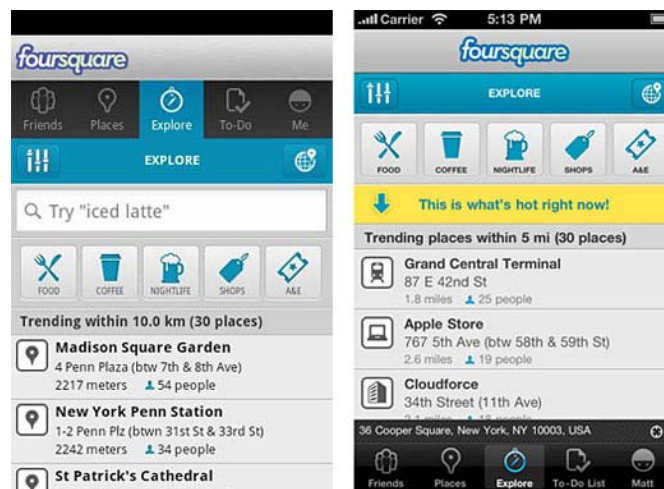


Figura 2 – Reprodução do aplicativo Foursquare para smartphones

Fonte: <http://migre.me/7rPA8>

Já em outro campo, as empresas passam a adotar estratégias de pontuação visando engajar mais seus clientes. Pelo aplicativo de rede social *FourSquare* (Figura 2), por exemplo, disponível para *smartphones*, os usuários fazem *check-ins* em diversas localidades: em sua residência, no trabalho, em lojas, bares, praças, etc. A cada registro realizado, a pessoa ganha pontos e pode opinar sobre o lugar onde está, usando texto e imagens, tornando pública sua localização. À medida que o sujeito vai ganhando mais pontos e indo a lugares mais diferenciados, ele obtém recompensas, chamadas de *badges*, creditadas por certas ações, como, por exemplo, fazer dois *check-ins* no mesmo dia em localidades muito distantes entre si, ou por está num lugar onde várias pessoas realizaram *check-in* na mesma ocasião. Dentre as *badges* mais famosas está a de *prefeito* (o que representa ser a pessoa que mais frequenta o lugar), algo que pode proporcionar regalias caso o ambiente seja um estabelecimento comercial cadastrado no *FourSquare* (como descontos especiais para compras e brindes de produtos). A empresa também pode se utilizar de outras táticas, como promoções relâmpagos disponíveis apenas para

clientes que façam *check-in* na rede social, da mesma forma ela também pode utilizá-lo como um novo canal de relacionamento com os clientes (FAGUNDES, 2010).

Seguindo a mesma tendência, algumas empresas também vêm adotando a *gamificação* para aumentar a produtividade no ambiente de trabalho. Ferramentas como videogames e redes sociais privadas são usadas como plataformas para armazenamento e contabilização da pontuação/desempenho dos funcionários, oferecendo troféus virtuais pelas atividades bem empreendidas – os chamados *achievements* (conquistas), obtidos ao se fechar um bom negócio ou ao entregar trabalhos dentro do prazo, por exemplo. Criando, assim, ações para recompensar comportamentos desejados pela companhia; contudo, tomando o devido cuidado para que o sistema não crie uma competição predatória, mas, sim, amigável entre os funcionários.

Multinacionais como *Deloitte Touche Tohmatsu*, do ramo de consultoria econômica, e a IBM (*International Business Machines*), da área de tecnologia da informação, já adotam tais táticas no ambiente de trabalho, além de aplicá-las também para ao treinamento de novos funcionários. A *Gartner*, firma de consultoria e pesquisa no campo de tecnologia da informação, estima que até 2014 cerca de 70% das grandes corporações adotem técnicas de gamificação em ao menos um processo de negócios (SILVERMAN, 2011).

Em contraponto a essa assimilação das estratégias de jogos em diversas atividades, pesquisadores da área de *games*, como Ian Bogost (2011) contestam fortemente a gamificação, taxando-a energicamente como *bullshit*. Algo que ele argumenta no texto *Gamification is Bullshit*, publicado em seu *website*:

Em seu breve tratado “On Bullshit”, o filósofo Harry Frankfurt nos oferece uma útil teoria sobre a bobagem, a besteira, ou no bom inglês: “bullshit”. Nós normalmente pensamos no bullshit como um sinônimo – embora um pouco vulgar – para mentira ou engano. Mas Frankfurt argumenta que bullshit nada tem a ver com a verdade.

Ao invés disso, bullshit é usado para esconder, para impressionar ou para coagir. Ao contrário dos mentirosos, bullshitters não tem utilidade alguma para a verdade. Tudo o que importa para eles é esconder sua ignorância ou usar em benefício próprio.

Gamification é bullshit.

Não estou sendo arrogante ou provocativo. Estou falando filosoficamente. (BOGOST, 2011, s/p.).

Para ele, gamificação é mais uma moda criada por consultores e marqueteiros para lucrar em cima da popularização dos videogames, utilizando-se de propriedades como pontos e níveis para elaborar primariamente interatividades com as pessoas. E com isso embutir uma

aparente complexidade comportamental num processo que se resume a uma nova forma de marketing. Bogost argumenta que essa é mais uma das “ificações” criadas pelo mercado. Ou seja, uma simplificação técnica para a massificação de uma ideia, pervertida como um milagre marqueteiro de transformar cinco horas de trabalho em pontos que superem seu concorrente, e converter ganhos financeiros sobre clientes em troféus virtuais.

Como alternativa, o autor defende outra nomenclatura a essa apropriação dos jogos, chamando-a de “exploitationware”, algo que pode ser traduzido livremente como *programa de exploração*. Para ele, essa expressão capturaria melhor a essência da gamificação no mundo corporativo:

Um jogo de fazer dinheiro, escolhido para capitalizar um momento cultural, através de serviços sobre os quais eles têm experiência questionável e para trazer resultados que durem apenas o tempo suficiente para preencher suas contas bancárias antes que a próxima tendência bullshit apareça (Bogost, 2011, s/p.).

Em resposta a esses argumentos, Gabe Zicherman (2011), um dos principais difusores da *gamificação*, coloca que a visão de Bogost sobre o assunto é bastante limitada, que a aplicação de táticas de jogo vai além do marketing e está ajudando pessoas a resolverem problemas, seja melhorando o ambiente de trabalho, seja auxiliando como ferramenta de ensino²⁵. Ele traça os argumentos de seu opositor como uma interpretação conservadora do conceito de jogo, como se fosse assegurada a uma pessoa, grupo ou linha de pensamento a sua verdadeira noção, e assim detivesse controle sobre seu uso.

Assumindo uma posição mais flexível ao debate, Jon Radoff (2011), consultor na área de games, concorda com o questionamento a respeito do uso da terminologia *gamificação* e de uma superficialidade adotada por alguns defensores de sua prática. Segundo ele, isso é em muito creditado pela crença do jogo como um simples sistema de recompensa, uma máquina behaviorista de “aperte o botão, ganhe um doce”, que não apenas afeta discussões em torno da *gamificação*, mas a própria indústria de *games* como um todo, prejudicando a qualidade dos jogos. Radoff considera que o debate em torno do tema ainda é muito recente, carecendo de conceitos que vão além do senso comum sobre os jogos.

²⁵ Em meio a esse debate, o enfoque da *gamificação* na educação acabou sendo um assunto secundário, mesmo por Ian Bogost que critica especialmente seu uso no campo empresarial. Nesse âmbito, educadores como Joey Lee e Jessica Hammer (2011) reconhecem que a principal vertente da *gamificação* vem do uso comercial, mas consideram que o uso de suas estratégias pode vir a ser útil como um complemento educacional, tomando-se cuidado para não torná-lo o principal aspecto da aprendizagem.

E como indica a pesquisadora de mídias interativas Lian Amaris (2011), muitas considerações ainda devem ser feitas, não apenas numa abordagem teórica a respeito do lúdico, mas também sobre seu uso político e ideológico inserido no atual contexto de mídias. Seria uma forma de sair do olhar simplista da gamificação de que os jogos podem salvar/otimizar o mundo, como McGonigal (2011) sugere, sem levar em consideração uma gama de fatores envolvidos que ficam contidos sob a superfície de uma abordagem de pontos e recompensas. Especialmente, como aponta a autora, sobre o consumismo que a gamificação defende em alguns contextos de seu uso.

1.2.2 ATIVANDO FORMAS DE JOGABILIDADE NO COTIDIANO

Para classificar a natureza de todas essas formas de jogo citadas anteriormente, utilizam-se os mais diversos termos dependendo da *gameplay* e tecnologias aplicadas. Dentre os vários nomes, podemos citar: *big games*, jogos de realidade aumentada, *crossmedia games*, jogos locativos, jogos pervasivos, jogos urbanos, *mobile games*, *supergames*, *transreality games*, jogos ubíquos, jogos imersivos, jogos de realidade alternada, etc.

Frente às diversas classificações voltadas para se pensar toda essa gama de jogos, Montola (et al., 2009) opta por adotar o termo “jogos pervasivos”, para designar inclusive os ARGs, conceituando-os como atividades lúdicas que borram e permeiam as fronteiras do círculo mágico, o limite contratual de ação perante a vida normal dos jogadores. A ideia de “círculo mágico” provém originalmente dos estudos clássicos de Huizinga (2004, p. 12) sobre o lúdico, que distingue o jogo da vida comum, delimitando-o tanto espacialmente quanto temporalmente, pois ele “possui um caminho e um sentido próprios”, conforme ele explica ao associar o espaço de jogo a um lugar de acontecimentos sagrados:

Todo jogo se processa e existe no interior de um campo previamente delimitado, de maneira material ou imaginária, deliberada ou espontânea. Tal como não há diferença entre o jogo e o culto, do mesmo modo o “lugar sagrado” não pode ser formalmente distinguido do terreno de jogo. A arena, a mesa de jogo, o círculo mágico, o templo, o palco, a tela, o campo de tênis, o tribunal etc., têm todos a forma e a função de terrenos de jogo, isto é, lugares proibidos, isolados, fechados, sagrados, em cujo interior se respeitam determinadas regras. Todos eles são mundos temporários dentro do mundo

habitual, dedicados à prática de uma atividade espacial. (HUIZINGA, 2004, p. 13).

Montola (et al., 2009), a partir de uma releitura do termo elaborado por Salen e Zimmerman (2004), não interpreta o círculo mágico unicamente como um espaço físico de acontecimentos delineados por regras. Tal interpretação se propõe a entendê-lo como uma membrana invisível e transitória, uma construção imaginária, um contrato esboçado pelos participantes do jogo para ingressarem na ritualista lúdica. Porém, nos jogos pervasivos essa fronteira contratual é bastante maleável para possibilitar a expansão da atividade lúdica por três dimensões: *espacial*, incorporando jogabilidade aos espaços físicos cotidianos; *temporal*, sem um tempo determinado de acontecimento, podendo se estender durante a rotina diária dos jogadores; e *social*, envolvendo várias pessoas, estando elas cientes que estão jogando ou não, já que a experiência lúdica pode transcorrer alheia aos olhos de passantes.

De tal modo, o entendimento comum do jogo nessas experiências é retrabalhado num nível de metacomunicação²⁶ em espaços públicos. Ou seja, os sinais e regras comuns para indicar intenções lúdicas são retrabalhados, convencionados entre os participantes, e assim incorporados de forma orgânica à realidade ordinária do ambiente. Ou mesmo busca subverter a metacomunicação, tornando as ações do jogo quase invisível para pessoas fora da atividade.

A partir desses princípios, Montola (et al., 2009) elenca quatro principais gêneros de jogos pervasivos, de acordo com suas características e propriedades que os definem na suas intenções de romper o círculo mágico. Eles são: *Caça ao Tesouro* – em que os jogadores buscam certos objetos num espaço ilimitado de jogo; *Jogos de Assassinato* – um faz-de-conta de caçada humana, sem limites de tempo e espaço, podendo transcorrer por semanas até que o jogador consiga assassinar sua vítima seguindo determinadas regras; *Pervasive Live-Action Role Playing* (LARP) – jogo de interpretação de personagens utilizando-se de ambientes públicos sem delimitação de espaço e tempo, fazendo uso das técnicas do *live-action role-playing*; *Alternate Reality Game* (ARG) – jogos colaborativos, desenvolvidos por uma narrativa fragmentada acessível através de *puzzles*, que se propaga pelo mundo real, como explicado anteriormente.

Nota-se no decorrer da obra de Montola (et al., 2009), que o autor sustenta um foco de análise mais voltado para questões culturais e de aplicações práticas de *design* para jogos que

²⁶ WATZLAWICK (et al., 2007, p. 36) explica por analogia que metacomunicação acontece “quando deixamos de usar a comunicação para comunicar mas a empregamos para comunicar sobre comunicação, como inevitavelmente acontece na pesquisa de comunicação, então recorreremos a conceitualizações que não são parte da comunicação, mas sobre esta”.

irrompem as tradicionais dimensões temporais, espaciais e sociais do círculo mágico. Entretanto, sua atenção é bastante generalizada sem grande aprofundamento crítico em algumas questões, especialmente as ligadas à escolha de sua nomenclatura “pervasivo” diante da nuvem de termos expostas pelo próprio. Ou mesmo quanto às especificidades dos *alternate reality games*, tratados nos mesmos parâmetros das questões trabalhadas por ele para dar conta de jogos de assassino e caça ao tesouro, por exemplo, quando que por trás do discurso dos ARGs há temas mais complexos na construção de uma imersão num mundo ficcional aliado a realidade cotidiana.

Por outro viés de análise, em contraponto ou mesmo em complemento as colocações de Montola, a pesquisadora e *game designer* Jane McGonigal (2006) recorre a uma linha mais tecnológica que cultural nas suas leituras sobre esse formato de jogos de estrutura mais ampla. Para a autora, a origem deles está na fusão entre a computação ubíqua e o design experimental de *games*, que desafiam e expandem a noção de onde, quando e com quem jogamos, reconfigurando, assim, os limites técnicos, formais e sociais do jogo com a vida cotidiana.

Nesse aspecto, a autora recorre como ponto de origem, aos princípios da computação ubíqua, também conhecida como computação pervasiva, campo de pesquisa fundado por Mark Weiser (1991) que envolve a integração de funcionalidades das redes digitais nos objetos do dia-a-dia e em ambientes físicos de forma orgânica, da mesma forma, por exemplo, como a eletricidade se tornou presente no cotidiano humano. Nesse contexto, a autora faz uma distinção do uso dos termos “ubíquo” e “pervasivo” para justificar sua escolha terminológica. Ela argumenta que apesar de as ciências da computação tratarem ambas as nomenclaturas como sinônimas, elas têm significados com implicações conceituais distintas quando aplicados para análise crítica em jogos.

Pois, o “pervasivo” se trata de algo que se permeia no ambiente, sugerindo a existência de uma borda que vai se alastrando. Enquanto que o “ubíquo” se refere a algo que está sempre presente em todos os lugares, tornando a ideia de uma fronteira algo irrelevante. Partindo dessas diferenças, McGonigal argumenta que pode ser apontada a existência de projetos distintos entre as duas terminologias, um que “busca criar persistência, infraestrutura de jogo sempre pronta”²⁷ (MCGONIGAL, 2006, p. 48), e outro que quer “construir maior mobilidade, infraestrutura intermitente, enfatizando o envolvimento, frequente perturbação e transição para o *gameplay*”²⁸ (idem).

²⁷ “[...] strive to create persistent, always already gaming infrastructures [...]”.

²⁸ “[...]projects that aim to construct more mobile, intermittent infrastructures, emphasizing the active, and frequently disruptive, transition to *gameplay* [...]”.

A partir dessas considerações principais, a autora elenca três categorias de *design* e estética de jogos que podem ocorrer em qualquer ambiente ou contexto. Tais classes são apenas uma sistematização das principais características encontradas nessas experiências lúdicas, sendo elas, complementares entre si, e não sistemas fixos e fechados, como fórmulas prontas para aplicação direta para o projeto de jogos. As categorias são: Jogos de Computação Ubíqua (*UbiComp Games*), Jogos Pervasivos e Jogos Ubíquos.

A primeira forma de jogo trata daqueles que têm seus propósitos ligados à filosofia da computação ubíqua de aplicar tecnologia em rede digital em qualquer espaço ou circunstância, utilizando-se de uma interface lúdica para tal finalidade; colonizando digitalmente ambientes de forma quase imperceptível por trás do jogo ou da brincadeira. São projetos com fins essencialmente tecnológicos, não estando vinculado a finalidades lúdicas e geralmente ligados a experimentações universitárias e corporativas. Como a autora explica, os jogos de computação ubíqua pretendem “avançar no campo *social* e *organizacional*, demonstrando ao público os potenciais benefícios das tecnologias da *ubicomp*”²⁹ (MCGONIGAL, 2006, p. 92).

Podemos citar jogos como: *CatchBob!*³⁰, com times de três pessoas distribuídas por um campus universitário, servidos de conexão *wi-fi*, GPS e *Tablet PC* que devem ser utilizados para localizar de forma sincronizada o “Bob”, um objeto virtual escondido em algum ponto da universidade; e *Pirates!*, projeto da empresa *Nokia Research Center*, no qual jogadores são conectados através de PDAs (*Personal Digital Assistants*)³¹ a uma rede local sem fio que os localiza dentro de um ambiente virtual representado por uma ilha inexplorada, com uma geografia analógica ao ambiente no qual os jogadores exploram no mundo real atrás de um tesouro enterrado.

Já os jogos pervasivos são aqueles que se estabelecem em espaços públicos, e assim, com os conceitos de círculo mágico do jogo e da própria arquitetura urbana, transformada num grande *playground* a céu aberto para um público diverso – muitas vezes uma plateia desavisada sobre a trama lúdica que está cercando o lugar. Como exemplos temos *PacManhattan*³², que consiste em converter quarteirões de Manhattan num labirinto *live action*³³ de *Pac Man*, e *Big*

²⁹ “[...] field *socially* and *organizationally* by demonstrating to the public the potential benefits of *ubicomp* technologies”.

³⁰ Cf. <http://craftwww.epfl.ch/research/catchbob/>

³¹ Computadores de mão, com funções que vão desde agenda de contatos a acesso à internet.

³² Cf. <http://www.pacmanhattan.com/>

³³ Expressão utilizada quando se falar de obras audiovisuais ou atividades realizadas por pessoas reais, em contrapartida as animações.

*Urban Game*³⁴, que transformou as cidades Minneapolis e St. Paul num grande tabuleiro de peças gigantes manuseado pelas equipes de jogadores através de suas ruas.

Nessa categoria McGonigal se baseia, a partir de uma leitura crítica e complementar, na fundamentação do trabalho de Montola com jogos pervasivos, não desconsiderando suas reflexões. Para ela, os jogos pervasivos seriam uma combinação de intervenções urbanas e sociais em centros populosos e onde a tecnologia em rede se faz presente, com a finalidade de repensar a rotina e a arquitetura das cidades através do espetáculo lúdico. Por esses parâmetros, a autora trabalha essa categoria em contraponto à próxima categoria, e a que mais interessa no presente trabalho.

Jogos Ubíquos, segundo McGonigal (2006), são atividades lúdicas que desconsideram a noção de uma fronteira de acontecimentos, reinterpretando a realidade ordinária pela ótica da *gameplay*, ativando *affordances* de jogabilidade no mundo cotidiano. Nesse âmbito, estão especialmente os jogos de realidade alternada, principal foco de estudos autora.

Affordance é um termo originário do campo da psicologia³⁵ que foi apropriado no *design* por David A. Norman (1998) ao tratar sobre propriedades fundamentais nos objetos, determinando como eles podem ser manipulados e utilizados. São pistas sensoriais que ajudam os usuários a entender como interagir com as propriedades das coisas e construir cognitivamente o ambiente.

A percepção do *affordance* depende da habilidade cognitiva do usuário que está tomando uma ação particular que produzirá um efeito em relação a um objeto específico. Essa resposta pode estar prevista ou diretamente observada, sendo também uma propriedade já reconhecível culturalmente, como uma maçaneta para abrir portas, ou acessível empiricamente, pela exploração das utilidades do objeto.

Como Norman (1998) fala, em nossa relação diária com os objetos do mundo físico, existem *affordances* reais e perceptíveis acessíveis em todos. Mas nem sempre esses dois modos são a mesma coisa, podendo-se descobrir através da interação novas funções e usos imprevisíveis no ambiente.

Desse modo, os ARGs seriam atividades que dão novos significados e funções lúdicas à realidade, criando uma nova e intensa relação entre os jogadores e o ambiente, o que origina um sistema reativo que se desdobra em narrativas fragmentadas, revelando um universo

³⁴ Cf. <http://www.decisionproblem.com/bug/bug2.html>

³⁵ Para o criador do conceito, J. J. Gibson (apud MCGONIGAL, 2006), *affordance* é o mesmo que relacionamento. É perceber o sistema físico das coisas e dos fenômenos com propriedades acionáveis específicas. Um comportamento natural do ser humano diante da natureza, dando usos seguros a ela.

mimeticamente atrelado ao nosso. Como McGonigal (2006, p. 80) explica, os *alternate reality games* seriam estruturas de jogo que ativam o mundo:

[...] transformando locais e objetos do cotidiano em plataformas interativas; essas estruturas de jogo também ativam jogadores, tornando-os mais sensíveis aos potenciais apelos de interação. Isto acontece porque o ato de expor *affordances* previamente despercebidos cria uma relação mais significativa entre o ator e o objeto, ou com o espaço no mundo.³⁶

Por esses argumentos, a autora não apenas trata os jogos de realidade alternada como experiências que expandem as fronteiras do círculo mágico, mas os encara como manifestação do potencial lúdico presente nos diversos espaços cotidianos, a espera de uma reconfiguração dos meios de comunicação e do espaço físico para ativar funções interativas coordenadas para ações lúdicas. Assim, os ARGs se utilizam dessa estratégia de transformações do espaço para criar uma conexão diegética com o mundo cotidiano, tomando uma parcela da vida de seus participantes para incorporá-lo a uma cadeia de acontecimentos ligados a um jogo, que acontece num limiar entre a ficção e a não-ficção.

E é por esse poder de transformação que os jogos de realidade alternada são tão ricos como ferramentas imersivas em mundos ficcionais, retrabalhando o cognitivo humano numa perspectiva lúdica incorporada à vida diária. Característica que leva McGonigal (2011) a conceituá-los como jogos nãoescapistas, pois eles tomam como cenário de acontecimentos o próprio cotidiano dos jogadores. Apontando assim, o essencial da natureza dos ARGs nesse novo contexto de experiências no atual sistema midiático em rede. Mas, diante de todas as questões levantadas durante este capítulo, resta compreender como o conceito de jogo ainda se aplica no atual cenário das mídias digitais, e como os *alternate reality games* se incorporam a esse conceito.

³⁶ “[...] transforming everyday objects and places into interactive platforms; game structures also activate players by making them more responsive to potential calls to interaction. This is because the act of exposing previously unperceived affordances creates a more meaningful relationship between the actor and the object or the space in the world”.

1.3 O CONCEITO DE JOGO NOS JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA

Johan Huizinga (2004) foi um dos primeiros teóricos no início do século XX a pensar e conceituar o papel do jogo³⁷ na formação cultural da sociedade – abrangendo diversos setores como o artístico, o religioso, o filosófico e o judiciário. Segundo o teórico, o lúdico está presente no cotidiano do homem desde sua origem, sendo anterior a qualquer outra noção de dever e de normas sociais estabelecidas. O pesquisador explica que

O jogo é fato mais antigo que a cultura, pois esta, mesmo em suas definições menos rigorosas, pressupõe sempre a sociedade humana. É-nos possível afirmar com segurança que a civilização humana não acrescentou característica essencial alguma à ideia geral de jogos. Os animais brincam tal como os homens. (HUIZINGA, 2004, p. 03).

Então, o jogo é o que é, existe por existir, assim como os sentimentos pulsantes do homem (raiva, tensão, amor, etc.). Seguindo este raciocínio, o autor sugere uma classificação alternativa para o homem além de *Homo Sapiens*, nomeando-o como *Homo Ludens*, associando o status lúdico à própria natureza humana. Huizinga, então, articula a definição de jogo como:

[...] uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da “vida cotidiana”. Assim definida, a noção parece capaz de abranger tudo aquilo a que chamamos de “jogo” entre os animais, as crianças e os adultos: jogos de força e de destreza, jogos de sorte, de adivinhação, exhibições de todo o gênero. Pareceu-nos que a categoria de jogo fosse suscetível de ser considerada um dos elementos espirituais básicos da vida. (HUIZINGA, 2004, p. 33-34).

Por esta definição, o autor pretende apreender todas as diversas atividades lúdicas possíveis, assim como práticas mais sérias e suas condutas éticas de ação – como guerras, rituais religiosos e disputas comerciais. É por meio da disputa pelo poder, pela tensão causada a partir da imprevisibilidade do resultado e a capacidade de repetição da experiência de diversos

³⁷ Assumi-se nesse trabalho o termo “jogo” com um significado mais próximo da palavra “play”, em inglês, que quando traduzida para o português carrega expressões mais amplas das atividades lúdicas: jogos, brincadeiras, diversão, atuação teatral e tocar música. Huizinga (2004), inclusive, dedica em seu livro *Homo Ludens*, publicado em 1938, um capítulo para o estudo das diversas expressões linguísticas, aplicadas por várias culturas, para definir os momentos lúdicos.

modos, que os jogos fascinam o homem e apreendem sua atenção: agregando-se à cultura e se constituindo como uma forte ferramenta de socialização e projeção de sentimentos sobre o mundo.

A questão é que nem tudo que Huizinga (2004) levanta a respeito dos jogos consegue ser aplicado confortavelmente no entendimento do que seriam os jogos de realidade alternada. Afinal, os ARGs não são atividades que se colocam como disparetes da vida diária, ou que ocorrem dentro de limites temporais e espaciais específicos. Eles nem mesmo são atividades com regras bem delineadas e claras, uma característica marcante para o conceito clássico de jogo para o autor, assim como para outros pensadores, a exemplo de Roger Caillois (1990).

Caillois retoma as questões pensadas por Huizinga, mas acrescentando novas questões que tratam sobre uma descrição e classificação dos jogos em si em quatro categorias: *Agon*, quando a competição predomina; *Alea*, baseado em acontecimentos aleatórios e randômicos; *Ilinx*, no qual o prazer do jogo reside nas sensações físicas; *Mimicry*, que gira em torno do fazer-de-conta e da interpretação de papéis. Ele também trata em especial quanto à estrutura de regras nessas categorias, algo que Caillois (1990, p. 47) considera como intrínseco ao “jogo assim que este adquire aquilo a que [...] chamaria de existência institucional”.

Assim, o autor propõe duas estruturações normativas para as atividades lúdicas. A primeira é a *paidia*, ligada à fantasia e a liberdade de regras aquém da estabilidade, o que poderia ser interpretada de forma mais direta ao ato de brincar, abrangido assim “as manifestações espontâneas do instinto do jogo” (idem, p. 48). A segunda é o *ludus*, um sistema de regras mais complexo e estabelecido, “característica a que pode ser atribuída, sem exagero, uma intenção civilizadora” (idem), surgindo como um complemento e adestramento da *paidia*, disciplinando-a.

Essas colocações enriquecem até certo ponto a conceituação de jogo. A *paidia* e o *ludus* tornam maleável o entendimento das regras nas atividades lúdicas, algo transponível para os ARGs quando se analisa o comportamento dos jogadores na busca da solução de problemas, numa atividade onde as regras são abertas e instáveis. Mas isso é pouco capaz de atender certas questões intrínsecas aos *alternate reality games*. Ainda mais se levado em conta que, como comenta McGonigal (2006), as ideias de Roger Caillois se baseiam num discurso de hierarquização discriminatória das experiências lúdicas segundo sua estrutura de regras (especialmente ao ligar o *ludus* ao sentimento civilizatório) capaz de criar lei e ordem, enquanto a *paidia* é regida por uma anarquia intoxicante para o comportamento civilizado. E isso é algo que se exprime no decorrer de sua obra ao pontuar exemplos da presença do lúdico em diversas atividades culturais, ilustrando esse discurso.

Como McGonigal (2006, p. 502) comenta: “Eu acredito, de fato, que Caillois busca controlar a jogabilidade como um objeto intelectual, de modo que ele possa persuadir o leitor da necessidade de controlar o jogo como um fenômeno cultural”. Tal discurso aplicado às categorias elaboradas por Caillois não é levado à frente pelos atuais pesquisadores, mas muitos deles são bem centrados em entender o lúdico através de suas regras. Como Jesper Jull (2003), que compreende o jogo como sendo:

[...] é um sistema baseado em regras formais, com um resultado variável e quantificável, onde diferentes resultados são atribuídos a valores diferentes, em que o jogador exerce esforços no sentido de influenciar o resultado, sentindo-se unido ao resultado, e as consequências da atividade são opcionais e negociáveis. (JULL, 2003, s/p.).

Nesse caso, o autor está tratando diretamente a respeito de uma releitura do conceito clássico aplicado aos jogos digitais, principal foco de suas pesquisas. Algo que segundo McGonigal (2006), o faz fugir de uma discussão mais abrangente a respeito do jogo, pois sua preocupação está em fundamentar um campo de estudos próprio para os *videogames*, baseando-se na simulação como aspecto essencial a eles, e desconsiderando elementos narrativos. Um pensamento que segundo ela, não se aplica aos *alternate reality games*, que buscam atualizar no mundo físico uma realidade ficcional virtualizada nas diversas mídias que os compõem.

Bernard Suit (1978) defende um ponto de vista conceitual que age de forma mais direta e ampla sobre os jogos, através de uma visão fenomenológica da experiência lúdica. Em sua obra *The Grasshopper: Games, Life, and Utopia*, de 1978, o autor conceitua o ato de jogar como uma atividade voluntária com a finalidade de superar obstáculos desnecessários, ou, de forma mais extensa, jogar é engajar-se numa

[...] atividade voltada a provocar um estado específico de coisas, usando apenas os meios permitidos pelas regras, onde as regras proíbem maior eficiência em favor de meios menos eficientes, e onde tais regras são aceitas apenas porque elas tornam possível tal atividade.³⁸ (SUIT, 1978, p. 34).

Suit exemplifica seu argumento ao discorrer sobre as regras do jogo de golf, em que se criam um conjunto de regras e ferramentas para levar ao objetivo principal de colocar uma pequena bola em uma série de buracos com o mínimo de tentativas possíveis. Segundo ele, há

³⁸ [...] activity directed towards bringing about a specific state of affairs, using only means permitted by rules, where the rules prohibit more efficient in favour of less efficient means, and where such rules are accepted just because they make possible such activity (SUIT, 1978, p. 34).

toda uma cerimônia de obstáculos para alcançar um objetivo que poderia ser meramente solucionado colocando a bola com as próprias mãos no buraco. Porém, o atrativo do jogo está justamente no desafio proporcionado por ele, ainda que sobre condições menos eficientes.

Para compreender como essa dinâmica dos jogos sucede, Suit (1978) elenca em sua abordagem a existência de quatro elementos essenciais a qualquer experiência de jogo: objetivo (*goal*), regras (*rules*), meios para alcançar o objetivo (*the means of achieving the goal*) e atitude lusória (*lusory attitude - lusory*, derivado do latim *ludus*, jogo). Essa classificação é formulada a partir do princípio de que todo jogo é uma atividade direcionada por algum *objetivo* como finalidade, que envolvem *meios* e escolhas para alcançá-los, que são limitados segundo *regras* estabelecidas, mas para que esse sistema funcione devidamente, é preciso que os jogadores *aceitem os parâmetros* do desafio proposto, uma qualidade que Suit nomeia como uma atitude lusória, a ação dos sujeitos envolvidos em aceitar as regras constituídas para que a atividade lúdica possa acontecer.

Suit aponta que tais elementos possuem um peso variável dependendo da atividade. Em um jogo tradicional de tênis, as regras detêm um peso importante, sendo bem claras e específicas para cada um dos participantes. Em um jogo aberto, como o faz-de-conta em brincadeiras infantis, as regras são mais maleáveis entre os participantes, e o objetivo se foca em manter a atividade lúdica sustentável/prazerosa aos jogadores. Um raciocínio análogo à ideia de *paidia* e *ludus* de Caillois (1990), mas sem uma questão civilizadora do jogo por trás, e sim de meramente superar obstáculos desnecessários.

A justificativa dada por Suit (1978) para o fato de o ser humano se dispor a superar esses obstáculos se alinha com o pensamento de Huizinga (2004), encarando o jogo como uma qualidade inerente à natureza humana. Entretanto, enquanto Huizinga explora isso de forma antropológica, Suit expõe isso como uma necessidade de autonomia e satisfação psicológica do sujeito.

No meio acadêmico, essas ideias de Bernard Suit passaram despercebidas pela maioria dos estudiosos de jogos até meados de 1990 e início deste século, quando autores importantes como Katie Salen e Eric Zimmerman (2004) retomaram seu conceito de atitude lusória, e Jane McGonigal (2011), em especial, que revisitou sua categorização de elementos dos jogos no livro *Reality is broken: why games make us better and how they can change the world*. Nesta obra, a autora atualiza os quatro elementos de Suit a seu modo e os aproxima dos jogos de realidade alternada.

Desta forma, McGonigal (2011) mantém as categorias de *objetivo* e *regras*, e no lugar dos *meios para alcançar objetivo* estabelece o *sistema de feedback*, entendido como a resposta

que os jogadores obtêm do desempenho deles durante a atividade, informando assim o quanto falta para alcançar o objetivo. Por último, a *atitude lusória* é renomeada como *participação voluntária*, mantendo sua natureza original.

Além dessas mudanças, a autora comenta sobre a flexibilidade que esse sistema pode apresentar, abarcando várias formas de atividades lúdicas:

Esta definição pode surpreender você pelo o que lhe falta: interatividade, gráficos, narrativas, recompensas, competição, ambientes virtuais, ou a ideia de vitória – todas as características pelas que nós frequentemente pensamos quando se trata de jogos hoje em dia. Verdade, essas são as características como de muitos jogos, mas elas não são características *definidoras*. O que define um jogo são o objetivo, as regras, o sistema de *feedback*, e a participação voluntária. Tudo mais é um esforço para fortalecer e aumentar esses quatro elementos base. Uma história convincente faz com que um objetivo seja mais atraente. Métricas complexas de pontuação criam um sistema de *feedback* mais motivador. Conquistas e níveis multiplicam as oportunidades de experimentar o sucesso. Experiências com múltiplos jogadores e múltiplos jogadores massivos podem tornar o jogo prolongado mais imprevisível e agradável³⁹. (MCGONIGAL, 2011, p. 21-22).

Através dessa atualização dos conceitos, a autora fala sobre determinados aspectos lúdicos dos jogos de realidade alternada, onde as dimensões de *regras* e *objetivos* são pouco claras aos jogadores, propositalmente, instigando-os a explorar as possibilidades viáveis pelo ARG, o que dá maior enfoque à *participação voluntária* e ao *sistema de feedback*. McGonigal (2011, p. 27) comenta que os jogadores não querem necessariamente experimentar o sistema de jogo e seus parâmetros bem definidos, mas aproveitar a experiência do jogo, em “explorar e aprender e aperfeiçoar [...] eles genuinamente se importam com os resultados de seus esforços”⁴⁰ empreendidos na experiência lúdica e sua imprevisibilidade.

Segundo a autora, através dessa dinâmica os jogos representariam um dos melhores sistemas de motivação para resolução de problemas, e o jogo de realidade alternada estaria num exemplo extremo dessa qualidade pela sua capacidade de associar-se ao cotidiano dos jogadores. A fim de compreender essa dinâmica que o lúdico trás em superar *obstáculo*

³⁹ This definition may surprise you for what it lacks: interactivity, graphics, narrative, rewards, competition, virtual environments, or idea of “winning” – all traits we often think of when it comes to games today. True, these are common features of many games, but they are not *defining* features. What defines a game are the goal, the rules, the feedback system, and voluntary participation. Everything else is an effort to reinforce and enhance these four scoring metric make the feedback system more motivating. Achievements and levels multiply the opportunities for experiencing success. Multiplayer and massively multiplayer experiences can make the prolonged play more unpredictable or more pleasurable. (MCGONIGAL, 2011, p. 21-22).

⁴⁰ “[...] to explore and learn and improve [...] they genuinely care about the outcome of their effort.” (MCGONIGAL, 2011, p. 27).

desnecessário, McGonigal (2011) recorre à *psicologia positiva* para chegar aos elementos envolvidos. Esse é um campo de pesquisa recente na psicologia, constituído durante as últimas décadas através de teóricos como Martin Seligman e Mihály Csikszentmihayli, que não se ocupa apenas em tratar doenças mentais, mas constituir principalmente um método científico que estude a faceta positiva do ser humano e suas relações sociais, com a finalidade de potencializar essas qualidades.

Assumindo isso, McGonigal coloca que o jogo não seria algo oposto ao trabalho, mas sim à depressão, pois sua atividade não causa stress negativo no sujeito, originando uma ansiedade destrutiva a sua autoestima. Mas resulta em um stress positivo, ou *eustress* (derivada da palavra *eu*, que em grego significa *bem-estar*), experimentado quando não há o sentimento de pessimismo na execução da ação, direcionando o foco da pessoa na busca de melhores resultados.

Essa seria apenas uma das sensações ligadas a uma rede de sentimentos, como *fiero*, palavra italiana que significa orgulho, apropriada pelo campo de *game design* para descrever a sensação do jogador ao superar uma adversidade. E *awe*, emoção sentida quando o sujeito se reconhece como parte ativa de algo maior que ele mesmo, algo geralmente associado à espiritualidade e ao desejo de servir na sociedade.

Partindo desses princípios, e inspirada principalmente por sua experiência como acadêmica e produtora de ARGs e jogos pervasivos, McGonigal (2011) sugere aplicar estratégias de *game design* em diversas atividades do nosso dia-a-dia, com a finalidade de torná-las mais prazerosas e aperfeiçoar seus resultados conseqüentemente. Isso é o que exploramos anteriormente com a *gamificação*. Essa é uma tática que explora conceitualmente essas qualidades psicológicas dos jogos para recompensar o sujeito com um *trabalho mais satisfatório* ao permitir que perceba diretamente o impacto de seu esforço, alimentando assim as expectativas de *resultados positivos*, contribuindo para *reforçar laços sociais* com outras pessoas envolvidas em prol de um *propósito* em comum.

Diante dessa questão da influencia dos jogos nas atividades humanas, é interessante observar que essa discussão envolvendo a *gamificação* foi inicialmente antecipada por Huizinga (2004) no início no século passado, quando ele antevia que o avanço dos meios de comunicação, facilitando as relações humanas acarretaria numa maior presença do espírito lúdico na sociedade. Isso abarcaria desde o campo comercial, “a fim de acelerar a produção” (ibid., p. 222); o meio artístico, pela misteriosa áurea superior que propaga sua atividade, o que “implica a existência de uma comunidade lúdica entrincheirada atrás de seu próprio mistério” (ibid., p. 225); e a política, tendo em vista o momento de forte nacionalismo da época, difundido

por “gritos ou outros sinais da saudação”, e com “o uso de emblemas e distintivos, a marcha em ordem unida ou num passo especial” (ibid., p. 228).

1.3.1 O LÚDICO E A ZONA IMERSIVA

Perante esse panorama, Huizinga (2004) ainda se mostra um autor importante que serve como ponto de partida para ampliar o entendimento do amplo do conceito de jogo. Ele próprio compreende que a noção de jogo é um elemento histórico-cultural, capaz de mudar suas dimensões a cada época, a exemplo de como o lúdico foi incorporado diferentemente na Idade Média e no período renascentista, e que atualmente tende a se modificar, ao afirmar que a “vida social moderna está sendo cada vez mais dominada por uma característica que tem alguma coisa em comum com o jogo e dá a ilusão de um fator lúdico fortemente desenvolvido” (ibid., p. 227).

Entretanto, Huizinga caracteriza essa mudança num tom pessimista, quase purista, mas por ligá-la mais às questões éticas do tenso momento político que ele vivenciava na década de 1930 na Europa. Cenário resultante de uma conjunção de fatores que ele chamou de *puerilismo*, uma combinação entre o espírito da adolescência e da barbárie, que ao seu olhar, passou a dominar a política mundial nas primeiras décadas do século XX, o que culminou na eclosão da Segunda Grande Guerra. Por se focar muito nesse pensamento crítico sobre o cenário sociopolítico de sua época⁴¹, o autor exalta o lado ordenador e ético do jogo na cultura humana, em detrimento de formas mais ambíguas de jogo, que trata de forma mais cautelosa.

Por outro lado, algumas de suas observações tendem a corroborar com um dos princípios dos ARGs, em que o jogo se desloca para o limiar da realidade cotidiana. Huizinga (2004, p. 229) comenta: “O autêntico jogo desapareceu da civilização atual, e mesmo onde ele aparece ainda estar presente trata-se de um falso jogo, de modo tal que se torna cada vez mais difícil dizer onde acaba o jogo e começa o não-jogo”.

Diante de colocações como esta, McGonigal (2006) argumenta que já havia um entendimento por parte de Huizinga acerca da instabilidade que as fronteiras do jogo têm

⁴¹ A respeito de seu período, Huizinga escreveu: “Estamos vivendo num mundo demente. E nós sabemos que... Por toda parte há dúvidas quanto à solidez de nossa estrutura social, medos vagos do futuro iminente, a sensação de que nossa civilização está a caminho da ruína. [...] Vemos formas de governo que não são mais capazes de funcionar, sistemas de produção à beira do colapso, as forças sociais tornando-se selvagens com o poder. O rugir do motor deste tempo parece estar a caminho de um colapso”. (HUIZINGA, 1936, p. 15-16).

perante a realidade. O próprio autor assinala durante suas reflexões, situações nas quais a compreensão dos limites do jogo fica nebulosa graças ao forte envolvimento do jogador, em que ele entrega-se “de corpo e alma ao jogo, e a consciência de tratar-se ‘apenas’ de um jogo pode passar para segundo plano. A alegria que está indissolavelmente ligada ao jogo pode transformar-se, não só em tensão, mas também em arrebatamento.” (HUIZINGA, 2004, p. 25).

Em complemento, também se pode enfatizar que “a essência do espírito lúdico é ousar, correr riscos, suportar a incerteza e a tensão. A tensão aumenta a importância do jogo, e esta intensificação permite ao jogador esquecer que está apenas jogando” (HUIZINGA, 2004, p. 59). Essas afirmações acabam por nos levar a uma característica dos jogos de maior peso na constituição da natureza dos ARGs: a imersão proporcionada por eles, que intensifica a experiência, e leva o jogador a transpor as fronteiras entre o jogo e o cotidiano. Isso é comumente caracterizado por processo de forte envolvimento com a experiência vivenciada, que transita um estado mental para outro, havendo um distanciamento crítico diante do que é exibido (GRAU, 2007).

Algo que no caso dos jogos de realidade alternada é levado por um processo ativo de participação na crença daquilo que é vivenciado, numa busca subjetiva pelo prazer proporcionado no jogo. Uma qualidade que vem sendo explorada numa interseção entre mundos ficcionais e o cotidiano, comprimindo os limites entre o que é entendido como espaço de *jogo e não-jogo, ficção e não-ficção*, organizando uma espécie de *zona imersiva* nos espaços físicos e virtuais, onde essas naturezas se conjugam para criar uma experiência lúdica de forte envolvimento com os participantes.

Como observa Murray (2003, p.102) ao tratar do processo imersivo como uma metáfora da experiência física de estar submerso na água, “a imersão implica aprender a nadar, a fazer coisas que o novo ambiente” do jogo proporciona. Desta forma, os *alternate reality games* não seriam apenas ferramentas lúdicas imersivas, mas também cognitivas, pois elas reorganizam e modificam a ecologia cognitiva dos jogadores, influenciando em funções como a memória, atenção, criatividade e imaginação, determinando o modo de percepção e raciocínio que eles têm com a própria realidade. O que implica diretamente numa reconfiguração do espaço cotidiano por parte ativa dos jogadores, à medida que esse engajamento progride para estabelecer a experiência.

Como explorado, os jogos de realidade alternada reformam o conceito de jogo em seu caráter espacial e temporal, ocultando suas regras para se focar no envolvimento proporcionado e na reconfiguração espacial que envolve seus jogadores ao trabalhar a ambiguidade dos limites da experiência lúdica.

Portanto, o que eles essencialmente buscam é a imersão de seus participantes num mundo ficcional construído ao tornar turva essa fronteira entre a realidade e a ficção, utilizando-se de técnicas que ativam *affordances* de jogabilidade no espaço cotidiano, que reconfiguram sua narrativa junto à realidade, de forma a tornar a experiência coerente e convincente para quem participa dela; buscam proporcionar um forte envolvimento dos jogadores para, assim, estes se integrem na construção cognitiva e na sustentação de uma realidade alternada fragmentada, uma zona imersiva presente no espaço cotidiano através do ecossistema de mídias. Resta-nos agora compreender melhor o conceito de imersão e suas possibilidades na experiência em mundos ficcionais, e como ela se relaciona com os ARGs.

CAPÍTULO 2 – IMERSÃO EM REALIDADES ALTERNADAS

No capítulo anterior, tratamos de apresentar os elementos que constituem os jogos de realidade, como sua narrativa fragmenta acessível através da solução de *puzzles* distribuídos entre diversas mídias, a formação de comunidades colaborativas, sua capacidade de integrar-se ao cotidiano dos jogadores de modo a ativar a crença no mundo ficcional construído, dentre outras características. Tal análise se deu através de um breve estudo de caso do jogo *The Beast*, um dos primeiros e mais influentes jogos de realidade alternada, que fundou o conceito de design *This is Not a Game* (TINAG), que busca na sua prática obscurecer a própria ficcionalidade dos ARGs. Mas que também traz consigo uma discussão a respeito da natureza lúdica desses jogos, que fogem do entendimento clássico do jogo como uma atividade com regras comumente estabelecida entre os participantes, dentro de limites espaciais e temporais próprios, que age separadamente da vida cotidiana dos jogadores.

Junto aos ARGs, há outras experiências lúdicas que também desafiam esses conceitos. São jogos que convivem com o atual contexto de uma sociedade integrada as redes digitais de comunicação e multifaceada por ambiguidades que transpassam seus sentidos inundados constantemente por sensações. São atividades que acontecem em espaços urbanos, através de performances que repensam a arquitetura das cidades, ou por meio de caçadas humanas que se estendem por semanas, corridas por tesouros escondidos, jogos de interpretação de papéis em lugares públicos. Todas essas experiências que ampliam as dimensões espaciais e temporais do jogo, interpretados assim como jogos pervasivos.

Por outra via, há atividades que criam um mundo persistente, numa infraestrutura sempre pronta e presente, acionando *affordances* de jogabilidade na realidade, configurando-se como jogos ubíquos, que retrabalham o cotidiano dando-lhe funções de jogo. Nesse âmbito convivem os jogos de realidade alternada, que focam sua natureza lúdica na criação de uma experiência fortemente imersiva, alheia a estrutura rígida de regras ou qualquer limite de acontecimentos, como tradicionalmente os jogos são encarados.

Cabe então, agora, analisar e melhor compreender algumas questões que envolvem a imersão no ARG. Como, por exemplo, sua capacidade de criação de mundos ficcionais associados à realidade cotidiana e seu consequente processo de imersão nessas realidades alternadas. Buscando-se, assim, ter noção de quais mecanismos são empregados para o funcionamento do processo imersivo nessas experiências lúdicas.

Para tanto, primeiro é preciso compreender a extensão que o conceito de imersão tem diante de algumas perspectivas que denotem sua natureza, desde as relacionadas ao envolvimento com experiências da nossa vida diária até vivência de mundos ficcionais. Visões que conduzem a um denominador comum que liga a noção de imersão ao prazer de estar envolvido sensorialmente, cognitivamente e emocionalmente com estímulos externos, que por seguinte conduzem a ações sobre o ambiente vivenciado.

Em seguida, a imersão em mundos ficcionais através das mídias é explorada, passando por perspectivas teóricas que abordem características narrativas e lúdicas dessa experiência. Um primeiro passo que conduz para um percurso exploratório pelas perspectivas que constituem o processo de imersão e suas formas. Prosseguindo até uma abordagem da imersão onde as fronteiras entre os mundos ficcionais e cotidiano se encontram, em que barreiras criativas são permeadas pelo público para que ele tenha uma experiência mais ativa nos mundos ficcionais, que agora se alternam com a sua realidade referente através do uso coordenado de mídias.

Essa é a noção de imersão explorada pelo seriado *Lost*, especialmente aplicada por meio do jogo de realidade alternada *The Lost Experience*. Uma obra articulada de forma concisa entre múltiplas plataformas de mídias, que coloca o público no centro dos acontecimentos de seu universo, mantendo-o em contato direto com a realidade cotidiana; formando espaços imersivos entre realidades que se constituem através da ação dos jogadores.

2.1 IMAGINAÇÃO E PRAZER

A ideia de imersão é algo que sempre esteve muito atrelado à concepção das representações na história da arte ocidental. Oliver Grau (2007) vê essa qualidade de forte envolvimento como um dos principais elementos para compreender o desenvolvimento de quaisquer mídias, numa busca de transpor construções criativas em contornos que fossem afeitos ao imaginário do espectador, com a finalidade de aproximá-lo sensorialmente da obra.

Seja por um estímulo sensorial direto ou pelo estímulo imaginativo, a imersão é popularmente empreendida como uma potência de atração do sujeito humano na experiência vivenciada, num ideal de transportar sua consciência a uma construção ficcional e *fisgá-lo* sensorialmente, emocionalmente e cognitivamente para uma paisagem de acontecimentos mimetizados. O que pode se constituir num sentimento de presença na realidade ficcional.

Imersão é um entendimento metafórico, uma expressão figurativa que estrutura uma experiência abstrata para que ela seja internalizada. Criada e modificada a partir da relação entre a linguagem e a vivência com a realidade (CALLEJA, 2007). E esta mesma experiência pode ser traçada por outras metáforas além da de mergulhar na água (imersão), tais como alcançar terras desconhecidas (transportado), ser pego como prisioneiro de uma história (capturar a audiência), perder o contato com a realidade (perder-se na história), sentir-se presente no ambiente virtual (presença), ou incorporar o mundo da ficção (incorporação) (RYAN, 2001).

Contemporaneamente nos estudos midiáticos, dentre essas possibilidades de descrever a experiência de absorção/participação em tais experiências lúdicas, que vão desde história e *games*, a imersão é o termo mais utilizado entre os pesquisadores e difundido pela indústria do entretenimento (ROSE, 2011), aplicando-se a um leque de formas artísticas, tais como pintura (GRAU, 2007), literatura (WALTON, 1990), narrativas interativas (MURRAY, 2003), cinema, videogames (ARSENAULT, 2005) e ARGs (MCGONIGAL, 2003).

Murray (2003, p. 102) a descreve como uma experiência psicológica semelhante a quando realizamos um mergulho num ambiente aquático, “a sensação de estarmos numa realidade completamente estranha, tão diferente quanto a água e o ar”. É como inundar a mente com uma fluidez de sensações e estímulos que levam o sujeito a uma experiência prazerosa, capaz de ativar sentimentos e desencadear processos cognitivos e imaginativos irrestritos diante das possibilidades permitidas no cotidiano.

Ao tratar do poder atrativo dos mundos narrativos, o psicolinguista Richard Gerrig (1998) fala de uma forma de compensação psicológica do público a partir do consumo de ficções, do apreender e sentir novas experiências. Pensando nisso, ele estabelece uma comparação entre o consumo de mundos narrativos e o aprendizado obtido por uma pessoa depois de experimentar uma longa viagem, indo além do terreno que está habituado a explorar ambientes desconhecidos. Mesmo que isso ocorra por puro entretenimento, o autor argumenta que o sujeito pode retornar dessa experiência de alguma forma diferente, com um novo conhecimento diante da vivência fora dos limites de sua rotina diária.

Em complemento a essa ideia, Frank Rose (2011) afirma que assim como o ser humano é capaz de encontrar padrões em formas da natureza, e torná-las familiares dentro de seu padrão de imaginação, as pessoas também encontram padrões nas histórias, e a partir disso constroem significados sobre essas experiências. Assim, mundos ficcionais se tornam uma forma de reflexão/entendimento compartilhado sobre a realidade, por onde se pode adquirir novos conhecimentos, novas visões, alimentar sonhos, expectativas e prazeres que girem em torno de suas realizações pessoais.

Os mecanismos envolvidos no prazer dessas experiências são um entendimento que vão além de imersão em narrativas. Por uma trilha de pensamento mais correlacionada ao cotidiano, o psicólogo Mihály Csíkszentmihályi (1975), um dos principais pesquisadores da *psicologia positiva*, elaborou uma teoria que tenta compreender quais fatores do nosso dia-a-dia estão por trás da sensação de felicidade. Partindo das reflexões sobre as diversas entrevistas realizadas, o pesquisador chegou ao conceito de *flow*, um estado mental que muitos de seus entrevistados descreveram quando suas consciências estão harmoniosamente ligadas a uma atividade em execução, concentrados e confiantes, tendo no fim a finalidade de obter o prazer de realizá-la.

Concentração, grande envolvimento, satisfação e alegria são sensações descritas pelas pessoas em seus momentos de maior felicidade. Isso pode ocorrer em qualquer situação diária, desde aquelas ligadas ao trabalho, a atividades físicas, rituais religiosos, ao se cantar ou dançar, quando se está envolvido com a leitura de um bom livro, ou se emocionando com uma performance. Atividades que, quando se procedem de forma prazerosa, são capazes de despertar a excitação de descobrir algo novo sobre si mesmo, ou sobre as possibilidades de interação permitidas pelo ambiente (CSÍKSZENTMIHÁLYI, 1993).

Tal processo pode ser sistematizado nas seguintes dimensões características: 1. *objetivos claros*, metas definidas; 2. *feedback*, um retorno dos resultados alcançados; 3. *engajamento*, foco na atividade empreendida; 4. *desafio*, atividade que exige um nível de

habilidade; 5. *significado*, a atividade contém ou representa algo significativo para a pessoa; 6. *perda da autoconsciência*, sensação de desenvolvimento e fazer parte de algo maior; 7. *sensação de controle* sobre a atividade; 8. *alteração do tempo*, que passa mais rápido em relação ao que cerca o sujeito; 9. *experiência autotélica*, que tem uma finalidade em si mesma.

Dessas características, o essencial é que os quatro primeiros fatores se desencadeiem de forma harmoniosa, para então dar forma aos elementos e, assim, constituir o *flow*. Dessa maneira, na experiência deve haver um equilíbrio de forças entre a dificuldade proporcionada pelo desafio e as habilidades do indivíduo. Se o desafio exigir muito das habilidades oferecidas, a pessoa se sentirá ansiosa. No caso contrário, a sensação será de apatia. Todo esse processo pode ser graficamente representado pela Figura 3, dando uma dimensão por onde a experiência *flow* deve seguir:

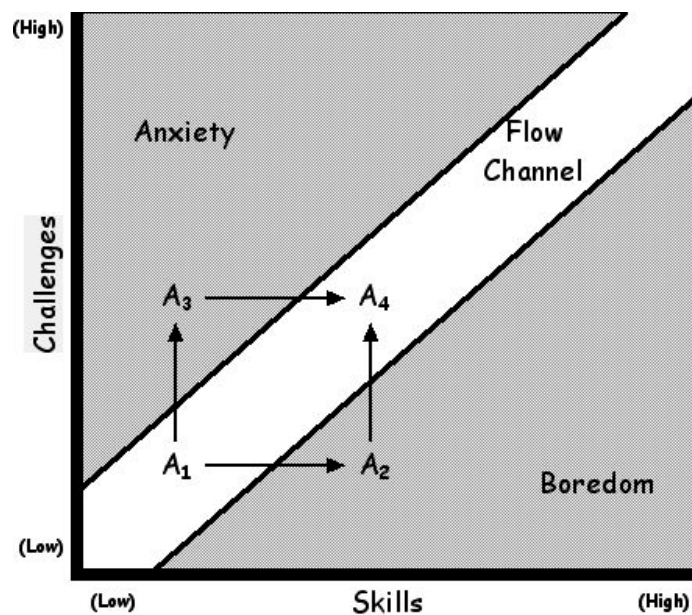


Figura 3 - Canal Flow: A1 (objetivos claros), A2 (feedback), A3 (engajamento), A4 (desafio).

Fonte: <http://flic.kr/p/sTH5e>

É possível apontar certas semelhanças dessa estrutura com a de qualquer bom *game design* de um jogo que considere um balanceamento básico entre dificuldade, recompensas e penalidades pela habilidade do jogador. Assim como o canal *flow* pode entrar como uma complementação dos quatro elementos essenciais a um jogo, elencadas por McGonigal (2011) a partir de Suits (1978), discutidas no capítulo anterior: objetivos, sistema de feedback, participação voluntária e regras.

O próprio Csíkszentmihályi (1975) coloca os jogos como um dos melhores exemplos de experiência para alcançar o estado *flow*. Não por acaso que as ideias do pesquisador e seu campo da *psicologia positiva* estão sendo usadas amplamente nos *games* durante os últimos anos. No campo dos videogames, sua teoria vem dando base a pensar em inteligências artificiais para jogos capazes de equilibrar automaticamente o desafio proporcionado com as habilidades do jogador, o que tornaria a experiência bastante flexível e personalizada. Um exemplo dessa aplicação é o game *fLOw*⁴² (2006) (Figura 4), desenvolvido pelo *game designer* Jenova Chen (2007) como parte de sua pesquisa de Mestrado em Belas Artes, disponível para PlayStation 3 e PC.



Figura 4 – fLOW (2006), na versão para PC.

Fonte: reprodução do autor.

O jogo tem um aspecto bastante simplista na sua interface. Com gráficos minimalistas de seres celulares que fluem naturalmente sobre um fundo azul, controles intuitivos somente através do mouse, e uma trilha sonora relaxante que remete a notas musicas que reverberam num ambiente aquático. O objetivo se resume a mergulhar o mais fundo possível no ambiente com sua criatura – um filamento composto por círculos que representam pontos de vida e uma cabeça num formato de garra – e, durante essa jornada desenvolvê-lo à medida que nos alimentamos de outros seres, alguns hostis e outros mais dóceis.

⁴² A versão analisada para esta pesquisa foi a voltada para PC. Disponível no modo on-line neste link: <http://interactive.usc.edu/projects/cloud/flowing/>

flOw apresenta uma passagem de fases/níveis acessível através de pontos flutuantes de cor azul, para subir, e vermelho, para descer, ficando ao jogador a decisão de quando prosseguir para o próximo nível. Essa mudança de profundidade (fase) se reflete no próprio ambiente, que escurece à medida que mergulhamos mais fundo no cenário.

A dificuldade varia de acordo com o jogador, quanto mais hábil este, mais predadores surgem para atacar e os recursos para evoluir sua criatura se tornam abundantes. Por outro lado, se o usuário apresentar um desenvolvimento mais lento, a hostilidade do ambiente será menor, assim como os recursos para evolução. Como penalidade pela perda dos pontos de vida, o jogador é enviado automaticamente para o nível anterior, com alguns recursos para recuperar esses pontos, proporcionando uma penalidade branda ao usuário, encorajando-o a prosseguir e apreender novas estratégias de defesa ou ataque com o erro.

Da forma como o desafio é projetado, a ação flui de acordo com as habilidades do jogador. Os próprios recursos de representação utilizados por *flOw* fortalecem essa sensação. O volume da música aumenta sensivelmente quando mais elementos surgem na tela, e ganha contornos sombrios em momentos de conflito, dando um ritmo harmonioso à ação. Os gráficos minimalistas em conjunção com os movimentos fluídos dos seres celulares fortalecem ainda mais essa percepção. Uma construção virtual que remete diretamente à sensação de agir de forma espontânea, “como se deixassem levar pelas ondas de uma corrente” – palavras usadas pela maioria dos entrevistados na pesquisa de Csíkszentmihályi (1993, p. 177) para descrever a sensação de prazer ao realizar uma atividade bem sucedida, representação que serviu ao autor para batizar tal experiência como *flow*.

Outro campo de incorporação da teoria de Csíkszentmihályi (1993) é o da *gamificação*, discutido no capítulo anterior. O que envolve também jogos de realidade alternada. Uma relação que se torna mais presente devido à ligação direta que o autor tem com a área da psicologia positiva, umas das principais bases teóricas por trás da *gamificação*.

Nesse caso, a mecânica segue os mesmos preceitos utilizados em *flOw*, criar uma experiência equilibrada para o usuário, no intuito de prendê-lo no jogo de forma natural, o incentivando a explorar o ambiente do jogo e a procurar novas formas de melhorar seu desempenho. Tendo a finalidade principal de potencializar a imersão do jogador na experiência virtual criada.

Mas, o que mais se torna caro ao uso do estado *flow* na *gamificação* é o fator de gratificação que ele proporciona pela imersão na experiência, auxiliando na busca de um bem-estar dentro da execução das atividades empreendidas no dia-a-dia. A partir desse indício, McGonigal (2011, p. 36) aponta que uma das melhores formas de proporcionar prazer na

nossa vida diária seria “estruturar o trabalho real como um trabalho de jogo”⁴³, numa busca de propagar o estado *flow* através de tarefas cotidianas, assim como outros sentimentos já citados anteriormente: *eustress*, *fiero* e *awe*. O que levaria a uma conseqüente sensação generalizada de bem-estar entre as pessoas envolvidas nessa prática.

Para compreender melhor essa natureza gratificadora obtida, podemos tomar o ponto de vista de Eduardo Giannetti (2002), que explica a sensação de bem-estar do ser humano a partir de dois componentes: o objetivo, que trata das necessidades que podem ser muito bem quantificadas e analisadas objetivamente (nutrição, tempo, poluição); e o subjetivo, vinculado às experiências internas do indivíduo, à espontaneidade de seus pensamentos e reflexões sobre o que vivencia. Essas dimensões trabalham em confluência, onde “os fatores objetivos [...] contribuem para a formação das componentes subjetivas que influirão na sensação de felicidade” (TORI, 2008, p. 445). A imersão, nessa perspectiva psicológica, estaria então ligada unicamente a uma ordem de necessidade subjetiva do ser humano. Uma necessidade que, seguindo as ideias do sociólogo Colin Campbell⁴⁴ (2001) em seu livro *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno*, estaria mais vinculada a uma noção de *desejo e prazer* do que *carência e satisfação*, onde esta última é entendida como um estado do sujeito e sua perturbação, que o impele a restabelecê-la ao equilíbrio original através de algum elemento concreto. Já o conceito de *desejo e prazer* se refere a uma disposição em reagir de forma favorável a certos padrões de sensações, puxando o sujeito a experimentar estímulos maiores. Como explica Campbell (2001, p. 90-91), em um “caso, a tensão é sobre um estado do ser, enquanto, no outro, é sobre uma qualidade da experiência e, embora inter-relacionados, estes não podem ser diretamente equiparados”.

A *satisfação* é algo que se encontra em objetos capazes de atender alguma necessidade intrínseca a utilidade de coisas reais: o alimento alivia a fome, a roupa ameniza o frio, um analgésico alivia a dor, etc. Já o *prazer* não é algo intrínseco a qualquer objeto, ele é uma reação do ser humano quando se depara com determinados estímulos. Não sendo uma propriedade desses estímulos, e sim uma capacidade de reagir a ele, pelos sentidos ou pela imaginação, estimulando emoções humanas. Uma reação que não satisfaz plenamente os

⁴³ “[...] structuring real work like game work”.

⁴⁴ Campbell (2001) compreende essas ideias no campo do consumismo moderno, sobre como essa prática é guiada por elementos subjetivos do imaginário hedonista da sociedade, influenciado pelo movimento romântico do século XVIII. Seu pensamento tenta ir além de argumentos racionalistas que consideram o consumo unilateralmente por uma questão utilitária ou de simular costumes de classes econômicas superiores, considerando que a face subjetiva do consumismo parte apenas como um mecanismo manipulação das mídias. Mesmo sendo referente a outro campo de pesquisa, algumas certas das questões levantas pelo autor acabam cruzando temas diversos como religião, movimentos de contracultura e, dentre outros, a imersão, especialmente ligada a uma prática de consumo de mundos ficcionais, ou de ilusões, usando as palavras do autor.

anseios sobre a experiência, pois ao final dela o sujeito se torna impelido a buscar outras experiências para obter mais prazer, criando um ciclo hedonista pelo bem-estar subjetivo. Igualmente, o conceito de *prazer* de Campbell (2001) não se coloca como um oposto ao desprazer, mas ao tédio e à depressão, algo que se coloca em paralelo com as afirmações de autores como McGonigal (2011) e Suit (1978) ao tratarem sobre atividades lúdicas.

Dentro dessa perspectiva teórica, o hedonismo contemporâneo vai além da procura do prazer apenas pelo estímulo sensorial, algo experimentado através de expressões artísticas (música, teatro, etc.), pelos jogos atléticos, pela dança, malabarismo ou pelo prazer de apreciar uma boa comida (que paralelamente também detém uma noção de *carência e satisfação*). O enfoque das sensações é intensificado através das emoções, o que permite uma união entre estímulos físicos e imagens mentais, intensificando e prolongando os estímulos vinculados à experiência. Pois, as emoções têm uma grande capacidade de proporcionar prazer por elas mesmas serem estados de alto incitamento, como alegria ou o medo que provocam alterações psicológicas que excedem as provocadas pela experiência sensorial meramente.

É um processo sustentado principalmente pela própria imaginação do sujeito, como um arquiteto autoalusivo de suas fantasias e devaneios, convenientes a sua busca de sensações prazerosas. Uma imaginação alimentada por elementos da memória, da vivência social e do consumo de objetos e realidades ficcionais. Componentes que passam a habitar o imaginário do sujeito na criação de fantasias convincentes, “de tal modo que os indivíduos reagem subjetivamente a estas como se fossem reais [...] uma ilusão que se sabe falsa, mas se sente verdadeira” (CAMPBELL, 2001, p. 115).

Essas afirmações nos levam a entender que há uma forte associação das ideias de imaginação e prazer no processo de imersão. Visões que conduzem a um denominador comum que liga a noção de imersão ao prazer **de estar envolvido sensorial, cognitiva e emocionalmente com estímulos externos. Mas isso não pode ser encarado apenas como um processo passivo recorrente da recepção de estímulos, mas também resultado de uma interação de troca com o ambiente vivenciado, que corresponde às ações do sujeito imerso e se transforma mediante isso, configurando um espaço imersivo de acontecimentos que se relacionam.**

Essa dinâmica ainda precisa ser mais bem compreendida na relação do sujeito com os mundos ficcionais através das mídias, passando por perspectivas teóricas que abordem características narrativas e lúdicas dessa experiência, e não apenas psicológicas como vistas até o momento. Essas últimas servem como um embasamento do fascínio que essa

experiência trás ao ser humano e suas implicações. Um primeiro passo que conduz para um percurso exploratório pelas perspectivas que constituem o processo de imersão, prosseguindo até se alcançar sua abordagem nos jogos de realidade. Um objeto que congrega e extrapola diversos fatores que sustentam a noção de imersão para elaborar uma zona de acontecimentos onde a realidade ficcional se estabelece na realidade cotidiana, potencializando as possibilidades desse processo com o uso integrado de mídias.

2.2 MEIOS DE IMERSÃO EM REALIDADES FICCIONAIS

Um exemplo clássico de uma técnica pensada para proporcionar imersão são as das leis da perspectiva na pintura. Descobertas no século XV, o processo artístico para imersão ganhou maior propulsão após sua aplicação, o que permitiu projetar espaços tridimensionais em superfícies bidimensionais. Tal incremento das coordenadas espaciais nas pinturas veio a proporcionar uma maior amplitude do envolvimento de um corpo virtual num ambiente que expande na imaginação além dos limites físicos (RYAN, 2001).

Símbolo do uso da perspectiva para fins ilusórios são os afrescos dos tetos de igrejas barrocas (figura 5), que tinham a intenção artística de ascender o observador até a visão religiosa pelo arrebatamento da imagem, assim como demonstrar o poder do reino dos céus que está acima da mortalidade. Tal técnica também obteve amplo êxito comercial e popularidade durante o século XIX através dos enormes panoramas produzidos na Europa (figura 6), pinturas realistas sobre uma superfície curva que podiam ocupar instalações inteiras, se utilizando de recursos arquitetônicos e outros, como efeitos sonoros e até olfativos para uma ambientação realista. De acordo com Grau (2007), a ideia do panorama seria uma junção de gêneros de artes distintos que concebeu inconscientemente algo próximo ao conceito de Richard Wagner sobre um *Gesamtkunstwerk*, ou obra de arte total, uma integração coordenada de diversas expressões artísticas⁴⁵.

⁴⁵ Apesar da interpretação de absorção sensorial do sujeito pela obra ser comum ao tema, Ryan (2001) observa que o ideal de imersão tem diferentes enfoques em determinados momentos históricos, assim como em certas culturas e mídias. No período pré-renascentista na Europa, por volta do século XIII, por exemplo, as pinturas figuravam mais como uma representação simbólica do espírito das coisas do que uma construção da ilusão de presença. Os artistas medievais interpretavam e pintavam os objetos como eles acreditavam ser, valorizando o olhar interior da alma sobre o olhar objetivo que tende a copiar a realidade pra uma ilusão sensorial elaborada. O mesmo “olhar da alma” também é adotado por outros movimentos artísticos, como o cubismo (idem).



Figura 6 –“Triunfo da Divina Providência” (1633-1639), de Pietro da Cortona, Afresco em teto do Palazzo Barberini - Roma.

Fonte: <http://migre.me/5tuTW>



Figura 5 - Panorama de 1809 da cidade de Thun, na Suíça. Autoria de Marquard Wocher, a pintura circular tem 7,5 x 38,3 metros.

Fonte: <http://migre.me/5tuMi>

Por outros caminhos, cada forma e vertente artística constroem suas propostas de imersão. A literatura ficcional se utiliza de recursos como a simulação de narrativas não-ficcionais como livros públicos como diários e cartas, algo popular no século XVIII. Além da proposta de envolvimento emocional e cognitivo do leitor com os personagens e o mundo no qual habitam. Uma relação da qual surge o *textual world*, uma construção imaginária do leitor sobre a realidade ficcional, estabelecendo um ambiente dotado de espaço, tempo e características coerentes que servem de habitat para a trama dos personagens (RYAN, 2001).

O cinema arquitetou sua imersão com o refinamento de sua linguagem na construção do discurso narrativo fílmico para o envolvimento emocional do público com as imagens⁴⁶, além de avanços técnicos qualitativos relacionados à captura, tratamento e reprodução de som e imagem. Atributos que na visão do cineasta Sergei Eisenstein, alcançariam o apogeu com o desenvolvimento do que ele batizou de *Stereokino*: um cinema estereoscópico que reproduza som e imagens capazes de englobar a plateia e, pelo arrebatamento da experiência, controlar

⁴⁶ Aqui, coloco o cinema pelo prisma de Andrei Tarkovsky (1998, p. 211), que o compreende como “uma realidade emocional, e é assim que o público o recebe – como uma *segunda realidade*”. Desta forma, o cinema se direciona aos sentidos e à percepção emocional, conferindo ao diretor o controle sobre as emoções do público, que assim o levam a crer na realidade ficcional projetada na tela (GRAU, 2007).

suas emoções (GRAU, 2007). Ideias que se correlacionam com os pensamentos de André Bazin (1991), que argumenta que tanto a origem quanto a finalidade do cinema e das técnicas de reprodução mecânicas estão filiadas a

um mito do realismo integral, de uma recriação do mundo a sua imagem [...] Se o cinema não teve todos os atributos do cinema total de amanhã, foi [...] porque suas fadas madrinhas eram tecnicamente impotentes para dotá-lo de tais atributos, embora fosse o que desejassem. (BAZIN, 1991, p. 30).

Contemporaneamente, Marie-Laure Ryan (2001) observa que o paradigma da imersão não seria apenas o de se propor como um meio de controle e reprodução ilusória da obra sobre o sujeito. **Mas também buscar inserir estruturalmente as ações do público (leitor, espectador, usuário) na obra, manipulando e participando na construção de seus elementos ao traçar novas trilhas de acontecimentos. Nesse contexto emergem as propostas de narrativas hipertextuais e interativas, mídias como os videogames, que oferecem espaços virtuais de navegação e uma gama de possibilidades lúdicas e sociais, envolvendo, ou não, uma estrutura narrativa.**

Diante desse panorama, McGonigal (2006) comenta que muito do enfoque dado aos estudos conhecidos envolvendo imersão nas últimas décadas se direcionou a entender sua mecânica em realidades virtuais (RV). São reflexões em tentar compreender como se dá a relação entre essas construções digitalizadas e aqueles que a habitam/vivenciam, considerando questões como agência⁴⁷, presença e interatividade.

Gordon Calleja (2007), em seu estudo sobre imersão em videogames, aponta certa restrição analítica de alguns pesquisadores em exaltarem questões tecnológicas sobre planejar e gerar espaços interativas, reduzindo pontos importantes como a interpretação e a performance dos usuários durante a experiência imersiva. Exaltação que Salen e Zimmerman (2003) denominam como *falácia imersiva*, presente em alguns discursos acadêmicos e da indústria do entretenimento, especialmente se tratando dos videogames, em que tentam vender que o principal prazer da experiência midiática reside na ilusão sensorial, através de técnicas que tentam mimetizar o real. E, a partir disso, propagar que a imersão ideal seria aquela criada para ser indistinta do mundo físico, e projetar isso sem considerar fatores ligados as capacidades imaginativas e cognitivas envolvidas na experiência.

Em contraponto ao discurso da *falácia imersiva*, a partir de uma declaração da pesquisadora cinematográfica Elena Gorfinkel (apud SALEN; ZIMERMANN, 2003) em um

⁴⁷ É “capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas”.

debate online, os autores citam como exemplo clássico o poder de envolvimento que um jogo simples como *Tetris* (Figura 7) possui com seus jogadores. Gorfinkel (apud SALEN; ZIMERRMAN, 2003, p. 452) argumenta que esse forte enfoque do papel da representação visual na imersão surge:

[...] porque as estratégias de representação são confundidas com o efeito de imersão. Imersão em si não é ligada a uma replicação ou mimesis da realidade, por exemplo, pode-se ficar imerso em Tetris. Por isso, a imersão na jogabilidade parece ser pelo menos tão importante como a imersão na representação espacial do jogo⁴⁸.



Figura 7 – Reprodução da versão de Tetris para MS-DOS (1996)

Fonte: <http://migre.me/7i29F>

Tetris pode ser sintetizado como uma obra de gráficos minimalistas que dispõe blocos de diversos formatos a caírem sob o controle dos jogadores para se encaixarem perfeitamente, com movimentos cadenciados por uma velocidade progressiva à medida que linhas horizontais são formadas pelos blocos no fundo da tela, para em seguida se desintegram

⁴⁸ The confusion in this conversation has emerged because representational strategies are conflated with the effect of immersion. Immersion itself is not tied to a replication or mimesis of reality. For example, one can get immersed in Tetris. Therefore, immersion into game play seems at least as important as immersion into a game's representational space. (GORFINKEL apud SALEN; ZIMERRMAN, 2003, p. 452).

para recompensar o sujeito com mais pontos. Claro que há diversas versões de *Tetris* nas mais diversas versões dele por variadas plataformas (celular, console, internet), variando um pouco de sua representação gráfica e no sistema de regras, mas esse sistema básico se mantém funcionando. E é justamente esse sistema básico de regras que mantém a atenção do jogador, envolvendo cognitivamente sua atenção para obter mais tempo e driblar as dificuldades impostas pela aceleração do tempo acarretada.

Gordon Calleja (2007) observa que essa mesma visão da imersão guiada pela questão tecnológica que estreita a visão da *falácia da imersão*, também é responsável por um desencontro teórico a respeito de termos como *presença* e *imersão*. Slater e Wilbur (1997), por exemplo, definem *imersão* a partir de uma base técnica, como uma capacidade de gerar estímulos sensoriais verossímeis, e compreendem o conceito de *presença* como o estado da psique humana de estar no ambiente gerado tecnologicamente. Enquanto autores como Witmer e Singer (1998) consideram imersão como uma resposta psicológica à percepção de estar interagindo e envolvido por um ambiente que fornece um fluxo contínuo de estímulos. Algo que equivale à ideia de presença dos autores anteriores.

Num outro ponto a essas leituras, Murray (2003) compreende esses termos como fases de um processo nas mídias interativas, especialmente em ambientes virtuais, considerando a performance do público e não meramente o aspecto tecnológico de estimulá-lo sensorialmente. O processo começa com a agência, em que a experiência de manipular os objetos e vê-los funcionar adequadamente cria a sensação de presença na realidade gerada pelos estímulos e, por seguinte esse envolvimento com a experiência gera a imersão na realidade ficcional.

Seguindo o mesmo princípio sobre a interação desses termos, Ryan (2001) coloca a imersão como um conceito ligado ao ambiente vivo de estímulos que origina a experiência vivenciada, dotado de uma construção coerente em si mesma, que lhe proporcione um sentimento de espacialidade que seja explorável. Já a presença se responsabiliza pelas possibilidades de ações acessíveis pelos objetos desse espaço construído pela imersão, o que cria a percepção de existência da realidade ficcional com o público, e seu deslocamento para ela. Desta forma, a “imersão insiste em estar dentro de uma substância maciça, e presença no estar diante de uma entidade bem delineada”.⁴⁹ (RYA, 2001, p. 67). Tal abordagem fortalece o entendimento de que conceitos como interatividade e agência precedem e ajudam a constituir a noção de presença, que detém um sentido de espacialidade a partir de ações dentro

⁴⁹ “[...] immersion insists on being inside a mass substance, presence on being in front of a well-delineated entity”.

do ambiente, como observa Murray (2001, p.113): “É a experiência de usar objetos em nossas próprias mãos, que cria a sensação de sermos parte do mundo”. Ações que, ao final, constituiriam o sentimento de imersão na experiência, de uma vivência ordenada espacialmente e temporalmente dos eventos que se sucedem no mundo ficcional construído.

2.2.1 FORMAS DE IMERSÃO

Como podemos perceber, há uma variedade de perspectivas sobre as formas de imersão, onde nenhuma delas se coloca inteiramente como errôneas, mas incompletas e insatisfatórias para dar conta sobre o processo de imersão em realidades ficcionais. A fim de organizar essa diversidade de elementos envolvidos na imersão, Dominic Arsenault (2005) desenvolveu um modelo que classifica a experiência da imersão a partir de três formas: *sensorial, sistêmica e ficcional*.

O modelo foi inicialmente pensado pelo autor para estudar imersão em *videogames*, mas a ideia se torna uma forma interessante de visualizar sistematicamente a imersão através das mídias – englobando especialmente as interativas, sendo possível realizar considerações que considerem a linguagem de cada dessas formas de estruturação de mundos ficcionais. Isto porque as três formas de imersão elencadas por Arsenault não são vistas como fatores isolados e interdependentes, em uma categoria se sobrepõe a outra hierarquicamente, pois elas estão interligadas no desenvolvimento da experiência em mundos ficcionais, procurando proporcionar equilíbrio e forma completa ao processo de imersão. Assim, o modelo vem a facilitar delimitar um percurso entre esses fatores que desencadeiam o processo de imersão. Explicando em detalhes:

1. Em um primeiro ponto, a *imersão sensorial* tem seu foco nos estímulos sensoriais proporcionados pela experiência no mundo ficcional. Esta é uma dimensão onde são elaboradas ferramentas técnicas para dar maior consistência e/ou veracidade sensorial ao mundo construído, indo do estímulo da visão ao tato. Também encarada como a camada mais superficial e aparente do processo de imersão, onde se localiza a *quarta parede* que divide e interliga o mundo de fantasia e a vida comum (MURRAY, 2001), considerada o limiar que faz a interface de interação entre esses ambientes de acontecimentos. Enfocar bastante essa dimensão da imersão pode conduzir a já discutida noção da *falácia imersiva*.

2. Aliada a essa noção sensorial, temos a *imersão sistêmica*, que se refere a quando se aceita um sistema (de regras, leis, etc.) que rege uma realidade mediada. É se envolver cognitivamente com o sistema de funcionamento do mundo ficcional, apreender as regras que formulam esse ambiente para tornar a experiência mais intensa. Como Murray (2001, p. 102) comenta, a “imersão implica aprender a nadar, a fazer as coisas que o novo ambiente torna possíveis”.

Nos jogos isso é bem entendido quando encaramos o envolvimento do jogador com o sistema de regras do jogo, como ocorre no exemplo já citado do *Tetris*. Nesse mesmo sentido, Arsenault relaciona essa forma imersão ao envolvimento que um espectador experimenta ao examinar as tomadas de um filme e a estrutura de um roteiro a fim de esquematizar e decifrar como a mente do diretor trabalha.

Numa perspectiva mais ampla, essa forma de imersão acontece também pelo envolvimento com o sistema abstrato de características de um complexo mundo ficcional, de onde surge um repertório de histórias e personagens que o habitam (Klastrup; Tosca, 2004). Podemos tomar como exemplo desse sistema abstrato de características o mundo da *Terra Média* criada por J. R. R. Tolkien – um universo habitado por uma gama de seres fantásticos (elfos, hobbits, anões, etc.), cada um com sua própria cultura, habitando uma realidade geograficamente detalha por mapas e contextualizada através de eventos históricos, todos devidamente catalogados e relatados por línguas variadas. Elementos que interagem para constituir um ambiente consistente, com diversas possibilidades para criar histórias e para exploração do sujeito imerso nelas.

3. Num outro plano, temos a *imersão ficcional*, que aborda o envolvimento do sujeito com a história vivenciada, onde ele está constantemente construindo o sentido da trama que lhe é apresentada, formulando hipóteses sobre seu desfecho e atribuindo motivações aos personagens (ARSENAULT, 2005). Podemos compreender como uma imersão formulada, por exemplo, pelas expectativas que alguém tem em saber o que espera por ela ao final da narrativa, característica conhecida tecnicamente como suspense (RYAN, 2001). Ou, numa perspectiva complementar, podemos também imergir ficcionalmente ao nos projetarmos emocionalmente na história através de uma relação de empatia com os personagens, seres ficcionais capazes de mimetizar aspectos psicológicos do ser humano.

Apesar dessas considerações sobre as formas de imersão, que ajudam a coordenar que elementos estão envolvidos no seu processo, ainda é necessário compreender certas dinâmicas que acarretam na imersão. A principal delas é como se dá a movimentação do

sujeito para o mundo ficcional. Uma passagem que pode ser interpretada como uma transposição entre realidades pela construção na crença diante daquilo que é apresentando.

2.2.2 PROCESSOS DE CONSTRUÇÃO ATIVA DA CRENÇA

Como esse sentimento de estar presente no processo de imersão em mundos ficcionais não é de natureza física, ele ocorre de forma cognitiva através de uma mudança na orientação do sujeito para o *centro dêitico* da nova realidade. Centro dêitico se refere ao núcleo do mundo ficcional, composto por tempo, espaço e características próprias de onde os eventos são representados (DENA, 2009).

Ou seja, quando o sujeito assume esse tipo de deslocamento cognitivo, ele se reposiciona conceitualmente nas coordenadas temporais e espaciais do mundo ficcional. Uma experiência, que segundo Murray (2003), não deve constituir uma ligação imutável com a realidade da fantasia, a ponto de ela ser indistinta da realidade referente do sujeito.

Podemos encarar, então, que há uma mudança cognitiva no eixo de orientação do sujeito enquanto ele está imerso na realidade. E tal movimentação transicional parte da atitude em sustentar uma crença na ficção presenciada, ao mesmo tempo em que detém uma consciência de sua natureza alheia ao cotidiano. Murray comenta que esse é um jogo onde é preciso manter o mundo virtual como *real* ao mesmo tempo em que o detém *fora* da sua realidade referente. Uma estrutura que deve ser mantida em “perfeito equilíbrio no limiar do encantamento, sem deixar que ele desmorone para um lado ou para o outro” (idem, p. 103).

Tal equilíbrio de forças imaginativas pode ser visto pelo prisma da concepção de *jogo de faz-de-conta* (*game of make-believe*) do filósofo estadunidense Kendall Walton (1990), onde *representações* (objetos/imagens) podem ser assumidas como *princípios geradores* de uma ficção, que demandam imaginações pela geração de *verdades ficcionais*. Tais verdades são geradas a partir da ficção, e tomadas como verdadeiras dentro do *jogo de faz-de-conta*. Quando estas verdades ficcionais se associam coletivamente e se mostram coerentes diante o público, elas configuram um *mundo ficcional*. Deste modo, o autor elabora a ideia de participação ativa da imaginação do sujeito para dar sentido e consistência à experiência ficcional, não partindo de uma ação passiva mediante estímulos.

É pertinente na abordagem de Walton (1990) uma forte afinidade das formas de mimesis com as brincadeiras infantis, colocando um grau de ambiguidade na relação do

sujeito localizado em seu cotidiano com a realidade ficcional manifestada através de representações – igualmente localizadas no cotidiano, mas que conduzem a outros mundos. Uma habilidade imaginativa que é apreendida desde a infância, como quando uma criança ao brincar com uma boneca de pano, em que ela “não apenas imagina um bebê; ela imagina a boneca sendo um bebê” (idem, p. 25), tornando o objeto num *princípio gerador* da entidade ficcional. Como Walton (idem, p. 05) explica:

O que todas as representantes têm em comum é um papel no faz-de-conta. O faz-de-conta, esclarecido em termos de imaginação, irá constituir o centro da minha teoria. Eu adoto seriamente a associação com jogos infantis - com brincadeiras de casa e escola, polícia e ladrão, cowboys e índios, com fantasias em torno de bonecas, ursos de pelúcia, e caminhões de brinquedo. Podemos aprender muito sobre romances, pinturas, teatro e cinema, prosseguindo analogias com atividades de faz-de-conta como estas⁵⁰.

Kendall Walton não chega a propor uma definição formal de *jogo de faz-de-conta*, mas podemos abordá-lo-lo como um processo que se dá na seguinte esquematização elaborada por Ryan (2001, p. 106):

1. Jogadores selecionam um objeto real x_1 – o *suporte* – e concordam em considerá-lo como um objeto virtual x_2 .
2. Os jogadores imaginam a si mesmos como membros de um mundo virtual em que x_2 é real. As ações realizadas pelos jogadores com o suporte contam como realizadas com x_2 .
3. Uma ação é legítima quando o comportamento que ela envolve é apropriado para a classe de objetos representada por x_2 . Uma ação legítima é gerada por uma verdade ficcional⁵¹.

Isso pode ser mais bem entendido no exemplo, em que o Walton trabalha, onde duas crianças decidem durante uma brincadeira na floresta que tocos árvores cortadas são na verdade ursos. A escolha é arbitrária, tendo em vista que qualquer outro objeto pode ser escolhido, da mesma forma ela é também compartilhada e aceita entre eles. Assim, no *jogo de*

⁵⁰ What all representatives have in common is a role in make-believe. Make-believe, explained in terms of imagination, will constitute the core of my theory. I take seriously the association with children's games - with playing house and school, cops and robbers, cowboys and Indians, with fantasies around dolls, teddy bears, and toy trucks. We can learn a lot about novels, paintings, theater, and film by pursuing analogies with make-believe activities like these.

⁵¹ 1. Players select an actual object x_1 — the prop—and agree to regard it as a virtual object x_2 . 2. Players imagine themselves as members of the virtual world in which x_2 is actual. The actions performed by the players with the prop count as actions performed with x_2 . 3. An action is legal when the behavior it entails is appropriate for the class of objects represented by x_2 . A legal action generates a fictional truth.

faz-de-conta, qualquer toco de árvore não é encarado como ele é na vida comum, mas interpretado como a presença de um animal perigoso para as crianças – uma verdade ficcional que guia a reação delas quando avistam o objeto. E mesmo quando a mãe de um deles surge no ambiente lúdico, eles alertam-na sobre o perigo de estar se aproximando de um urso.

Dependendo do suporte midiático utilizado, a dinâmica do processo ocorre de modos diferentes mediante os recursos de expressão e linguagem. No teatro temos a presença física das personagens na figura dos atores num mundo encenado sobre um palco, enquanto que no cinema existe apenas uma existência imagética das personagens num mundo preso a uma tela. Por outro lado, quando lemos um livro, não temos algum indício visual dos acontecimentos ficcionais além das palavras escritas, o que requer uma construção mental deste mundo, individualizando ainda mais a perspectiva da experiência. Por esses meios, presenciamos fatos e nos projetamos neles, nos dispondo a aceitar e crer nas verdades ficcionais propostas pelas representações.

Segundo Walton (1990), essa é uma relação de envolvimento do público com os eventos representados se dá na forma de **simulação mental, uma capacidade psicológica humana de presumir os pensamentos e atitudes alheias, assumindo/simulando/imaginando as ações dos outros para tomar uma decisão nas relações sociais. Aplicado numa interação de jogo de faz-de-conta, isso faz com que o sujeito se projete nas ações expressas pelas obras, seja se colocando no lugar de um personagem ou se deslocando cognitivamente como agente dos acontecimentos. Simulando e experimentando sentimentos ficcionais que talvez nunca enfrente ou aprobe na vida real (RYAN, 2001).**

Este meio de ativação da crença na experiência vivenciada não pode ser assumida diretamente como uma forma de ‘credo’ habitual de nosso dia-a-dia. Ryan e Walton pensam esse processo como uma *quasi-crença*, pois ele não é igual à crença verdadeira, mas semelhante a ela, porém, num plano ficcional. A *quasi-crença* é uma crença assumida apenas dentro do mundo ficcional presenciado. Colocando desta forma uma diferenciação entre fatos ficcionais e não ficcionais – pois, no primeiro caso, se trata em gerar verdades que pertencem ao mundo ficcional, que servem como suporte para o *jogo de faz de conta*, enquanto no segundo se trata de formular verdades para o mundo cotidiano, o que foge da função de suporte para o *jogo de faz-de-conta*.

Walton ressalva que essa cisão permanente entre *ficção* e *não-ficção* (verdade e inverdade) é algo problemático, pois é isto é um convenção que depende de fatores socioculturais, históricos e científicos. Assim, sua própria classificação não estaria precisa, carente de outros elementos relativos, que se conduzidos a um debate mais aprofundado

acarretariam em complexificações que não fugiriam do foco da sua discussão. “Não precisamos resolver todos os problemas da realidade a fim de tratar do nosso”⁵², comenta Walton (idem, p. 102), que também observa que mesmo em textos que tratam sobre fatos históricos, em algum momento eles podem servir como suporte para projetar imagens metáforas com propósitos ficcionais para envolver o leitor.

Diante desse impasse, o autor observa que existem obras que ocupam o limiar dessa linha divisória entre o ficcional e o não ficcional, onde as ferramentas dispostas por sua teoria são insuficientes para analisá-las. São trabalhos que resistem a alguma classificação estável, conjugando elementos do cotidiano e da ficção, proporcionando uma experiência que se coloca mais próxima do sujeito pela quebra das barreiras que articulam a quarta parede da obra. É nesse ponto de contato onde surgem obras focadas em proporcionar uma imersão mais intensa, que buscam transpor o público pelas fronteiras que cercam os mundos de fantasia. Estratégias que desenvolvem o que Dena (2006) denomina de *realidades alternadas*, em que a realidade ficcional passa a interagir com elementos do cotidiano para se aproximar conceitual dele. Uma zona imersiva acessível pelas mídias, onde o público pode vivenciar mundos ficcionais alternadamente com sua vida diária. E é nesse ambiente de possibilidades imersivas em que se localizam os jogos de imersão alternada.

2.3 NA FRONTEIRA DAS REALIDADES

De acordo com Frank Rose (2011), atualmente existe um grande foco no cenário midiático e artístico sobre obras que coloquem o público no controle criativo do mundo ficcional. Isto é encarado como uma consequência das atuais formas de difusão e criação através de redes digitais, que intensificaram o caráter lúdico e de urgência nos processos criativos. Fatores que acarretam no enfraquecimento de diversas barreiras que regulavam a interferência do público em mundos fantasiosos, proporcionando maior liberdade de mergulhar neles, experimentando-os por diversas perspectivas.

Por essa maior proximidade entre o sujeito e a obra, passa a ocorrer um ofuscamento em diversos campos criativos: entre o público e o autor, o marketing e o entretenimento, o jogo e a narrativa, a ficção e a não-ficção. Na visão de Rose, meio a esses fatores há uma

⁵² “We do not have to solve all of reality’s problems in order to treat our own”.

consequente potencialização e diversificação das estratégias de imersão. Não apenas num plano sensorial, mas também sistêmico e ficcional, onde todas essas dimensões são exploradas a fim de viabilizar possibilidades imersivas que seduzam e borrem a realidade (ROSE, 2011).

Essas obras que utilizam estratégias de construção de mundos ficcionais focados numa imersão mais intensa do público, Rose denomina de *Deep Media*, que pode ser traduzido como *mídias profundas* ou *mídias intensas*. Por elas, as pessoas não querem apenas se projetar mentalmente nas histórias, elas querem viver e trilhar seus próprios caminhos. Ter controle sobre a obra, ao mesmo tempo em que é desafiado por ela. Mergulhar no mundo ficcional pelos mais diversos meios e compartilhar essa experiência.

Dentre as obras recentes que exploram tais qualidades, podemos elencar o seriado televisivo estadunidense *Lost* como exemplo, programa criado por J. J. Abrams e Damon Lindelof, com seis temporadas exibidas entre 2004 e 2007 pela rede norte-americana ABC, contabilizando 121 episódios no total. *Lost* é descrito por Stacey Abbot (2009) como um *blockbuster cult*, uma forma de evento televisivo criado para audiência massiva, mas que ao mesmo tempo alcança um público cativo que se engaja profundamente com o universo do seriado. Qualidade que Joanne Morreale (2010) credits pelas características de sua narrativa, focada em torno de um mistério central, capaz de criar um vasto e detalhado espaço narrativo que opera sobre uma lógica interna, o que permite uma exploração ampla dos espectadores em seu universo. Por tais características, o seriado apresenta uma abordagem cognitiva que encoraja os espectadores a encarem seu mundo de novas e diferentes maneiras, indo além de um consumo passivo da obra.

Jason Mitell (2006) coloca *Lost* como exemplo das narrativas complexas contemporâneas, caracterizados por contínuos arcos de histórias, sob uma lógica abrangente de puzzle (quebra-cabeça), e uma estética experimental na construção do mundo ficcional. Complexificação que faz com que Steven E. Jones (2008) encare do universo narrativo de *Lost* como uma grande estrutura de jogo, em que os personagens e os espectadores da série têm que adquirir as ferramentas necessárias (armas, informações, habilidades) para poderem solucionar os mistérios da trama. Segundo o autor, isso fica mais evidente quando descrevemos a progressão narrativa da série.

Em linhas gerais, na trama de *Lost* acompanhamos a vida dos sobreviventes do vôo 815 da *Oceanic Airlines* que caiu em uma ilha isolada. Ambiente que acaba não apenas por se tornar o cenário principal da trama, mas também uma personagem com seus mistérios – que vão desde o âmbito tecnológico, com a presença de estações de pesquisas científicas da

Iniciativa Dharma; até a esfera mística, quando a ilha se mostra como um lugar com poderes ocultos, capazes de curar pessoas e promover acontecimentos inexplicáveis como viagens no tempo e fortes distúrbios eletromagnéticos.

Não há um protagonista em especial que possa ser apontado como o principal entre os mais de quinze personagens regulares que compõem o elenco da série. Nem mesmo pode ser indicado qual é o gênero matriz da série, que flutua do drama ao suspense, da ficção científica ao sobrenatural. Perpassando a todo instante o mistério como a principal âncora que mantém toda a trama, num jogo em que as regras narrativas são remexidas expressamente pelos produtores, seja pela miscigenação de gêneros ou pela forma de manipulação do tempo (*flashbacks*, *flashforwards*, etc.), de forma a manter a complexidade narrativa, e o trabalho cognitivo do público para montar o extenso quebra-cabeça que envolve as vidas dos personagens na ilha.

Cada temporada pode ser vista como uma fase do grande *game* narrativo, onde novas ferramentas são requeridas a cada etapa para progressão da trama, abrindo acesso a novos cenários exploráveis. Na primeira temporada temos o litoral da ilha, na segunda somos levados a uma estação de pesquisa da Iniciativa Dharma. Depois vivenciamos a aldeia dos Outros, habitantes hostis da ilha, e assim por diante descobrimos novos cenários da trama. Da mesma forma, novas regras narrativas surgem com a progressão da trama: primeiro tínhamos os *flashbacks* até a terceira temporada, depois os *flashforwards* na quarta, seguido pelo o entrecruzamento dessas duas manipulações temporais na quinta temporada, e por fim os *flash-sideways* da sexta e última temporada, que explora realidades alternativas para o universo da série.

Aliado a essa estrutura narrativa, ainda temos uma arquitetura midiática que circunda o seriado e constrói seu mundo ficcional. São blogs, videogame, livros, sites e vídeos de internet que trabalham em sinergia para sustentação de um universo ao alcance do público. Tal estratégia de construção de mundo é conhecida como *transmídia*, uma convergência dos meios de comunicação em que os elementos da ficção são dispersos de forma sistêmica por múltiplas plataformas midiáticas, sem que elas sejam adaptações de histórias de uma mídia para a outra (JENKINS, 2007).

Assim, a narrativa ganha um sentido de espacialidade, com cada mídia sendo uma nova paisagem no universo de *Lost*. Uma estética que remonta a ideia de arquitetura narrativa, algo que, como Jenkins (2004) explica, é próprio da natureza dos videogames em narrar suas histórias através do espaço que o constitui, sua medida de acontecimentos, e não através do tempo, como acontece no cinema.

A transmídia pode ser visualizada como um conjunto de camadas, onde existem níveis de profundidade. O seriado televisivo *Lost* seria uma primeira camada, sucedida de outras diversas que, na medida em que o espectador avança sobre elas, mais é exigido de seu engajamento cognitivo para apreensão dos elementos em torno do universo da série. Esse maior engajamento através da exploração das diversas camadas narrativas acaba por configurar um processo nivelado de imersão, que não tem necessariamente um alcance a todo público, mas àqueles que exploram a fundo a arquitetura do seriado. Diante desta complexidade, junto a *Lost* se estabeleceram estratégias independentes da internet por parte dos fãs em discutir, catalogar e divulgar reflexões e teorias sobre o universo do seriado.

Assim, com uma experiência mais extensa e imersiva oferecida pela transmídia, uma parcela do público comum vai deixando sua posição habitual de espectador para se tornar o que Dinehart (2008) chama de *viewer/user/player (VUP)*. Para essa nova plateia, não basta apenas presenciar a transmídia para entendê-la, mas participar dela cognitivamente para sua construção, pois ela não é um ambiente elaborado para a mera visualização, mas para a exploração e conexão de pontos nodais dentro de sua estrutura fragmentada/expandida.

Para expansão dessa estrutura diegética, Aaron Smith (2009) aponta três formas de extensões possíveis. A primeira são os *novos episódios*, que seriam novas histórias do universo narrativo, mas levadas a um meio de comunicação diferente da mídia central. Em *Lost* isso pode ser exemplificado através dos *mobisódios de Lost - Missing Pieces*, episódios complementares produzidos para celular que mostram situações não exibidas na televisão.

A segunda forma de expansão são os *artefatos diegéticos*, que são extensões materiais e virtuais do universo narrativo disponíveis para acesso e manipulação na realidade cotidiana. Essa categoria é subdividida em duas vertentes: *artefatos de personagens*, que podem ser blogs, livros, e-mails ou perfis em redes sociais de personagens. Em *Lost* temos o livro *Bad Twin*, vendido em livrarias do mundo real, de autoria do personagem Gary Troup, presente no primeiro episódio do seriado, que em alguns momentos trata sobre os bastidores da Fundação Hanso, instituição que financiou os experimentos realizados na ilha de *Lost*. Por seguinte temos os *artefatos institucionais*, presentes no seriado através da existência do *website* da empresa aérea ficcional *Oceanic Airlines* (Figura 8), companhia do voo 815 que levou os personagens à ilha após um acidente.

Adresse | <http://www.oceanic-air.com/seatingchart.htm>

Oceanic Taking you places you've never imagined!

Home Book Flight Track Flight View/Change Flight Specials Island Insider

Available Seats ALL FLIGHTS CANCELLED

Date	Flight	Departure	Arrival	Stops	Duration	Class
Sep 22	815	SYD 14:55	LAX 10:42	0	13hrs 52 min	First,Business,Economy

Legend: Available (light blue), Reserved (dark blue), Lavatory (yellow), Exit row (red), Exit (red with white border)

Oceanic 777 Rows 1 to 42, 352 seats

Figura 8 – Seção de compra de passagens do *web site* da empresa *Oceanic Airlines*, com o aviso de que todos os vôos foram cancelados (em virtude da tragédia do vôo 815).

Fonte: <http://migre.me/7l61z>

Como última forma de extensão para exploração da transmídia, Smith (2009) fala do jogo de realidade alternada, colocando-o como uma experiência lúdica focada especialmente em potencializar a experiência narrativa do universo, transmutando a realidade ficcional com o cotidiano do espectador, a fim de transportá-lo para o universo de *Lost*. Nesse âmbito, *The Lost Experience* (TLE) se destaca como a primeira experiência de jogo de realidade alternada no seriado, criado em 2006 a fim de preencher o hiato existente entre a segunda e a terceira temporadas, para assim manter as expectativas do público (e patrocinadores) quanto ao seriado até os episódios inéditos. Ao todo, *Lost* apresentou mais três ARGs além de TLE: FIND815 (2007), *Dharma Initiative Recruiting Project* (2008) e *Lost University* (2009).

Mas de todos, *The Lost Experience* é o caso mais relevante, não apenas por ter sido o pioneiro, tendo destaque na grande mídia e junto ao público em geral, mas também por ser o mais bem resolvido narrativamente e logisticamente como ARG (ASKWITH, 2007). Por ele conseguimos detalhes não esclarecidos na própria série sobre a *Fundação Hanso*, organização que fundou e financiou a *Iniciativa Dharma*, instituição de pesquisa por trás de alguns mistérios do seriado. Entretanto, essas revelações não chegam a interferir diretamente no seriado televisivo, funcionando como um complemento de seu universo narrativo, assumindo assim, certa autonomia diante de *Lost*.

Desta forma, TLE não apenas serviu apenas como ferramenta promocional, mas também como uma obra interativa que explorou de forma autônoma outras perspectivas do mundo que circunda a ilha de *Lost*. Qualidades que não foram bem aplicadas nas experiências seguintes, a exemplo de *Lost University* (2009), que criou pela internet uma universidade fictícia que oferecia cursos com temas relacionados ao seriado, tais como “FIS 101: Física Introdutória sobre Viagem Temporal” e “HIST 101: Escrita Antiga na Parede”, sem um vínculo diegético ao universo do seriado.

Aaron Smith (2009, p. 62) comenta que uma das principais qualidades dos ARGs como extensões é a forma como eles possibilitam que “as pessoas desempenhem um papel como membro do mundo narrativo, e desafie os limites entre a realidade do show e a vida diária. [...] essas extensões oferecem a experiência mais interativa e imersiva do mundo diegético do programa de televisão”.

Ainda sobre essa capacidade de imersão e exploração em mundos ficcionais, Rose (2011, p. 15) destaca as qualidades ambíguas dos jogos de realidade alternada e como eles são capazes de sintetizar seu conceito de *deep media*, pois:

Eles nos colocam no centro da ação: o que quer que esteja ocorrendo, não acontece apenas com um personagem na página ou um ator na tela; está acontecendo conosco. Combina o impacto emocional das histórias com o envolvimento em primeira pessoa dos *games*, e você pode criar uma experiência extremamente poderosa. Uma experiência imersiva [...]. E essa imersividade é o que borra a fronteira, não apenas entre história e jogo, mas entre história e marketing, narrador e audiência, ilusão e realidade⁵³.

Dena (2009) comenta que a imersão nessa realidade ambígua instituída pelos ARGs não ocorre simplesmente através de um deslocamento dos participantes para o centro diéutico do mundo ficcional. Mas através de um alinhamento conceitual entre realidade construída no jogo e o centro diéutico da realidade cotidiana. “A diferença crucial é que ao invés de ‘relocalização’ em nossas mentes para um lugar imaginativo, o mundo real se torna o lugar imaginativo.”⁵⁴ (idem, p. 276). Assim, elementos diegéticos que dão forma ao mundo elaborado ARG se fazem presentes no cotidiano através de distintas mídias e espaços

⁵³ “They put us at the Center of the action: whatever’s going on is not just happening to a character on the page or an actor on the screen; it’s happening to us. Combine the emotional impact of stories with the first-person involvement of games and you can create an extremely powerful experience. An immersive experience [...]. And that immersiveness is what blur the line, not just between story and game, but between story and marketing, storyteller and audience, illusion and reality”.

⁵⁴ “The crucial difference is that rather than ‘relocating’ in our minds to an imaginative place, the actual world becomes the imaginative place”.

públicos. Recursos que agem coordenadamente em resposta as ações do público, criando um ciclo de agenciamento entre as realidades ficcional e cotidiana, o que se materializa em uma zona imersiva de acontecimentos que interligada as realidades e sustenta a experiência.

Rose (2011) faz um comparativo entre os jogos de realidade alternada e os grandes parques temáticos de filmes, como o *Jurassic Park – The Ride*, um passeio de barco de cinco minutos e meio que simula uma excursão pela ilha onde transcorrem os eventos do filme homônimo, colocando o público dentro daquele universo ficcional. Segundo Rose (idem, p. 20), essa era ideia de “entretenimento participativo de Hollywood: [...] excursão a barco por dinossauros robóticos, com uma queda de 85 pés que induz a gritos ao final”. Hoje, a ideia entretenimento participativo é transformar esse passeio pelo mundo ficcional numa experiência narrativa pessoal, mas ao mesmo tempo compartilhada e conjugada com a realidade dos jogadores.

A ideia das atrações de parques temáticos também é usada por Murray (2003) ao tratar da imersão, sendo tomada como um primeiro exemplo sobre como estruturar a *participação como visita*. Desses ambientes mecânicos, a autora enfatiza suas qualidades em projetar experiências narrativas bem delineadas espacialmente e temporalmente, com eventos cronometrados e estrategicamente pensados para prender a atenção do visitante, mantendo-o à parte da vida comum naquele espaço projetado. Propriedades de controle que, segundo Murray, enriquecem as qualidades imersivas dessas experiências lúdicas.

Porém, essa relação com o jogo de realidade alternada foge de algumas considerações sobre ele. Pois a falta de uma delimitação clara de suas fronteiras é intrínseca a sua natureza e proporcional a sua imersão. Algo que, por outro lado, exige um cuidado maior nas estratégias para estruturar a participação. Pois, nos jogos de realidade alternada, os visitantes encaram um ambiente onde a realidade cotidiana e ficcional entram em contato pelas mídias e espaços físicos, constituindo zonas imersivas abertas a qualquer desequilíbrio que possa prejudicar a crença no mundo ficcional construído. O que, então, torna importante estudar os elementos que estruturam essas zonas imersivas dos ARGs, a fim de compreender que características configuram a experiência nessas obras.

Aliado a essa questão, não se pode esquecer a respeito do caráter coletivo da participação nesse processo imersivo, sendo uma característica essencial à formulação dos jogos de realidade alternada. Sobre esse aspecto, Murray (2003) encara a presença de outros participantes como um desafio especial à imersão, algo que facilmente pode por em cheque a crença no mundo ficcional. A autora explica que:

Compartilhar um ambiente de fantasia improvisado com outras pessoas envolve uma negociação constante do enredo e também dos limites entre a ilusão consensual e o mundo real. Quando tudo corre bem, os jogadores podem proporcionar, uns aos outros, uma criação coletiva de crença semelhante [...]. Mas quando as coisas vão mal, o jogador fica emperrado numa sequência narrativa confusa, pela falta de consenso [...]. (idem, p. 117).

Como solução de impasses gerados pela participação coletiva, Murray observa que é preciso articulá-la através de papéis bem definidos para os participantes, o que ajuda a organizar e definir metas a serem cumpridas, proporcionando um foco no mundo imersivo, e os meios necessários para que “cada participante individualmente construa ativamente a crença no mundo ilusório” (idem, p. 119). Algo que ocorre em MMORPGs (*Massive Multiplayer Online Role-Playing Game*)⁵⁵ como o *World of Warcraft* (2004), onde os jogadores habitam o mundo fantástico de *Azeroth*, assumindo duas raças diferentes, Horda ou Aliança, inimigas entre si, que se subdividem em diversas classes: Druidas, Caçador, Mago, Paladino, etc. Cada uma com suas funções e habilidades especiais que contribuem para uma melhor articulação das estratégias de batalha em grupo.

Entretanto, nos jogos de realidade alternada essa distribuição de papéis não se dá de forma tão mecânica como em *World of Warcraft*, em que os papéis dos jogadores são previamente definidos pelos *game designers* e representadas como máscaras que lhes proporcionam poderes específicos. A dinâmica dos papéis nos ARGs se dá de forma auto-organizada por parte da comunidade de jogadores. Um gerenciamento que foge da responsabilidade dos produtores de jogos de realidade alternada, dependente das habilidades dos próprios participantes, que definem conjuntamente as funções, administrando-as segundo as necessidades da comunidade em solucionar os quebra-cabeças do jogo.

Assim, não é preciso apenas compreender como estruturar a participação como passeio, mas também pensar como a comunidade de jogadores articula colaborativamente sua *participação coletiva com papéis* nos ARGs. Essas são questões centrais que precisam ser aprofundadas e melhor exploradas para determinar quais estratégias coordenam o processo de imersão nos jogos de realidade alternada, e como isso contribuiu para experiência de *The Lost Experience*.

⁵⁵ Jogos de interpretação de personagens online e em massa para múltiplos jogadores

CAPÍTULO 3 – IMERSÃO EM REALIDADES ALTERNADAS: ANÁLISE DE THE LOST EXPERIENCE

No capítulo anterior, após as considerações em torno dos jogos de realidade alternada, exploramos o conceito de imersão, apontado como uma das principais características envolvidas nessas características lúdicas. Passamos por perspectivas teóricas que exploram essa noção que aborda o forte envolvimento do sujeito com experiências vivenciadas, sejam elas vinculadas a atividades no dia a dia, ou conectadas ao desejo humano de sua consciência para uma realidade ficcional.

O termo imersão pode ser entendido como uma metáfora, uma expressão figurada que dá forma a uma experiência abstrata que pode ser nomeada de outras maneiras: tais como alcançar terras desconhecidas (transportado), ser pego como prisioneiro de uma estória (capturar a audiência), perder o contato com a realidade (perder-se na estória), sentir-se presente no ambiente virtual (presença), incorporar o mundo da ficção (incorporação), ser pego pela correnteza (estado *flow*), etc. Dentre todas essas expressões, imersão é mais difundida entre pesquisadores de mídia e a indústria do entretenimento. Associando a forte ligação do sujeito com experiências lúdicas à sensação de mergulhar nas águas de outra realidade. Onde a mente é tomada por estímulos que inundam o sujeito, ativando sentimentos e desencadear processos cognitivos e imaginativos que o conduzem ao prazer de vivenciar esta experiência.

Porém, não se deve interpretar esse processo como algo que se dá passivamente, como um mergulho em águas dominam as ações do sujeito. Imersão também implica na ação do sujeito estimulado sobre o ambiente vivenciado, constituindo um espaço imersivo onde acontecimentos se relacionam, dão forma e sentido à experiência lúdica. Como não é possível se colocar fisicamente nesses ambientes imersivos formulados pela experiência em mundos ficcionais, a pessoa se transporta cognitivamente para esses espaços através de uma mudança de sua orientação para o *centro dêitico* da realidade ficcional, núcleo composto por tempo, espaço e características próprias de onde todas as histórias são originadas.

Nesse caso, o sujeito imerso busca ativar sua crença no mundo ficcional presenciado, constituindo numa *quasi-crença*, não por ser algo igual à crença verdadeira, mas semelhante a ela, mas num plano ficcional. Entretanto, existem obras que aproximam as fronteiras entre a ficção e a não-ficção, intensificando a experiência e aproximando mais ainda o sujeito para o centro dos eventos elaborados. Uma estratégia que ao mesmo tempo que fortalece a imersão a

coloca sobre bases frágeis, que podem desmoronar a qualquer, diluindo a experiência e ameaçando a crença na realidade vivenciada. Algo que torna a imersão como um ponto estratégico para se pensar construir esses mundos.

É nesse âmbito de mídias que exploram a imersão que o seriado *Lost* se coloca, especialmente através de seu primeiro jogo de realidade alternada, *The Lost Experience* (LTE). Para podermos entender como se processa a imersão nesse mundo ficcional que se alterna com o cotidiano, através do uso coordenado de diversas mídias, devemos analisar que estratégias foram usadas para estruturar a dinâmica dessa realidade alternada.

Para tanto, primeiro é descrita a cadeia de acontecimentos do ARG, que aconteceu entre os meses de maio e setembro de 2006, dividido em cinco arcos narrativos que contemplam momentos diferentes da trama. Também são indicados alguns detalhes que contextualizam a produção, ajudando a compreender como *The Lost Experience* foi pensando por seus realizadores.

Em seguida, são analisadas as estratégias de imersão presentes no ARG. Onde primeiro vamos explorar como *The Lost Experience* estrutura seu mundo ficcional em sintonia com o mundo cotidiano. Permitindo que se criem zonas imersivas no encontro dessas duas realidades, onde o público pode interagir espacialmente com o universo de TLE.

Posteriormente são estudados alguns aspectos narrativos do jogo de realidade alternada que exploraram a propriedade temporal da imersão através do suspense, uma abordagem sobre o desejo do sujeito em antecipar o que o aguarda ao final de cada ação no mundo ficcional. Algo que desperta um estado emocional de ansiedade e incerteza sobre a progressão da trama.

Por fim, são abordadas as estratégias que auxiliam na estruturação da participação coletiva dos jogadores. Apesar disto fugir de uma coordenação direta dos realizadores de um jogo realidade alternada, pelo fato dos participantes possuírem um autogerenciamento sobre o funcionamento da comunidade, a experiência do ARG deve ser previamente estruturada de modo a comportar a variedade de ações possíveis em seu interior. Constituindo previamente papéis que os sujeitos possam exercer, a fim de atender a diversidade de habilidades existentes na comunidade de jogadores.

3.1 DESCRIÇÃO DE *THE LOST EXPERIENCE*

Ao contrário do que aconteceu no ARG *The Beast* (2001), que começou sem avisos ou pronunciamento oficial sobre sua existência, *The Lost Experience* (TLE) teve um início pré-divulgado à imprensa pela rede ABC em 24 abril de 2006. Foram divulgados detalhes como a data de início do ARG, durante a transmissão de um episódio no dia 3 de maio, através de uma pista que poderia surgir no decorrer do seriado ou no intervalo comercial. No decorrer do comunicado, é interessante observar que em nenhum momento é utilizado o termo “*alternate reality game*” para descrever *LTE*, que é apresentado como “um jogo de internet que apresentará uma linha de história paralela que dará”⁵⁶ dicas sobre *Lost* (‘LOST’ GAME..., 2006, s/p.).

Esse “jogo de internet” é descrito pelo vice-presidente de marketing da ABC Entertainment, Mike Benson, como uma experiência projetada para um público amplo, em que não era preciso ser “um desses fãs *hard-core* que memorizam todos os episódios”⁵⁷, e nem ter acompanhado todas as temporadas de *Lost*, já que o ARG manteria uma certa independência de informações do seriado para acontecer (LOST GAME..., s/p., 2006). Num plano geral, *The Lost Experience* é abordado pelos produtores da ABC como uma ferramenta de *marketing* interativa que acompanharia o tom de mistério existente em *Lost*, projetada para ser acessível para os fãs da série que não estavam familiarizados com jogos de realidade alternada.

O anúncio foi reforçado nas semanas seguintes através de reportagens com entrevistas com produtores da série a respeito do empreendimento. Em uma delas, em artigo do *New York Times*, o produtor executivo Carlton Cuse insistiu para que os espectadores assistissem com muito cuidado o episódio do dia 3 de maio, que eles poderiam gravá-lo, “mas não escapar dos comerciais”. (MILLER, s/p., 2006)

Nesse cruzamento entre o *marketing* e o jogo de realidade alternada, Ian Bogost (2006) observa que os ARGs possuem desde suas origens uma ligação com campanhas promocionais/ publicitárias, a exemplo de *The Beast* (2001), que esteve atrelado ao lançamento do filme A. I. – Inteligência Artificial (Estados Unidos, A.I. Artificial Intelligence, 2001). Por esse vínculo na sua gênese, Bogost fala dos jogos de realidade alternada como *branded games* (jogos de marcas), comumente usados para promoverem

⁵⁶ “Internet game that will feature a parallel story line that will give”

⁵⁷ “one of those hard-core fans who've memorized every episode”

algum produto. Entretanto, fazem isso de forma a não se apresentarem uma campanha de *marketing*, mas uma extensão lúdica do produto sempre envolta de mistérios, como mensagens cifradas em trailers de filmes que levam a *websites* enigmáticos na internet.

Assim, diante da forma como *The Lost Experience* foi divulgada, o autor comenta que:

[...] para o bem ou para o mal, o gênero [ARG] se definiu como publicitário em primeiro lugar. *The Lost Experience* leva isso um passo mais longe do que jogos anteriores, por literalmente anunciar o que é e quando começa. Nenhuma URL misteriosa em um trailer (*The Beast*), nenhum vazamento cuidadoso na internet. Este é o mercado de massa material, e a ABC não quer que o mercado de massa não saiba que está sendo comercializado.⁵⁸ (BOGOST, 2006, s/p.).

Ivan Askwith (et al., 2007) endossa essa conclusão ao fazer um levantamento sobre como LTE foi divulgado na imprensa, apontando a forma enfática como produtores e o *marketing* da ABC alertavam os espectadores para assistirem a *Lost* no dia 3 de maio. A ABC aparentava estar “indisposta em arriscar a possibilidade de o mercado de massa não reconhecer o que iria ser comercializado”⁵⁹ (idem, p. 5), comenta o autor, acrescentando que mesmo as pítas que levavam ao ARG no dia de seu lançamento eram evidentes até para o mais causal dos telespectadores. Aspecto que se tornou uma crítica do autor quando ao *The Lost Experience*, pois isso demonstrou um sinal que os realizadores subestimavam a capacidade de ação de seu público.

Iniciado em 3 de maio de 2006, *The Lost Experience* (LTE) transcorreu até setembro do mesmo ano, coproduzido por três redes de televisão, a estadunidense ABC, a australiana *Chanele 7*, e a inglesa *Channel 4*. Com roteiro de Javier Grillo-Marxuach e Jordan Rosenberg, sobre a supervisão dos co-produtores executivos de *Lost*, Damon Lindelof e Carlton Cuse. O ARG começou com um comercial televisivo de uma instituição de pesquisa pertencente ao universo do seriado, a *Fundação Hanso*, que então levava a um conjunto de *websites* que ambientavam os arcos narrativos seguintes em torno de misteriosos projetos científicos empreendidos pela Fundação, entre eles, a Iniciativa Dharma.

⁵⁸ “[...] for better or worse, the genre has currently defined itself as advertising first. The Lost Experience takes this a step further than previous games, by literally announcing what it is and when it's beginning. No mysterious trailer URL (The Beast), no careful online leaks. This is mass-market stuff, and ABC doesn't want the mass-market not to know it's being marketed to.”

⁵⁹ “unwilling to risk the possibility the mass market will fail to recognize it is being marketed to”

Askwith (et al., 2007) elenca que *The Lost Experience* foi pensado inicialmente para servir principalmente aos seguintes propósitos:

- 1 – servir como uma campanha que engajassem os espectadores da série, e com isso gerar mídia espontânea na internet durante o hiato de episódios inéditos entre as segunda e terceira temporadas;
- 2 – funcionar como uma extensão narrativa de *Lost*, oferecendo conteúdo adicional e uma experiência imersiva no universo do seriado, ou seja, abordando perspectivas do universo da série não exploradas pela televisão;
- 3 – um espaço publicitário, onde os patrocinadores vinculariam sua marca à experiência do jogo.

Meio a esses objetivos, Askwith comenta que a equipe de LTE tinha dois principais desafios criativos para o desenvolvimento da experiência. O primeiro seria o de criar uma história que envolvesse igualmente toda a audiência de *Lost* ao redor do mundo, já que o seriado era exibido em diferentes países com um atraso de tempo em relação às temporadas que estreavam na *ABC* e suas parceiras⁶⁰. O segundo era como elaborar arcos narrativos atraentes e gratificantes para os participantes, sem criar frustração e o sentimento de injustiça com os espectadores que não quiseram ou não puderam acompanhar o jogo de realidade alternada.

De acordo com um comunicado enviado à imprensa pela *ABC*, o jogo de realidade alternada seria estruturado em cinco atos. Apesar de não haver uma declaração oficial da *ABC* sobre onde começa ou termina cada arco dramático, segue a seguir um resumo desses atos de acordo com compilação realizada por Askwith, a partir da organização de eventos estabelecida pela comunidade de jogadores. Uma linha do tempo mais detalhada desses eventos se encontra no *Anexo A* deste relatório. Comunicamos também que todos os *websites* que integravam oficialmente à *The Lost Experience* se encontram desativados. Desta forma, foram utilizadas páginas eletrônicas mantidas por fãs, vídeos *online* (indicados em nota de rodapé) e trabalhos de pesquisadores do ARG como fontes de informações adicionais e imagens.

⁶⁰ Por exemplo, *Lost* estreou em setembro de 2004 na televisão estadunidense, mas no Brasil foi estrear seis meses depois, em março de 2005 pelo canal pago *AXN*, que transmitiu para toda América Latina.

3.1.1 - 1º Ato (Fundação Hanso, Persephone & Bad Twin):

LTE teve início no dia 03 de maio de 2006, com um comercial televisivo da *Fundação Hanso*⁶¹, uma organização com sede em Copenhagem, na Dinamarca, criada pelo recluso milionário Alvar Hanson com o objetivo de buscar modos de preservar a vida humana e promover o bem-estar global. Durante a propaganda é indicado um telefone de contato da instituição para o público. Quando o telespectador discava para o número fornecido, em um determinado momento, a chamada era interceptada por um *hacker* autodenominado como Persephone, que fornecia uma senha que daria acesso a documentos confidenciais que provariam ações criminosas da *Fundação Hanso*.

Simultaneamente ao comercial, foi lançado na internet o *site* da fundação - www.thehansofoundation.org (Figura 9) com informações básicas sobre seus trabalhos humanitários e pesquisas científicas empreendidas, revelando também outros personagens secundários que fariam parte do ARG. A senha passada por *Persephone*, quando usada na página eletrônica da instituição, fornecia acesso a áreas restritas do site, com pistas sobre atividades obscuras da *Fundação Hanso*.

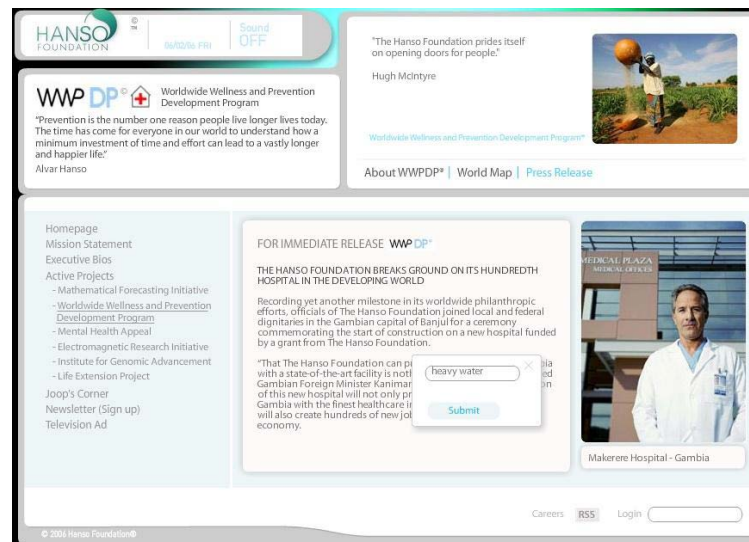


Figura 9 - Página interna do *website* da *Fundação Hanso*.

Fonte: <http://migre.me/7qwrC>

Durante todo mês de maio, a *ABC* (EUA), o *Channel 7* (Austrália) e o *Channel 4* (Inglaterra) passaram a indicar outros endereços eletrônicos durante os comerciais de *Lost*. Esses eram endereços eletrônicos que conduziam a *websites* relacionados aos patrocinadores

⁶¹ Cf. *Hanso Foundation Commercial - US Version*: <http://youtu.be/r4dyhbb5coE>

LTE, que estariam ligados à *Fundação Hanso* de alguma forma. Quando bem exploradas, essas páginas eletrônicas forneciam mais pistas sobre as conspirações da Fundação. As marcas veiculadas foram: *Sprite* (marca de refrigerante pertencente à *Coca-Cola Company*), *Jeep* (famosa fabricante de carros 4x4), *Monster.com* (serviço de busca de emprego *online*) e *Verizon* (empresa norte-americana de telefonia).

No mesmo mês também foi publicado o livro *Bad Twin* (Figura 10), um romance de espionagem que trás informações sobre a *Fundação Hanso*, de autoria de Gary Troup (Figura 11), um personagem ficcional que estava a bordo do avião que sofreu acidente no início do seriado *Lost*, morto ao ser tragado acidentalmente por uma das turbinas da aeronave. Seu lançamento foi acompanhado pelo surgimento da página pessoal de Gary Troup, mais uma campanha publicitária com uma entrevista em vídeo⁶² realizada com o autor anos antes de sua morte, que foi dividida em pequenos trechos divulgados em *websites* de livrarias como *Barnes & Noble*, *Borders* e *Amazon.com*. Nessa entrevista, além de tratar sobre sua obra, o escritor também fala sobre a manobra da *Fundação Hanso* em ocultar a verdade sobre a *Equação Valenzetti*, tema de seu livro homônimo que foi retirado de circulação pela Fundação. Segundo o escritor, a equação é uma descoberta do matemático italiano Enzo Valenzetti, que calcularia com precisão o fim da raça humana. Na época, a equipe de *The Lost Experience* chegou a criar o termo *Enzo Valenzetti* na *Wikipédia*, descrevendo-o como um recluso gênio da matemática, de reputação lendária entre cientistas, apesar de nunca ter publicado suas pesquisas.

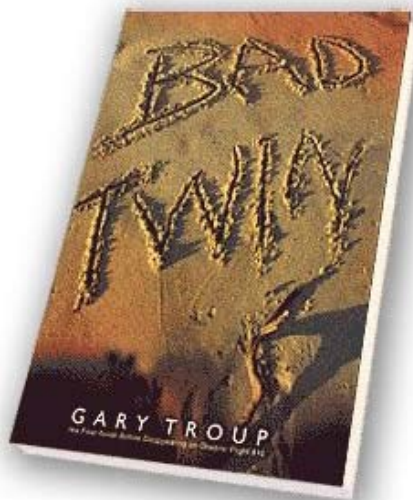


Figura 11 - Reprodução da capa da edição norte-americana de *Bad Twin*.

Fonte: <http://migre.me/7vBp1>



Figura 10 - Escritor Gary Troup, em entrevista divulgada pela internet.

Fonte: <http://migre.me/7vBte>

⁶² Cf. *Gary Troup Interview*: <http://youtu.be/hfvoRXxYVHE>

Em resposta às acusações levantadas por Gary Troup, a *Fundação Hanso* veio a público se defender através de nota oficial publicada em jornais norte-americanos (Figura 12). O porta-voz da Fundação, Hugh McIntyre, também compareceu ao programa *Jimmy Kimmel Live*⁶³ da ABC do dia 24 de maio, logo após o episódio final da segunda temporada de *Lost*, para prestar esclarecimentos sobre as atividades da instituição, citando alguns projetos científicos, e se defender dos ataques *hackers* de Persephone. O seriado *Lost* também entra em pauta durante, com Hugh McIntyre comentando que os escritos do seriado, por alguma razão, acharam interessante incorporarem a *Fundação Hanso* e um antigo projeto desativado na década de 1980 da instituição, se especificando a Iniciativa Dharma. Vale observar que foi em *The Lost Experience*, através de um jogo de memória com palavras (Figura 13), que o público descobriu o significado da sigla Dharma: *Department of Heuristics And Research on Material Application* (*Departamento de Heurística e Pesquisa de Aplicações Materiais*), até então um mistério em *Lost*.



Figura 13 - Reprodução da nota oficial da Fundação Hanson divulgada em jornais.
Fonte: <http://migre.me/7ydI2>



Figura 12 – Reprodução do jogo de memória escondido na [thehansofoundation.org](http://www.thehansofoundation.org) que revelou o significado da sigla Dharma.
Fonte: <http://migre.me/7vTe0>

⁶³ Cf. Hugh McIntyre Interview on Jimmy Kimmel Live: <http://youtu.be/KBInGFmOToU>

Em paralelo a esses eventos, Persephone ganhou aliados a sua luta contra a *Fundação Hanso*, com a adesão do locutor de *podcast*⁶⁴ identificado como DJ Dan, e posteriormente de Speaker e Lost Ninja, que passaram a ser os blogueiros oficiais do ARG nos Estados Unidos e na Austrália, respectivamente, vinculados às redes televisivas desses países.

3.1.2 - 2º Ato (As aventuras de Rachel Blake)

A segunda fase começou quando o *site* da *Fundação Hanso* foi desativado por tempo indeterminado devido a ataques *hackers*. Mas pouco antes disso, os jogadores descobriram escondido no *website* um link para o blog de Rachel Blake (*rachelblake.com*), que primeiramente se mostra como um diário de viagem de uma jovem comum pela Europa.

Porém, ao inserir uma determinada senha no blog, o usuário é redirecionado a um *website* secreto: *http://stophanso.rachelblake.com*, um vídeo-blog⁶⁵ onde Rachel Blake (Figura 14) revelou-se como *Persephone*, registrando sua viagem pela Europa para descobrir ações da *Fundação Hanson*, agora comandada por Thomas Mittelwerk, após o desaparecimento de Alvar Hanson.



Figura 14 – Rachel Blake em seu primeiro vídeo-blog.

Fonte: <http://migre.me/7qwzJ>

Rachel segue pistas passadas por *GidgetGirl*, codinome de Darla Taft, funcionária da *Fundação Hanso* inconformada com certas atividades obscuras da instituição. Ao final do arco, a informante é assassinada⁶⁶, deixando sua última informação sobre uma reunião de

⁶⁴ Formato de programa de radio gravado e distribuído pela internet.

⁶⁵ Cf. Rachel Blake - Video 1 (Lost Experience): http://youtu.be/M_nMiMB2Gao

⁶⁶ Cf. Rachel Blake - Video 7 (Lost Experience): <http://youtu.be/t7kxYDFPytk>

Thomas Mittelwerk no *Sri Lanka*⁶⁷ para tratar sobre um desconhecido projeto chamado *Protocolo Aranha*.

Como no arco de histórias anterior, os jogadores tinham que descobrir conteúdos escondidos em *websites* de patrocinadores para acessarem informações deixadas por Rachel Blake, desde novos vídeos a documentos que mostravam a evolução de suas investigações.

3.1.3 - 3º Ato (HansoExposed.com e a Caça aos Hieróglifos)

O terceiro arco do ARG tem início durante o painel do seriado *Lost* na *San Diego ComicCon*, em 22 de julho de 2006, quando Rachel Blake tomou o microfone na plateia para atacar diretamente os produtores-executivos e elenco do seriado presentes por estarem trabalhando junto com a *Fundação Hanso*. Seguranças tiveram que retirá-la do auditório enquanto convocava aos fãs presentes a expor as atividades ilícitas da organização, pedindo para que acessassem o *website* hansoexposed.com⁶⁸.

Através dessa página, os jogadores eram conduzidos a um novo quebra-cabeça com hieróglifos (*glyphs*) (Figura 15) imagens espalhadas pela internet e fora dela. Foram 70 imagens descobertas em *websites* de patrocinadores e personagens de *The Lost Experience*, propagandas de televisão e impressa na revista oficial de *Lost*, escritas em braceletes usados em público por produtores e elenco, encontradas em lugares públicos de Londres, Sydney e Nova Iorque.



Figura 15 – Hieróglifo encontrado no parque Greenwich em Londres.
Fonte: <http://migre.me/7qwzJ>

⁶⁷ Cf. Rachel Blake - Video 10 (Lost Experience): <http://youtu.be/3sSFyawB-hI>

⁶⁸ Cf. Rachel Blake at Comic Con 2006: <http://youtu.be/NdHUO8zbNEM> & <http://youtu.be/7wL9VqYf9UE>.

Os desenhos continham códigos que davam acesso a partes de um vídeo postado em *hansoexposed.com*. A filmagem em questão registrava uma reunião de cientistas da *Fundação Hanso* mediada por Thomas Mittelwerk no *Sri Lanka*. A gravação começa com vídeo de orientação apresentado pelo próprio fundador da Fundação, Alvar Hanson, falando sobre a importância da *Iniciativa Dharma* e seus experimentos científicos que pretendiam salvar o mundo alterando alguns fatores da *Equação Valenzetti*, expressa pelos números 4 8 15 16 23 42, que calculariam o fim do mundo. Essa sequência numérica é conhecida como um dos principais mistérios do seriado *Lost*, sendo constantemente citada no seu decorrer: escrita em uma escotilha da ilha; usada como código que deve ser digitado em um computador da ilha a cada 180 minutos, a fim de evitar um desastre natural; são os números do bilhete de loteria sorteado para um dos personagens principais do programa, etc..

Logo após a exibição do vídeo de orientação, Thomas Mittlewerk surge falando para uma plateia de cientistas sobre o fim da *Iniciativa Dharma*, fazendo críticas aos resultados inexpressivos que projeto obteve. O que faz com que a Fundação tome atitudes extremas em criar um vírus letal capaz de exterminar 30% da população global, e assim alterar algumas das variantes da *Equação Valenzetti*, garantindo o futuro da humanidade. A gravação termina abruptamente quando Rachel Blake é descoberta filmando escondida a reunião⁶⁹.

3.1.4 - 4º Ato (Barra de Chocolate Apollo e WhereIsAlvar.com)

Esta fase aconteceu em paralelo a anterior, e girou primeiramente em torno das barras de chocolate *Apollo* (Figura 16), que começaram a ser distribuídas nos Estados Unidos, Austrália e Inglaterra. O lançamento do produto veio acompanhado por uma campanha publicitária que envolvia seu *website* (*apollocandy.com*) e anúncios em revistas, na televisão e em espaços públicos. O chocolate era produzido pela *Apollo Candy Company*, empresa pertencente à Alvar Hanson.

⁶⁹ C. f. HansoExposed 9/8 70 Fragments – Complete: http://youtu.be/_PPCCcXarkc



Figura 16 - As barras de chocolate Apollo.

Fonte: <http://migre.me/7qw8A>

No chocolate vinha escrito o endereço *WhereIsAlvar.com*, onde Rachel Blake informava aos jogadores que 78 das 1064 barras distribuídas vinham com uma embalagem dourada especial (*golden oracle*), e quem as encontrasse deveria mandar sua foto com elas para ser postada no *website*. As imagens enviadas seriam usadas para montar num mosaico formando a palavra UNITE (Figura 17).

Quando todos os códigos contidos nos chocolates fossem postos na página eletrônica, significaria que a luta contra a *Fundação Hanso* já teria obtido atenção suficiente do mundo. Em 18 de setembro, após todas as embalagens douradas serem encontradas, Rachel Blake postou um aviso em *WhereIsAlvar.com*, instruindo as pessoas a ouvirem a próxima transmissão do *podcast* do DJ Dan, onde revelaria toda a verdade.

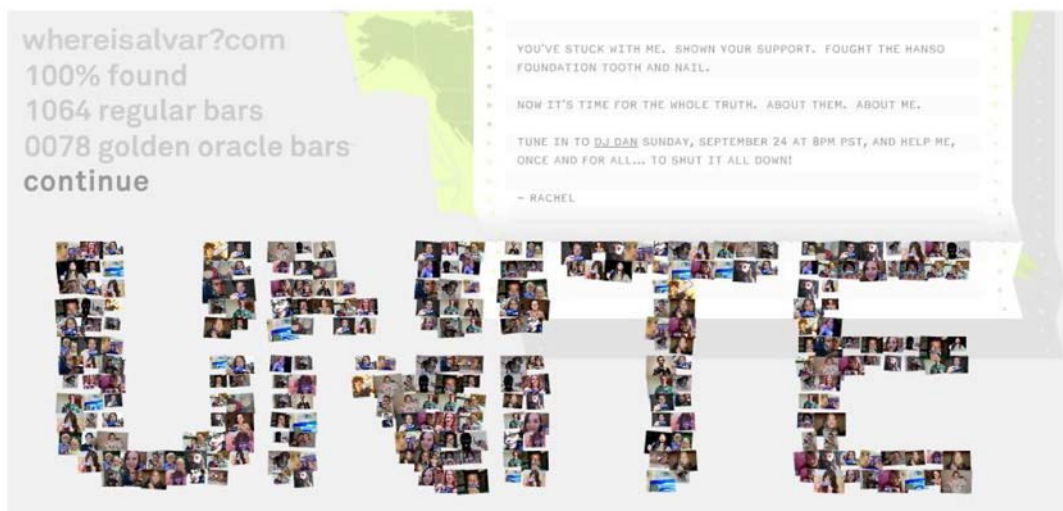


Figura 17 – Página inicial do *website* WhereIsAlvar.com, com as imagens enviadas pelo público.

Fonte: BIANCHINI, 2009

3.1.5 - 5º Ato (Punição e Conclusão)

Em 24 de setembro de 2006 acontece o último ato de *The Lost Experience*. Depois de todas as barras douradas serem encontradas, Rachel Blake reaparece durante uma ligação ao vivo para o programa de Dj Dan. No momento ela informa que esteve escondida por 12 dias após o incidente da gravação no *Sri Lanka*, e que finalmente encontrou Alvar Hanso, mantido em cativeiro por Mittlewerk. Em um último vídeo gravado por ela⁷⁰, o próprio Hanso acaba revelando os motivos por trás da busca de Rachel pelos segredos de sua Fundação: após a morte de sua mãe, que a criou sozinha desde a infância, a personagem descobriu que toda sua educação foi financiada secretamente pela *Fundação Hanso*, a fim de descobrir os motivos por trás dessa ação, ela começou a investigar a instituição até descobrir suas ações obscuras. Ao final, Alvar Hanso se revela o pai de Rachel, e se compromete a ajudá-la a denunciar publicamente as ações ilegais de sua instituição.

Mais adiante no mesmo programa, ocorre uma ligação anônima, informando que autoridades do governo foram mortas numa armadilha durante ação para prender Mittlewerk, e ele estaria desaparecido.

No dia seguinte ao *podcast*, Alvar Hanson posta no *website* da Fundação uma carta aberta (Figura 18) pedindo desculpas pelos fatos desastrosos que envolveram sua organização, e se compromete a continuar seu trabalho em prol de um mundo melhor para o homem. Em meio ao texto, um link na palavra “humanidade” leva a uma mensagem escondida onde Thomas Mittlewerk⁷¹ promete seguir com suas pesquisas a qualquer custo.

⁷⁰ Cf. Rachel Blake's Final Video: <http://youtu.be/XjFsMfdzbBs>

⁷¹ Cf. Hanso Foundation - Rewind Message: http://youtu.be/7nrA_e2HfwA

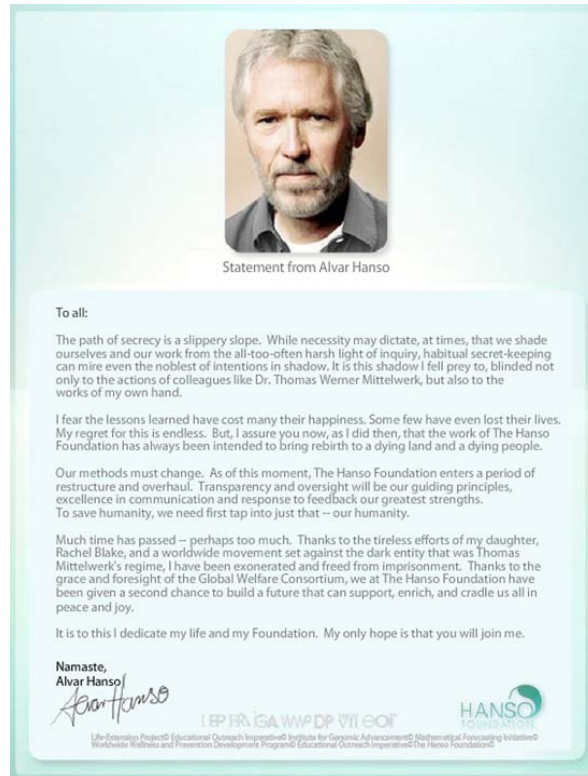


Figura 18 – Reprodução da carta de Alvar Hanso ao final do ARG.

Fonte: <http://migre.me/7qwQo>

3.2 ESTRUTURANDO A PARTICIPAÇÃO COMO UMA VISITA EM REALIDADES ALTERNADAS

Acompanhando as ideias de Murray (2003), que argumenta que o ambiente imersivo deve ser cuidadosamente estruturado para que a experiência transcorra de forma coerente ao mundo ficcional, primeiro devemos compreender que estratégias são usadas para constituir de forma apropriada a realidade do jogo de realidade alternada com a realidade cotidiana. Uma análise dessa propriedade ajudaria a entender que elementos se articulam para configurar as zonas imersivas de *The Lost Experience*, estruturando os pontos de contatos entre as realidades e as possibilidades de agir nesses espaços.

Compreendemos que Murray (2003) primeiro pensou essa propriedade de estruturar a *participação como uma visita* para ambientes interativos restritos como os virtuais. Entretanto, podemos tomar sua ideia principal de organizar adequadamente à experiência imersiva, ampliando seu entendimento para os jogos de realidade alternada, que exigem uma lógica estratégica que formule as fronteiras e as ações de seu mundo ficcional.

Para tanto, podemos recorrer à noção de Dena (2009) sobre o deslocamento de orientação do sujeito para o centro dêitico da história, processo que acontece durante a experiência de imersão em mundos ficcionais. Como vimos anteriormente, o centro dêitico compreende o núcleo das propriedades temporais, espaciais e conceituais de onde os eventos são retratados. Nesse movimento em que o sujeito assume as coordenadas temporais, espaciais e conceituais do mundo ficcional, se compreende que a realidade do sujeito e da obra são diegeticamente independentes, espaços de acontecimentos distintos intransponíveis fisicamente, mas acessíveis cognitivamente pela ativação da crença da pessoa na vivência com a realidade ficcional.

Diante dessa perspectiva, Dena (2009) defende que algumas obras que utilizam estratégias de uso coordenado de diversas mídias, como os jogos de realidade alternada, são capazes de formularem seu centro dêitico em sobreposição ao nosso. “A diferença crucial é que ao invés de uma ‘relocalização’ em nossas mentes para um lugar imaginativo, o mundo real se torna o lugar imaginativo”⁷² (idem, p. 276), comenta a pesquisadora. Nesse caso então, ao invés de apenas ocorrer um deslocamento conceitual para o centro dêitico da obra ficcional, há um movimento de alinhamento do centro dêitico com o mundo cotidiano do público envolvido.

Dessa forma, se permite acontecer intercessões entre as duas realidades, formulando zonas imersivas que intensificam a experiência no jogo de realidade alternada. Para que esse processo ocorra, Dena propõe seis fatores estratégicos que auxiliam essa recentralização/alinhamento entre mundos:

- *Abstrações do mundo ficcional*, que envolve projetar conceitos que sejam comuns entre as realidades;
- *Propriedade de semelhança*, vital a todo processo de recentralização, envolve acessibilidade entre o mundo ficcional e cotidiano, abrangendo meios de comunicação e ambientes;
- *Paratextualidade*, pistas que evidenciam os objetos do mundo cotidiano;
- *Hipertextualidade*, estratégia que contextualiza a relação dos objetos tangíveis entre as duas realidades;
- *Metatextualidade*, ou *comentário*, que ajuda a quando as discussões do mundo cotidiano ajudam a demarcar que mídias e ambientes fazem parte do mundo ficcional;

⁷² “The crucial difference is that rather than ‘relocating’ in our minds to an imaginative place, the actual world becomes the imaginative place”

- *Alusões catalíticas*, estratégias que facilitam a ação diegética, tornando qualquer ação trivial do sujeito no mundo cotidiano como significativa para a história, o que reforça o alinhamento de atividades entre os mundos cotidiano e ficcional.

A seguir, iremos analisar como esses fatores elencados por Dena (2009) se apresentam em *The Lost Experience*, aprofundando algumas questões que giram em torno de cada um deles, e entendendo como eles contribuíram para estruturar a imersão no ARG.

3.2.1 ABSTRAÇÕES DO MUNDO FICCIONAL

Uma das formas de recentralizar as realidades é conceber que as *abstrações do mundo ficcional* do ARG englobem de alguma forma o mundo cotidiano, facilitando assim um alinhamento diegético entre eles. Uma proposição comum encontrada nos jogos de realidade alternada, é que a “a duração da ação do drama em si, deve relativamente coincidir com a duração com a representação através das mídias”⁷³ (DENA, 2009, p. 277). Ou seja, a diegese do ARG transcorre de forma sincronizada com eventos no mundo dos jogadores, que detém o referente temporal dos acontecimentos.

Assim, os cinco meses que Rachel Blake levou para revelar os mistérios da *Fundação Hanso* foram os mesmos cinco meses que os participantes tiveram até o final de *The Lost Experience*. Essa relação temporal acaba aumentando o poder de agência e imersão na experiência, já que as ações e os acontecimentos transcorrem temporalmente como na vida diária, construindo a impressão de um mundo dinâmico e persistente, que acontece 24 horas por dia, sete dias por semana, até o fim da trama (DENA, 2009).

Da mesma forma se formulam meios que justifiquem conceitualmente uma ligação diegética entre os mundos, mantendo-os em comunicação. O que mantém a interação entre eles, auxiliando na participação do público. Dena (idem, p. 281) comenta que esse processo se dá início com o conceito, respondendo a perguntas como:

Como será o mundo real ser ligado a um mundo fantástico? Como o mundo real existe no mundo de ficção? Uma vez conexão diegética – uma conexão

⁷³ “duration of the action of the drama itself must fairly coincide with the duration of its representation across media”

entre os dois mundos - é feita, então as ações dos jogadores no mundo real podem impactar diretamente o mundo ficcional.⁷⁴

Isso também implica na forma como os personagens ficcionais agem entre as realidades, levando em consideração que mídia será empregada, e o tempo e espaço geográfico dos participantes do ARG. Dena (2009) observa que o processo de alinhamento de um mundo ficcional com o mundo cotidiano começa a partir dos conceitos que regem essa aproximação. A abstração do mundo ficcional pode fazer isso de várias maneiras, incluindo a abordagem dos personagens, alocando-se no mundo inteiro ou em um território específico, ou criando ligações diegéticas.

Em *The Lost Experience* isso acontece quando se estabelece conceitualmente que os meios de comunicação utilizados entre as realidades (televisão, internet, etc.) são os mesmos, e compartilham um canal em comum, permitindo que informações trafeguem e o público interaja por essas mídias. Isso torna possível que a *Fundação Hanso* publique uma nota oficial nos jornais para se defender das acusações do escritor Gary Troup, ou que seu porta-voz Hugh McIntyre faça uma participação ao vivo da Dinamarca no programa *Jimmy Kimmel Live* da ABC, no dia 24 de maio.

Da mesma forma isso permite que Rachel Blake crie um canal de comunicação com o público através de seu blog, respondendo alguns comentários e passando instruções sobre os próximos passos a seguir. DJ Dan é outro personagem que serve como intermediário do universo de *The Lost Experience*, tendo dois programas ao vivo com a participação do público por telefone, e também discutindo temas relacionados a supostas pesquisas da *Fundação Hanso*, como armas eletromagnéticas.

Outra consideração a se feita sobre o alinhamento de abstrações, é sobre as regiões geográficas escolhidas como focos da experiência, levando em consideração as redes televisivas parceiras: Estados Unidos, com a ABC; Austrália, com o *Channel 7*; e Inglaterra, com o *Channel 4*. Isso acabou trazendo algumas implicações que incidiram na recepção do ARG, e consequente na imersão de uma fatia do público. Pois as propagandas televisivas dos patrocinadores que continham pistas para o ARG eram veiculadas apenas por esses canais, assim como a distribuição do chocolate *Apollo* ocorreu oficialmente exclusivamente nos países listados.

⁷⁴ How will the actual world be linked to a fantastical world? How does the actual world exist in the fictional world? Once a diegetic rationale—a connection between the two—is made, then player actions in the actual world can directly impact the fictional world.

Algumas dessas circunstâncias foram compensadas pelas comunidades *online* que reproduziam os vídeos televisivos posteriormente na internet, discutindo as possíveis pistas existentes, e que também compilavam informações recolhidas em eventos em espaços públicos, como foi na caça aos hieróglifos ou na aparição de Rachel Blake na *Comic Com San Diego* de 2006. Porém, é incontestável que os participantes residentes nos Estados Unidos, Austrália e Inglaterra eram privilegiados de informações e possibilidades de participação diante do público globalizado que o seriado *Lost* possui ao redor do mundo, sendo exibido em cerca de 100 países. Isso fica claro com o caso das barras de chocolate *Apollo*, quando pessoas fora dos países onde elas foram distribuídas passaram a confeccionar suas próprias embalagens⁷⁵ (Figura 19) e enviar suas fotos com elas para a internet.



Figura 19 - Imagem de uma embalagem caseiro da barra de chocolate Apollo

Fonte: <http://migre.me/7wKDV>

Um elemento interessante a considerar nas abstrações do mundo de *The Lost Experience* é que elas também incorporam a existência do seriado *Lost*, como uma obra ficcional. Fato que é discutido por Hugh McIntyre na sua entrevista à ABC sobre as ações da *Fundação Hanso*. Na ocasião, o entrevistador Jimmy Kimmel pergunta se ele conhece o seriado em questão e o que ela pensa a respeito de um dos projetos da Fundação, a Iniciativa Dharma, estar presente no universo de *Lost*. Como resposta, McIntyre afirma que conhece pouco sobre a série, que deve ter assistido uma vez e achou bastante confuso, e sobre o caso da Iniciativa Dharma, ele responde que os produtores apenas acharam interessante incorporar elementos reais à sua história para deixá-la mais interessante.

E por que veicular uma propaganda da *Fundação Hanso* nos intervalos de *Lost*? O porta-voz da instituição replica falando que o espaço publicitário é atrativo, pois ele é bem visível para um público em potencial que pode vir a ter interesse pelos projetos empreendidos científicos pela Fundação.

⁷⁵ Modelo da embalagem para impressão: <http://migre.me/7wKO1>

Outro caso onde esse assunto volta a ser abordado em *The Lost Experience* é no painel do seriado *Lost* na *Comic Con San Diego* de 2006⁷⁶, quando Rachel Blake surge na plateia para acusar os produtores executivos do seriado por estarem apoiando a *Fundação Hanso*, utilizando indevidamente fatos graves e verdadeiros para fins de entretenimento. Ao contrário da entrevista televisa, onde o tema é tratado sem um questionamento sobre veracidade do acontecimento, nessa ocasião acontece um embate frente ao público entre as partes ficcionais e não ficcionais do mundo de LTE, com os produtos de *Lost* respondendo que tudo não passa de pura fantasia criada para o universo da série, inclusive a *Fundação Hanso*. Rachel nega e rebate que tudo é verdade, e que ela provará tudo ao mundo.

Ao fundo dessa discussão, a plateia vibra com o momento, tendo consciência do quão próximo estavam das bordas da quarta parede que os separa do universo de *Lost*. Que naquele momento eles estavam fisicamente transportados para a diegese de uma realidade alternada, onde a fantasia e a realidade deles se embatem num equilíbrio delicado para manter a imersão dentro da experiência lúdica.

3.2.2 PROPRIEDADES DE SEMELHANÇA

Dena (2009) encara que as relações de semelhança entre os mundos ficcional e cotidiano têm implicações diretas na acessibilidade entre eles. Assim, as propriedades de semelhança explicam como o mundo ficcional é atualizado na realidade referencial dos participantes de um ARG. Isso implica nas estratégias de acessibilidade entre as duas realidades.

A partir das ideias de Ryan (apud DENA, 2009), a autora aponta uma lista de relações de acessibilidade que denota o grau de semelhança entre o mundo ficcional e a realidade cotidiana. Esses exemplos são:

[...] *identidade das propriedades* (os objetos no texto têm as mesmas propriedades que fazem no mundo real?); *identidade do inventário* (eles são mobilizados pelos mesmo objetos?); *compatibilidade física* (eles compartilham as mesmas leis naturais?); *compatibilidade taxonômica* (eles contêm as mesmas espécies?); e *compatibilidade linguística* (a forma como

⁷⁶ Rachel Blake at Comic Con 2006 [2]: <http://youtu.be/7wL9VqYf9UE>.

as coisas são descritas podem ser entendidas em ambos os mundos?)⁷⁷. (ibid., p. 285).

Desta forma, para que ambientes e meios de comunicação do nosso dia a dia consigam coexistir na realidade ficcional do ARG, é necessário que eles compartilhem as mesmas propriedades. Para melhor compreender como isso ocorre em *The Lost Experience*, iremos abordar adiante três estratégias que criam essa acessibilidade entre os mundos: *artefatos diegéticos*, *artefatos diegéticos tangíveis*, *ativando ambientes*.

Artefatos Diegéticos: são pontes diegéticas criadas através de mídias e ambientes compartilhados com propriedades semelhantes entre as duas realidades. Essa estratégia parte do princípio que o mundo ficcional precisar ser representado pelos mesmos artefatos comunicacionais usados no mundo cotidiano: *websites*, redes sociais, e-mail, telefones, televisão, etc.

Em *The Lost Experience*, é feito especialmente o uso de *websites*, como o blog de Rachel Blake (Figura 20), a página pessoal do escritor Gary Troup e a institucional da *Fundação Hanso*, por exemplo. Da mesma forma existem as propagandas televisivas relacionadas aos patrocinadores do ARG, como a Jeep⁷⁸, que comumente continham pistas e códigos que davam a acesso a informações escondidas através dos *websites* de LTE. Dena (2009) relaciona esses artefatos a uma forma de interface natural e interativa do sujeito com o mundo ficcional do jogo de realidade alternada.

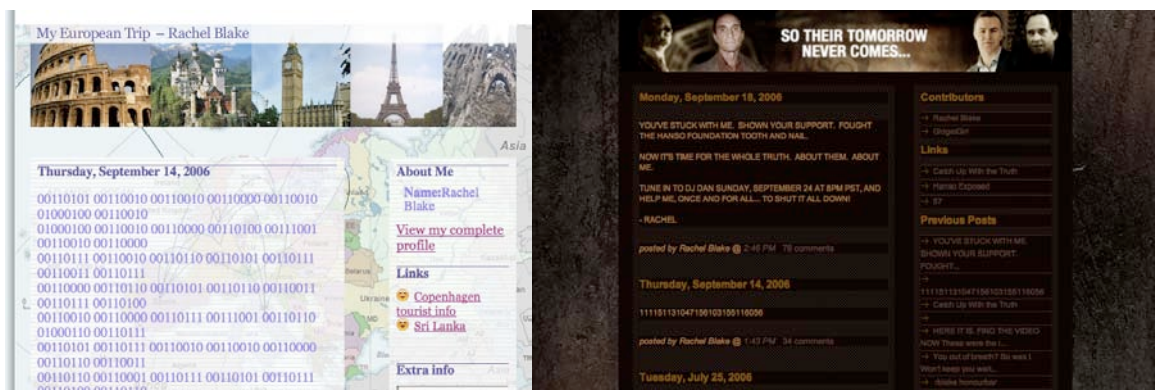


Figura 20 - Reprodução do blog de Rachel Blake - <http://www.rachelblake.com> - Como mostra como a página se apresentava quando acessada (à esquerda), e quando uma senha era usada para revelar um blog secreto (à direita)

Fonte: <http://migre.me/7xftE> - <http://migre.me/7xf6t>

⁷⁷ “[...] identity of properties (do objects in the text have the same properties they do in the actual world?); identity of inventory (are they furnished by the same objects?); physical compatibility (do they share natural laws?); taxonomic compatibility (do they contain the same species?); and linguistic compatibility (can the way things are described be understood in both worlds?)”

⁷⁸ Cf. Vintage Commercials - Jeep CJ-7: <http://youtu.be/Pna5kuVZDXE>

Artefatos Diegéticos Tangíveis:

São objetos materiais que surgem da realidade ficcional e coexistem entre o mundo fantasiado e o cotidiano. Dena (2009) aponta que existem duas formas de alinhar essas realidades através de artefatos diegéticos tangíveis. A primeira é a apropriação de meios de comunicação físicos existentes no cotidiano, como o ocorre em *The Lost Experience* quando um exemplar da *Lost Magazine* estampa nas costas da sua capa o anúncio das barras de chocolate *Apollo* (Figura 21). A segunda forma é criando artefatos no mundo ficcional que se tornam fisicamente acessíveis na nossa realidade, como é o caso da própria barra de chocolate *Apollo* e o livro *Bad Twin*. Os artefatos diegéticos tangíveis não abrangem os objetos da nossa realidade que surgem no mundo ficcional, apenas objetos que surgem originalmente no mundo ficcional e se tornam disponíveis cotidianamente.

Esses objetos dão a sensação aos participantes do ARG de estarem interagindo diretamente com o mundo de *The Lost Experience*. É estabelecida uma relação sensorial realística e imersiva, que evidencia a proximidade entre as realidades envolvidas na trama do jogo de realidade alternada.



Figura 21 - Anúncio das barras de chocolate Apollo na Lost Magazine Vol. 1, n. 6 - julho de 2006.

Fonte: <http://migre.me/7xiD7>

Ativar ambientes:

É a utilização de um espaço físico em um meio de comunicação que transmita informações estéticas e narrativas do mundo ficcional. Esse ambiente pode se tornar um personagem da narrativa, servindo como base (histórica e espacial) dos principais

acontecimentos da experiência lúdica (DENA, 2009). Nos jogos de realidade alternada isso ocorre durante os eventos chamados *live-actions* (ações ao vivo), em que personagens do mundo ficcional fazem aparições em lugares públicos, ou quando há desafios a serem solucionados nesses ambientes (como uma caça ao tesouro, por exemplo).

Também pode ser interpretado que a ativação de ambientes é uma constante nos jogos de realidade alternada, quando se encara que ARG tem a intenção de se infiltrar de forma persistente através das mídias no dia a dia de seus participantes. Assim, o mundo ficcional estabelece zona imersivas seja no ambiente de trabalho ou na casa do jogador, basta ele acessá-lo através da internet, por exemplo, para estabelecer uma ligação do espaço físico presente com a realidade do ARG.

Em *The Lost Experience*, a ativação de ambiente é bem evidenciada na aparição de Rachel Blake na *Comic Con San Diego 2006*, citada anteriormente, quando a personagem divulga o *website HansoExposed.com*, dando início ao terceiro ato do ARG. Assim como na ocasião da caça aos hieróglifos, quando os telões da Times Square⁷⁹, em Nova Iorque, exibiam uma imagem pertencente ao desafio.

3.2.3 PARATEXTUALIDADE

Segundo Genette (1982, p. 10), informações paratextuais envolvem elementos como ilustrações, identidade visual, títulos, subtítulos, nome de autor “e vários outros tipos de sinais acessórios, [...] que propiciam ao texto um encontro”. Assim, Dena (2009) aponta que as fronteiras entre os mundos ficcional e cotidiano são demarcadas por pistas paratextuais, elementos presentes nos artefatos diegéticos que auxiliam em identificá-los como objetos ficcionais. Um recurso que funciona como um delineador da experiência, indicando no mundo cotidiano que os objetos estão incorporados ao jogo de realidade alternada. Elementos paratextuais não operam apenas indicando que artefatos são da diegese do ARG, mas também situam os discursos no mundo cotidiano como sendo parte do mundo ficcional.

Um exemplo de operação paratextual presente em *The Lost Experience* é a interpretação de um artefato diegético tangível, o romance *Bad Twin* vendido em livrarias, como parte de seu universo ficcional através do título e autoria, indicada como de Gary

⁷⁹ Cf. hanso glyph at Times Square: <http://youtu.be/73baMZMa2SU>

Troup. Que tem seu nome na capa do livro acompanhado pela legenda “seu último romance antes de desaparecer no voo Oeanic 815”, o mesmo voo da companhia aérea que sofreu acidente no primeiro episódio do seriado *Lost*, indicando ao público de *The Lost Experience* que a obra, e seu discurso, pertencem ao universo ficcional.

A presença de Rachel Blake na *Comic Com San Diego* 2006 também pode ser tomando como um indício paratextual, sinalizando que naquele aconteceria um evento ligado ao universo do ARG. Elementos paratextuais também servem como guias na busca de novas pistas, como é o caso dos hieróglifos usados para destravar o vídeo *Sri Lanka* gravado por Rachel, todos identificados por um padrão visual que os associava como pertencentes ao ARG.

Podemos também comentar a ação de alguns jogadores que utilizaram essa mesma estratégia paratextual para expressar seu desejo de fazer parte da experiência, fabricando suas próprias embalagens da barra de chocolate *Apollo*, copiando em detalhes a identidade visual do produto. Portanto, informações paratextuais não são apenas prestadas a definir artefatos e discursos como parte da diegese da obra, mas também invocar elementos do mundo dos participantes como integrantes do discurso diegético.

Dena (2009) comenta que estratégias de *propriedades de semelhança* e *paratextualidade* trabalham em conjunto para ajudar no alinhamento do centro dêitico de um mundo ficcional com o mundo cotidiano. Pois, meio a presença de artefatos diegéticos na nossa realidade, as informações paratextuais auxiliam no entendimento que existe um mundo ficcional acessível ao nosso.

3.2.4 HIPERTEXTUALIDADE

Hipertextualidade se refere a qualquer relação entre textos que vá além da mera citação. Tal interpretação pode ser considerada em jogos de realidades alternadas quando referências se cruzam pelos artefatos diegéticos existentes entre o mundo ficcional e o cotidiano, estando elas contextualizadas a fim de construir uma importância narrativa para o elemento mencionado. Essa propriedade pode ser encara em *The Lost Experience* na forma como os patrocinadores (Sprite, Jeep, Monster.com) são incorporados ao seu universo do ARG através das mídias.

Askwith (et al., 2007) comenta que a integração dessas marcas na narrativa foi o momento mais delicado de TLE, pois a publicidade deveria ser justificada como um elemento da trama. Dessas experiências, a Sprite foi a que teve o resultado mais criticado pelo público. Afinal, a marca não se encaixava organicamente na trama, sendo uma vez tratada em seu *website* promocional *www.sublymonal.com* (Figura 22), dentro de um quebra-cabeça com imagens estáticas sem alguma referência ao universo do ARG. Todo conteúdo do site era visualmente e textualmente relacionado à campanha *Obey Your Thirst (obedeça sua sede)* da Sprite, “não havia alguma explicação narrativa para o clicar monótono sobre as imagens solicitada dos participantes [...] parecia que essa tarefa ilógica foi o preço pelo patrocínio”⁸⁰ (idem, p. 13).

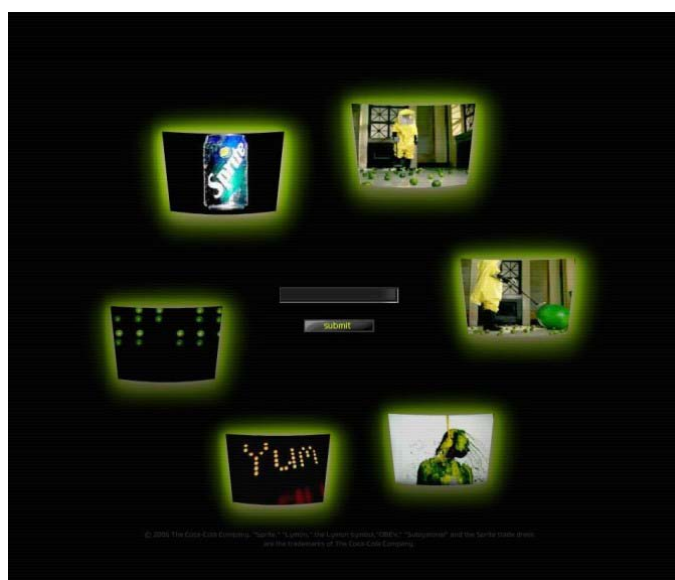


Figura 22 - Página de inserção de códigos no *www.sublymonal.com*

Fonte: <http://migre.me/7qeuw>

Ao contrário, a Jeep, que esteve presente em anúncio televisivos e pelo *website* promocional *www.letyourcompassguideyou.com*. A marca que foi apresentada como uma empresa que manteve contrato de venda de veículos com a *Fundação Hanso* (Figura 23). Ou mesmo da Monster.com, que serviu como plataforma *online* de procura de empregos para a Fundação, apresentando carreiras incomuns como *Diretor Administrativo de Raiva* ou *Terapeuta Artístico*. Esses e outros detalhes que instigavam o público sobre a natureza das atividades da empresa e como isso poderia implicar no universo de *The Lost Experience*.

⁸⁰ “There was no narrative explanation to justify the monotonous television-clicking required of participants [...] seemed to be that such illogical tasks were the price of corporate sponsorship.”

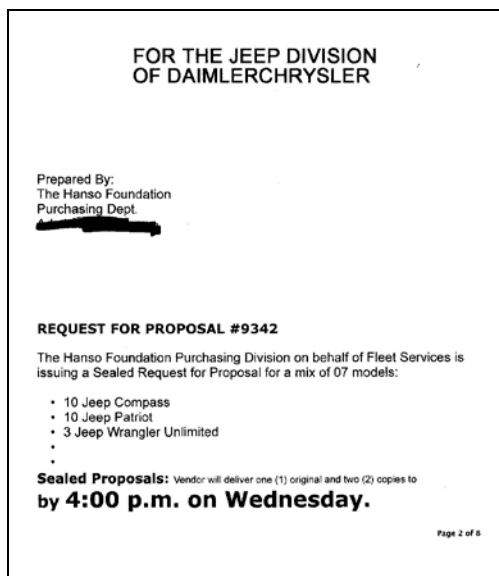


Figura 23 - Documento encontrado durante *The Lost Experience* que revelava um contrato comercial entre a Jeep e a Fundação Hanson

Fonte: <http://migre.me/7xi2C>

Aqui, a experiência entra num delicado equilíbrio para sustentação da imersão. Pois, a inserção da propaganda precisa de uma solução convincente da narrativa aliada aos enigmas, para que a marca seja incorporada no tecido ficcional sem interferir na experiência dos participantes. Como comenta Murray (2003, p. 138), os “quebra-cabeças são mais satisfatórios quando as ações possuem uma correspondência com o drama, quando elas servem para aumentar nossa crença na solidez e na consistência do mundo ilusório”.

O resultado foi que a participação da Sprite serviu como um ponto negativo para a própria marca, enquanto a Jeep teve um saldo positivo na sua participação. Segundo Askwith (et al., 2007), o fato da propaganda ser inserida no jogo correndo o risco de perturbar o processo imersivo foi algo que dividiu a opinião alguns fãs da série, mesmo que fosse encarado como um mal necessário para uns. Askwith (et al, 2007, p. 17) transcreve a seguinte declaração negativa de um fã em relação ao uso publicitário da Sprike em *The Lost Experience*, dando até um exemplo de solução para o problema:

Nós estamos investigando o desaparecimento de um dos mais poderosos líderes corporativos do mundo (dentre outras coisas), e não podemos ter personagens nos referenciando para coisas como propagandas da Sprite. Seria como atender um telefonema do próprio Alvar Hanson que prossegue atuando dentro de seu personagem durante a ligação, até que quando termina a ligação ele diz: “Não se esqueça de assistir a *Lost* na ABC enquanto saboreia um copo gelado de Sprite!” Isto não é ATUAÇÃO DE PERSONAGEM, isto não é imersivo. Isto leva embora aquele sentimento épico.

Como poderia a coisa toda ter sido feita [melhor]? Simples: um anúncio na página de Hanso para a Sprite com algum tipo de aviso [como] “Sprite orgulhosos da Fundação Hanso”, ou coisa parecida. Isso seria muito mais imersivo. No entanto, sendo dirigido por um personagem para um site que é uma propaganda descarada (ou até mesmo uma meia-boca como subLYMONal) [...] que de alguma forma contém uma pista que você precisa usar para obter mais informações... isso não faz sentido. Ao menos, claro, que Persephone seja uma investigadora que também trabalha para a Sprite.⁸¹

O autor comenta que não se deve focar na “mensagem marca de seu patrocinador, mas no que eles estão trazendo para a história”⁸² (ibid, p. 23). Não basta apenas citar o produto através das mídias, é preciso contextualizá-lo narrativamente. Assim pode acontecer a hipertextualidade entre os artefatos diegéticos, ajudando na incorporação de um elemento cotidiano na ficção, a fim de fortalecer a natureza imersiva oferecida pelo ARG.

3.2.5 METATEXTUALIDADE

Como a quinta estratégia de alinhamento entre os mundos ficcional e cotidiano no jogo de realidade alternada, Dena (2009) elenca a *metatextualidade*, ou *comentário*. O termo é comumente associado a textos secundários, como críticas, resenhas, matérias jornalísticas, etc., que se referem e comentam a um texto primário, como um filme, livro, jogo, etc.. Nesses exemplos citados, a metatextualidade se coloca como um elemento externo do mundo ficcional, como extra-diegético. Porém, no jogo de realidade alternada os comentários podem ser incorporados ao seu universo, e ajudá-lo ampliar a experiência imersiva nele.

Essa estratégia é explorada em *The Lost Experience* pelo livro *Bad Twin*, escrito por Gary Troup, apresentado pelos editores da obra como “admirável autor que nos foi arrebatado no auge de sua vida como escrito” (TROUP, 2007, p. 7), se referindo à sua morte no voo *Oceanic 815* exibida no seriado *Lost*, mas tomada como verdade no mundo ficcional de *The*

⁸¹ We’re investigating the disappearance of one of the worlds most powerful corporations leader (among other things), we shouldn’t have characters referencng us to things like Sprite ads. It would be like getting a phonecall from Alvar Hanso himself that goes all in-character the way through when as the phonecall ends he says “Don’t forget to watch Lost on ABC while enjoying a cold glass of Sprite!” It’s not IN CHARACTER. It’s not immersive. It takes away that epic feeling. How could the whole thing have been done [better]? Simple: an ad on the Hanso page for Sprite with some sort of disclaimer [like] ‘Sprite, proud sponsor of the Hanso Foundation’ or the like. THAT would be much more immersive. However, being directed by a character to a website that is a blatant (or even half-assed like subLYMONal) advertisement for something that somehow contains a clue you need to use to get more information... that makes no sense. Unless, of course, Persephone is an investigator that also works for Sprite.

⁸² “ your sponsor’s brand message, focus on what they’re bringing to the story”

Lost Experience. Na obra, o escrito conta a história de Paul Artisan, um detetive particular contratado por Cliff Wildmore, presidente da influente *Corporação Wildmore*, para encontrar se irmão gêmeo Zander Wildmore. À medida que o personagem segue a trilha de Zander, ele entra num mundo obscuro de conspirações e traições familiares, de Manhattan a Flórida, a Cuba, a Austrália. No decorrer da trama, são inseridos elementos do universo de TLE, como a *Corporação Wildmore*, onde Rachel Blake trabalhava antes de embarcar na sua jornada contra a *Fundação Hanso*, que é igualmente citada na obra, assim como os personagens Alvar Hanson e Thomas Mittelwerk.

Ou seja, Troup faz uma romance incorporando elementos vistos como verídicos no universo de *The Lost Experience*, subscrevendo assim seu olhar sobre alguns elementos envolvidos no ARG. Associado ao livro *Bad Twin*, há também anúncios sobre seu lançamento, *website* da obra, e os vídeos de entrevistas com Gary Troup antes de sua morte. Isso amplia as formas de interação e imersão do sujeito no mundo ficcional.

A metatextualidade está presente igualmente nos anúncios publicitários como os da barra de chocolate *Apollo* e da *Fundação Hanso*. Assim como também na produção do público, como é caso das embalagens da *Apollo* feitas por alguns participantes, ou na gravação de ações em espaços físicos, como a aparição de Rachel na *Comic Con* (Figura 24) ou o hieróglifo nos telões da *Time Square*, momentos que registrados por jogadores e posteriormente divulgados na internet, sendo incorporados como representações de acontecimentos da diegese de *The Lost Experience*.

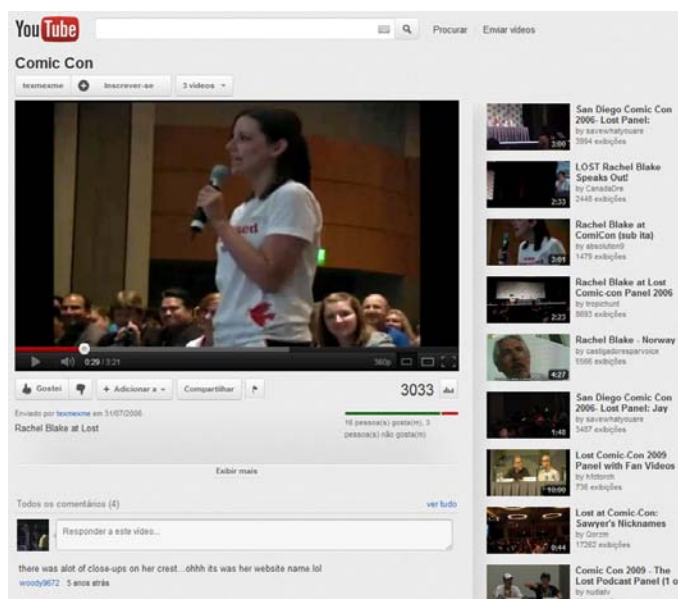


Figura 24 - Imagem da página de vídeo online com aparição de Rachel Blake na *Comic Con San Diego 2006*, gravado por alguém da plateia.

Fonte: Reprodução do autor

3.2.6 ALUSÕES CATALÍTICAS

Dena (2009) coloca que o termo *alusão* pode ser entendido na teoria literária quando um leitor/espectador reconhece sinais textuais ou visuais presentes na obra como referências a outros trabalhos já conhecidos por ele. A autora comenta que nessa acepção tradicional, quando um leitor se depara com uma alusão não há razão de agir para atender ao que se refere ao trabalho, mas quando ela não é compreendida, isso implica que leitor não irá desfrutar a leitura satisfatoriamente. Isso acaba criando um cenário em que aqueles que não compreendem as referências citadas na obra precisam migrar para outros trabalhos para poder compreendê-las. Enquanto aqueles que as compreenderam as alusões permanecem engajados na obra, fisicamente passíveis.

Com a ideia de *alusões catalíticas*, a autora procura explorar uma nova abordagem sobre esse termo, incorporando-o como uma estratégia de imersão e alinhamento entre as realidades ficcional e cotidiana. A alusão deixa de ser compreendida como uma referência que precisa ser reconhecida através de um conhecimento prévio do sujeito, originada de outro texto pre-existente. A alusão catalítica é baseada sobre a condição que ela forneça acesso a um novo trabalho, não conhecido, o que coloca todas as pessoas no mesmo nível quando abordam o trabalho, privilegiando aqueles que seguem o caminho indicado pela alusão. O *catalítico* do termo surge para enfatizar que técnica funciona como sinal para que o sujeito execute uma ação para agir e migrar para outra mídia (DENA, 2009).

No jogo de realidade alternada, o processo é entendido como um incentivo/sinal para que as pessoas se dirijam a outras mídias, numa ação justificada na diegese e coerente como uma atividade no mundo cotidiano. As alusões catalíticas podem ser interpretadas como pistas migratórias incorporadas entre os dois mundos, que convidam o sujeito a interagir como novos componentes da trama, a mergulhar mais fundo na experiência. De certa forma, é por aqui onde o fator da imersão pela agência pode ser encontrado, quando um participante consegue progredir pelo ARG à medida que desvenda o caminho através mídias, resultado de sua ação sobre os elementos que povoam o universo do jogo de realidade alternada.

As propagandas televisivas foram um recurso bem usado em *The Lost Experience* para sinalizar esse movimento entre as mídias. Um exemplo é o próprio início do ARG, quando o comercial da *Fundação Hanso* deu início ao ARG, foi fornecido um contato telefônico (Figura 25) que tinha sua ligação interceptada pelo *hacker* Persephone, que fornecia uma senha que, quando usada no site da Fundação, levava uma página secreta.



Figura 25 - Contato telefônico da Fundação Hanso fornecido ao final do comercial televisivo
Fonte: reprodução do autor

E assim por diante seguiu a experiência, onde novos códigos abriam novas portas de acesso da trama, novos documentos, vídeos e *websites*. Pelas *alusões catalíticas*, o participante é levado a investigar cada mídia para poder prosseguir a outra, incentivado pelo prazer que sente ao desenrolar a história ao caminhar pelas mídias, “uma sensação de grande poder, de agir significativamente” (MURRAY, 2004, p. 131).

Uma estética que remonta a ideia de arquitetura narrativa, algo que, como Jenkins (2004) explica, é relacionado a narrar uma história através do espaço que constitui a realidade ficcional. O ambiente se torna a medida dos acontecimentos, da forma que o tempo é a medida do cinema. Uma leitura que pela visão de Murray (2004, p. 130) se associa a metáfora do labirinto como uma forma de narrativa participativa, um espaço que se ramifica por vários caminhos, que alia história e jogo numa fusão entre “um problema cognitivo (encontrar o caminho) e um padrão simbólico (enfrentar o que é [...] desconhecido)”, o que coloca o suspense como um elemento imersivo na ficção do jogo de realidade alternada.

3.3 DANDO FORMA AO SUSPENSE

Vimos até então, que o jogo de realidade alternada se utiliza de seis estratégias para alinhar seu mundo ficcional com o cotidiano, a fim de torna sua experiência mais intensa e imersiva para o público. Assim, o ARG assume as *abstrações conceituais* do nosso mundo,

incorporando seu regime temporal e espacial, para por seguinte criar *propriedades de semelhança* com a realidade cotidiana para tornar a interação com o universo ficcional mais acessível através das mídias e/ou ambientes físicos.

Delineando as fronteiras entre as realidades, existem os *paratextos*, e para contextualizar os discursos entre as mídias e dar consistência à experiência, faz-se o uso da *hipertextualidade*. Podendo assim incorporar a *metatextualidade* a diegese da obra, com a finalidade de ampliar e enriquecer seu universo. Há também o uso de *alusões catalíticas*, que fornecem pistas migratórias entre as mídias, proporcionando ao sujeito o prazer de transitar por uma narrativa espacial a partir de sua ação sobre o ambiente.

Além desses componentes que ajudam a aproximar o mundo de *The Lost Experience* à realidade dos jogadores, podemos também elencar algumas características narrativas que contribuem para a imersão na experiência. Murray (2004), na sua abordagem sobre a narrativa participativa como labirinto, aponta o suspense e a ansiedade como uma propriedade importante na imersão. Uma qualidade que deve ser despertada e controlada para criar um labirinto ficcional expressivo.

Em seu estudo sobre imersão, Ryan (2001) aborda o suspense como uma forma de temporal de imersão ficcional. Uma expressão do desejo do sujeito em conhecer o que o espera ao final da experiência ficcional, despertando um estado emocional de ansiedade e incerteza parcial sobre a progressão ou o resultado de uma ação.

A história conduzida por *The Lost Experience* se configura especialmente nessa qualidade, desencadeando sua narrativa fragmentada pelas mídias de modo a criar expectativas sobre os mistérios que a permeiam seu universo. Seja em torno da identidade do *hacker* Persephone no início do ARG, o paradeiro de Alvar Hanson, ou em explorar as possíveis ligações que sua trama tem com o próprio seriado *Lost*. Mistérios desencadeados de forma fragmentada no desenvolvimento da narrativa, onde a trama se desenrola sempre deixando um gancho para que o público pense qual será o próximo passo ou quebra-cabeça a ser resolvido.

Apesar da aparente facilidade em se definir a ideia de suspense na ficção, Ryan comenta que algumas perguntas ainda devem ser respondidas: como alguém pode diferenciar as formas de suspense, que mecanismos cognitivos isso envolve e que dispositivos do suspense favorecem a experiência imersiva?

Ryan compreende que a noção de suspense perpassa por características que envolvem a tensão do sujeito em saber os desfechos das ações no mundo ficcional, um ambiente habitado por eventos construídos sobre um horizonte de expectativas que traçam os

caminhos futuros da trama, sejam ele bons ou ruins para os envolvidos na trama. Uma estrutura de especulações que tem a intensidade do suspense medida pela extensão de possibilidades viáveis nos eventos desencadeados. (RYAN, 2001). A imersão temporal do sujeito no sujeito depende do foco dado ao suspense, algo que é estrategicamente elaborado pelos criados da trama no mundo ficcional. Desconsiderando a intensidade dessa experiência, Ryan elenca quatro formas de suspense:

- *O Que suspense (what suspense)*: em que o foco do suspense é voltado para resolução de uma situação com uma resolução binária: acontecerá algo ruim ou bom ao final da ação. A atenção do sujeito se atém em saber o que acontecerá logo em seguida, o mantendo preso ao final do evento (RYAN, 2001). Uma forma de suspense explorada durante especialmente durante o segundo arco de histórias de *The Lost Experience*, durante as aventuras da personagem Rachel Blake pela Europa atrás de evidências dos crimes da *Fundação Hanso*. Esse momento do ARG foi marcado pelos vídeos gravados pela personagem que conduziam de seriada sua jornada.

Nos momentos finais desse arco, Rachel Blake descobre que sua informante foi misteriosamente morta em um acidente de carro. No momento em que ela relata o ocorrido em vídeo aos jogadores⁸³, ouve-se o som de disparos no quarto de hotel onde está hospedada, misturado do barulho do telefone tocando e de alguém gritando para abrir a porta. A gravação é interrompida de forma dramática, deixando em aberto o desfecho da ação.

O suspense também é criado quando a personagem fragmenta o vídeo gravado no Sri Lanka para ser revelado à medida que os jogadores encontram as dezenas de hieróglifos espalhados na internet e fora dela – o que deixa o público abrir especulações sobre conteúdo final da gravação, gerando suspense em torno da caça dos códigos para destravar todas as partes do vídeo.

- *Como (por que) suspense [how (why) suspense]*: é o suspense sustentado em um enigma anterior ao fato está acontecendo, que explica a situação presente. É tentar desvendar o passado, invés do futuro como acontece na primeira forma de suspense (RYAN, 2001). Enquanto a primeira forma de suspense implica na escolha entre dois desfechos de direções opostas, este envolve múltiplas possibilidades que convergem para um mesmo ponto.

⁸³ Rachel Blake - Video 7 (Lost Experience): <http://youtu.be/t7kxYDFPytk>

Tal suspense é gerado em *The Lost Experience* sobre o paradeiro de Alvar Hanson (Figura 26), foco do quarto arco do ARG com o lançamento do *web site WhereIsAlvar.com*. A resolução desse mistério era encarado como peça chave para entender como Thomas Mittlewerk assumiu o controle sobre as ações da *Fundação Hanso*. Outra questão também explorada por essa forma de suspense foi o passado desconhecido de Rachel Blake. Pouco se sabia sobre a personagem, apenas pequenos detalhes sobre a morte de sua mãe e que antes ela era funcionário de uma empresa ligada a *Fundação Hanso*, o que leva a especular sobre os reais motivos de Rachel para investigar as atividades da instituição.



Figura 26 - Mapa indicando a última aparição pública de Alvar Hanson no ano de 2002

Fonte: <http://migre.me/7z5mE>

- *Quem suspense (Who suspense)*: é o suspense voltado para desvendar quem está por trás das ações. Encarado como o famoso *quem matou quem* nas histórias policiais (RYAN, 2001). Podemos relacionar esse suspense às dúvidas sobre a identidade do *hacker* Persephone no primeiro ato do ARG. Quando Rachel Blake surgiu em LTE, alguns participantes não tinham certeza se ela seria mesmo o *hacker*, ou apenas membro de um grupo *hackers* com esse nome.

Podemos também compreender que esse suspense se estende sobre os responsáveis do desaparecimento de Alvar Hanson. Desde as primeiras aparições de Rachel no ARG, a personagem sempre enfatizou que o fundador da *Fundação Hanso* era alguém desconhecido para muitos da própria instituição, e que mesmo não aparecer em público desde 2002 poucos

questionaram sobre seu paradeiro. Foram abertas questões sobre quem estaria na verdade por trás das ações da Fundação e encobrimo o desaparecimento de seu fundador.

- *Metasuspense*: é o suspense gerado a partir do interesse do público em saber como as pontas soltas da história serão amarradas, dando uma forma apropriada a narrativa. Essa é uma constante que sempre acompanha os jogos de realidade alternada através das discussões em comunidades *online*, onde interpretações são confrontadas, soluções para quebra-cabeças são discutidos e compartilhados, e a linha do tempo dos acontecimentos é elaborada com a finalidade de construir um sentido apropriado aos mistérios. Isso diretamente implica no funcionamento das comunidades de jogadores, no modo participativo e colaborativo que os jogos de realidade alternada são resolvidos e construídos.

Nesse sentido, voltado para a participação do público junto à experiência do ARG, Dena (2008) comenta que é preciso por parte dos produtores pensarem em estratégias que comportem funções dentro das comunidades, a fim de balancear a imersão entre seus diferentes focos (montar o quebra-cabeça narrativo, resolver desafios técnicos relacionados a decodificação de códigos, explorar espaços físicos atrás de novas pistas, etc.). Apesar dessa organização não ser algo controlado pelos criados do jogo realidade alternada, já que os jogadores possuem um auto gerenciamento na comunidade, a experiência do ARG deve ser previamente estruturada de modo a comportar a variedade de ações possíveis na experiência. Assim, a autora pensa essa estratégia como uma *organização em camadas* da participação emergente dos jogadores, contribuindo para estruturar a *participação coletiva com papéis* nos ARGs, a fim de atender a diversidade de habilidades existentes dentro da comunidade de jogadores.

3.4 ESTRUTURAR A PARTICIPAÇÃO COLETIVA COM PAPEIS EM JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA

Murray (2003) comenta que a participação coletiva numa obra interativa cria desafios especiais à imersão. Meio a comunidade de jogadores, o compartilhamento de uma experiência através de um mundo ficcional envolve uma negociação constante dos enredos e dos limites de ações proporcionados sobre o ambiente imersivo. Quando tudo transcorre bem, os participantes podem proporcionar uma criação coletiva que configura na crença do mundo

compartilhado. Quando o envolvimento coletivo dos participantes vai mal, a construção da crença do mundo ficcional fica difusa, perde-se o foco diante da falta de consenso e da impossibilidade de agir colaborativamente.

Mediante esse fator delicado à imersão, quando se envolvem muitos participantes na construção de uma experiência lúdica, Murray alerta sobre a necessidade de estruturar essa participação coletiva através da delegação de funções, a fim de orientar os sujeitos individualmente sem prescrever rigidamente suas ações. Em jogos de realidade alternada, essa prescrição de funções ocorre internamente na comunidade, onde as habilidades individuais de cada um são postas e focadas em metas determinadas: decifrar códigos, explorar *websites* atrás de novas pistas, organizar os eventos dos ARG, pesquisar referências presentes na narrativa do jogo, etc.

Pensando nisso, Dena (2008) argumenta sobre a necessidade dessas funções já serem atendidas desde o planejamento do ARG. A meta é atender as preferências das diferentes camadas que compõe a comunidade de jogadores, que varia conforme o engajamento dos participantes. Assim, autora comenta que por parte do público no jogo de realidade alternada existem três formas de preferências de participação na experiência:

Casual, em que o sujeito participa ocasionalmente na experiência, ou por pouco tempo ou habilidade em lidar com a estrutura do ARG, tendo que acompanhar o avanço do jogo através do resumo de acontecimentos registrado pela comunidade;

Preferência por Entretenimento Passivo, onde a pessoa apenas acompanha o desenvolvimento da trama do ARG através da comunidade, dando preferência a um comportamento passivo;

Preferência por Experiências Narrativas Pessoais, de participação ativa do jogador, formado geralmente por um pequeno grupo de dedicados participantes que buscam soluções para os obstáculos proporcionados pelos jogos de realidade alternada, organizando as pontas soltas da trama e dando sentido a experiência. Compilando todo o desenvolvimento da experiência na internet.

Trilhando essa última categoria de experiência nos jogos de realidade alternada, existem os jogadores entusiastas que são popularmente conhecidos como os *hard-cores*. São aqueles que se envolvem ativamente com o ARG, se aprofundando na experiência, criando conteúdo, participando das discussões da comunidade e liderando o desenvolvimento da trama. Dena (2008) aponta que existem diferentes tipos de jogadores *hard-cores*, cada um agregando pessoas com diferentes interesses e habilidades, estando direcionados a conteúdos específicos no jogo de realidade alternada. Assim, é preciso estruturar a participação com

papéis no intento de atender três demandas principais no jogo: a narrativa, os *puzzles* (quebra-cabeças) e as ações em ambientes físicos.

Portanto, Dena divide os jogadores hard-cores em três funções, que não podem ser encarados como papéis permanentes para um indivíduo, mas possibilidades de agir dentro da experiência, podendo transitar entre elas a medida que a demanda de desafios exigir. As categorias são:

Jogadores narrativos: grupo voltado para estudar o desenvolvimento da trama, buscar novas informações sobre o mundo ficcional do ARG, discutir detalhes não esclarecidos na trama e referências existentes entre as mídias. Além de catalogar personagens, eventos, atualizar o desenvolvimento do jogo nas comunidades. São pessoas fascinadas pela possibilidade de interagir e influenciar na construção colaborativa do universo compartilhado. São os *hackers* da história.

Em *The Lost Experience*, esses seriam os participantes responsáveis por organizar e dividir os eventos que compõem os cinco atos do ARG. Como isso não foi fornecido oficialmente pelos produtores, restou à comunidade de jogadores coordenarem o arranjo narrativo apropriado para TLE (<http://www.tletimeline.blogspot.com/>). Há também aqueles dedicados a explorar de forma mais aprofundada os temas que contornam a trama de LTE, pesquisando referências científicas, mitológicas e histórias presentes no jogo de realidade alternada. Em um *website* de jogadores dessa natureza, o <http://thelostexperienceresearch.blogspot.com/>, eles se apresentam na seguinte maneira:

Milhares de pessoas estão acompanhando todas as pistas relacionadas a The Lost Experience, mas apenas um punhado de dedicados fãs se comprometeram a investigar com profundidade o significados e as implicações dessas pistas. Este é o canal dos escavadores. O grupo diversificado de colaboradores deste site provou ser dedicado e brilhante na sua busca para que a verdade seja revelada através dessa Experiência. Se você tiver dúvidas relacionadas as mensagens nesta página, basta adicionar um comentário com a sua pergunta. Você ficará surpreso com o quão útil e amigável os fãs de Lost podem ser!

Jogadores de *Puzzles* (quebra-cabeças): são jogadores que dominam procedimentos técnicos para análise de *web sites*, vídeos, imagens e sons, atrás de pistas que possam revelar pistas, como desvendar códigos criptografados em áudio, mensagens escondidas em imagens, explorar *frame a frame* um vídeo atrás de novas informações escondidas. Pessoas que possuem habilidades e dedicação que permitam desvendar e

interpretar a seguinte sequência numérica passada por Persephone⁸⁴: 106 103 157 162 235 45 122 202 39 122 26 39 162 218 222 151 42 39 142 87 168 186, como uma informação criptografada, que quando decodificada revela as letras *amedoustesonehonotrelyonjleoug*, um anagrama para frase: *a mouse does not rely on just one hole* (um rato não confia apenas em um buraco).

É esse jogador que explora profundamente uma mídia a fim encontrar uma informação escondida, como o exemplo abaixo, em que uma imagem oculta encontrada no *website* da *Fundação Hanson* foi manipulada até se encontrar uma mensagem escondida nela, a frase “save me” (me salve), abaixo do olho esquerdo do rosto (Figura 27).



Figura 27 - Processo de manipulação de uma imagem encontrada no *website* da Fundação Hanson. Quando ampliada uma área da imagem, abaixo do olho esquerdo, se percebe a mensagem “save me” (salve-me).

Fonte: <http://migre.me/7zc20>

Jogadores de mundo real: pessoas que participam de ações em ambientes físicos, para encontrar itens ou personagens relacionados ao ARG. Em *The Lost Experience* pode-se entender que essa foi a demanda menos requerida na sua experiência. Como vimos, TLE foi limitado geograficamente entre três países: Estados Unidos, Inglaterra e Austrália, o que limitou a abrangência de ações dessa natureza na comunidade de jogadores.

Apesar disso, esse enfoque de participação foi utilizado em momentos importantes da trama. Primeiramente na caça aos hieróglifos no terceiro ato do ARG, onde foram

⁸⁴ Cf. <http://thelostexperienceclues.blogspot.com/2006/05/clue-36-persephone-9-another-number.html>

encontradas imagens em revistas como a *Lost Magazine* e a *People Magazine*, como também em lugares públicos, como na *Time Square*, em Nova Iorque, ou na vitrine de uma loja em Sydney.

Assim no quarto ato de TLE, quando foram distribuídas as barras de chocolate Apollo, e os participantes tinham que encontrar as embalagens douradas para enviarem suas fotos para o *website WhereIsAlvar.com*. e assim conduzir o ARG para o seu quinto e último ato.

CAPÍTULO 4 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *alternate reality game* (ARG), ou jogo de realidade alternada, é uma nova forma de experiência lúdica que comunga elementos do jogo e da narrativa meio ao uso coordenado de mídias, a fim de constituir uma realidade ficcional em contato com o mundo dos participantes, que trabalham de forma colaborativa para explorar os desafios propostos pelo ARG. Características essas que exploram uma estrutura de jogo mais flexível, voltada a intensificar a experiência do jogador em detrimento de um sistema de regras rígido e um espaço de acontecimentos delineado. Algo que rompe com a noção clássica de círculo mágico no jogo, uma fronteira contratual que constitui espacialmente e temporalmente o jogo como uma atividade fora da vida comum. O ARG, ao contrário, busca criar um mundo persistente no cotidiano, reconfigurando sua infraestrutura de forma a acionar funções de jogabilidade nos objetos do nosso dia-a-dia. Proporcionando um caráter de ubiquidade ao jogo de realidade alternada, ou seja, de estar presente em todos os lugares, a espera que seja acionado pelos meios de comunicação e espaços físicos, tornando a ideia de uma fronteira que o delimite algo irrelevante.

Mediante essas características, o jogo de realidade alternada explora a face imersiva da noção de jogo, potencializando o envolvimento e a participação do sujeito pela proximidade que as ações dos ARGs tomam dos espaços cotidianos, através das mídias e ambientes físicos. Formulando o que podemos entender como zonas imersivas, onde as distinções entre o *jogo e não jogo*, a *ficção e a não-ficção* se tocam para proporcionar uma experiência de forte atração para o sujeito.

Imersão pode ser entendida como um termo metafórico, que associa o forte envolvimento do sujeito com experiências lúdicas e que pode ser definida como uma prazerosa sensação de um mergulho em ambiente aquático. Um ambiente em que os sentidos são inundados por estímulos que desencadeiam processos cognitivos e imaginativos que conduzem a pessoa ao prazer de vivenciar esta experiência. Entretanto, tal mergulho não pode ser interpretado como um ato passivo do sujeito diante dos estímulos que o tomam, mas de atuação sobre o ambiente presenciado, que denota uma ação do sujeito em se transportar cognitivamente para um mundo ficcional. Num estado ativo de crença na nova realidade, construindo sentidos e interações sobre esse mundo, moldando-o à medida que a experiência se estabelece como um espaço de acontecimentos.

Diante as possibilidades de explorar imersão nos mundos ficcionais, existem obras que constituem suas fronteiras em contato com características não-ficcionais, configurando uma ligação digética de sua realidade com o mundo cotidiano. Elaborando zonas imersivas onde forças se equilibram para aproximar cada vez mais o sujeito dos espaços de acontecimentos do mundo ficcional. Transformando o mundo ficcional numa realidade que transcorre em alternância com os ambientes da vida comum. É no âmbito dessa fronteira onde os jogos de realidade formulam sua imersão, transpondo o sujeito sobre a quarta parede, levando-o para o centro da ação – onde os caminhos se ramificam em diversas possibilidades para, então, convergirem intensamente na imersão proporcionada.

Buscando proporcionar essa experiência intensa, o seriado *Lost* expande seu universo através do jogo de realidade alternada *The Lost Experience*. Além da série já apresentar uma estrutura transmídia, que amplia seu universo além da televisão através outras mídias (como *web sites*, episódios para dispositivos móveis, videogame, etc.), *Lost* recorre às estratégias de imersão presentes no ARG a fim de incorpora-se na realidade de seus espectadores, proporcionando a eles uma maior profundidade de ações sobre seu universo.

Para isso, o jogo de realidade alternada se utiliza de seis estratégias para alinhar seu mundo ficcional com o cotidiano. Ele primeiramente assume as *abstrações conceituais* do nosso mundo, incorporando característica como seu regime temporal e espacial, para então criar *propriedades de semelhança* com a realidade cotidiana afim tornar o universo ficcional acessível através dos meios de comunicação e espaços físicos.

Delineando as fronteiras entre as realidades, existem os *paratextos*, e para contextualizar os discursos entre as mídias e dar consistência à experiência, faz-se o uso da *hipertextualidade*. Permitindo assim incorporar a *metatextualidade* a diegese da obra, com a finalidade de ampliar e enriquecer seu universo. Além das *alusões catalíticas*, que fornecem pistas migratórias entre as mídias, proporcionando ao sujeito o prazer de transitar por uma narrativa espacial a partir de sua ação sobre o ambiente.

Aliado a estas estratégias, há também características narrativas que contribuem para o envolvimento do sujeito na experiência lúdica. Perspectiva em que o suspense surge como um elemento importante para a imersão. Uma propriedade que deve ser devidamente controlada para criar um labirinto narrativo expressivo. Configurando o desejo do sujeito em saber o que o espera ao final da trama, despertando sentimentos de ansiedade e incerteza sobre a progressão dos eventos.

Desta forma, é também necessário pensar na forma como se dá a participação coletiva no jogo de realidade alternada. Diante a diversidade de habilidades e preferências

existente nas comunidades de jogadores, a experiência no ARG deve ser previamente configurada de modo a comportar uma variedade de ações que comportem características diversas para atender perfis de participantes diferenciados. De modo que a experiência individual contribua para uma ação colaborativa harmoniosa e prazerosa da comunidade.

É interessante observar que durante todo esse percurso da pesquisa apontamos uma relação estreita entre a imersão, o prazer e o lúdico em quaisquer atividades em que esse processo acontece. Explorando como essas noções povoam o imaginário humano, moldando seu caráter hedonista de vivenciar profundamente o prazer por essas experiências lúdicas.

Situação que para alguns pensadores resulta num posicionamento passivo e de distanciamento crítico sobre a obra. Entretanto, interpretamos por outro lado que há um engajamento ativo do sujeito junto à obra para constituir interações com a ela. Não sabemos quantificar ou qualificar devidamente uma balança entre forças que podem afetar a imersão – como até que ponto acontece um distanciamento crítico de fato, ou o quão engajado está o sujeito. Visões que ainda precisam ser confrontadas por um estudo de recepção sobre o processo de imersão. Este trabalho apenas se ateve no recorte de estudar as estratégias utilizadas no jogo de realidade alternada, e ainda resta compreender como todo esse processo acontece em sua recepção. Um olhar que ainda nos falta para nivelarmos considerações mais claras que tangem os limites críticos do sujeito durante o engajamento em experiências lúdicas.

Diante desse panorama que circunda tal questão, o jogo de realidade alternada se mostra um laboratório de imersão com amplas proporções para o entretenimento contemporâneo. No ARG os participantes têm voz ativa sobre o funcionamento e os desafios da obra, agindo em tempo real na progressão da experiência. Uma estrutura emergente em que duas realidades sustentam uma experiência colaborativa, gerida no limiar entre o engajamento e a olhar crítico do público, entre o ficcional e o não-ficcional que configura o jogo de realidade alternada. Instâncias que ajudam a pensar a imersão no ARG não como uma mera forma de engajamento, mas de conflito, transformação e construção da obra pela colaboração do público.

Aspecto não contemplado devidamente pelas estratégias de imersão apontadas nesta pesquisa, pois, também é preciso um estudo que leve em conta a recepção da imersão junto ao processo de criação colaborativa nos jogos de realidade alternada. Uma noção ainda cara para o futuro do entretenimento, onde cada vez mais as linhas entre o autor e o público se confundem na criação e expansão de universos ficcionais, estando a imersão está implicada nesse processo participativo.

Uma visão ampla que nos levaria a refletir melhor sobre as noções que envolvem a imersão, e alargar mais ainda seu leque de possibilidades. Assim, a imersão pode ser vista como uma força que dilui o entendimento de fronteiras criativas delineadas na elaboração de uma obra ficcional. Pois, ela não apenas aproxima o sujeito da obra, mas também o autor do leitor/espectador/usuário na criação colaborativa de um mundo ficcional.

Características presentes nos jogos de realidade alternada, colocando-os numa abordagem privilegiada na arte da imersão. Frank Rose (2011) comenta que o atual contexto que configura seu conceito de *deep media* é constituído por mídias e mundos ficcionais que se interconectam por redes sociais configuradas pelo próprio público, para fins criativos e de participação na obra. Nesse cenário, o ARG se coloca como uma forma estética de criação imersiva capaz de comungar qualidades emergentes de forma ampla com o uso de múltiplas mídias, o que o configura como uma obra genuinamente transmídia. Mas não num sentido clássico que Henry Jenkins (2007) formula, onde o conjunto de mídias deve contribuir para proporcionar uma experiência ampla e coordenada, mas ao mesmo tempo em que elas individualmente precisam conter um sentido próprio, não exigindo que o sujeito passe por toda a arquitetura midiática do mundo ficcional para compreendê-lo. O jogo de realidade alternada, por outro lado, exige do sujeito uma experiência completa por sua arquitetura, instigando-o com a possibilidade de agir diretamente com a realidade construída, que o envolve sensorialmente, cognitivamente e emocionalmente das mais variadas maneiras. Uma forma estética experimental da imersão, que combina as diversas linguagens artísticas para constituir um mundo estreitamente compartilhado entre as mídias, elaborando um discurso que transforma o cotidiano como espaço de acontecimentos gerados pelos participantes do ARG.

Além desses aspectos que a pesquisa desperta, ainda há questões ligadas a imersão espacial nas interseções com ambientes físicos, um fator considerado na pesquisa, mas que necessita de uma discussão mais aprofundada. Capaz de apontar reflexões que envolvam a transformação do espaço físico/social pela imersão. Isso, por exemplo, têm grandes implicações se considerarmos experiências gerenciadas através de mídias geolocalivas – como *smartphones* que utilizam tecnologias de localização geográfica combinadas às redes digitais para narrar ou construir histórias pelo espaço urbano.

Como é o caso do projeto *7scene* - <http://7scenes.com/>, uma plataforma online gratuita que possibilita criar interseções entre informações digitais (vídeo, texto, imagem) e espaços públicos. Reconfigurando uma camada informacional no ambiente, acessível e construída por dispositivos móveis que tenham seu aplicativo instalado. Isso abre caminhos a

criar experiências que documentem eventos históricos no local de seus acontecimentos, elaborar realidades ficcionais que tomam ambientes urbanos de forma orgânica, ou projetar jogos que se configuram nos espaços públicos. Atividades que tem como âncora um trabalho colaborativo de transformação e resignificação de ambientes físicos.

Tais possibilidades podem ser exploradas em um jogo de realidade alternada, algo que não aconteceu em *The Lost Experience*, ou em outros exemplos citados no decorrer da pesquisa. Mas as possibilidades de experiências lúdicas contemporâneas são diversas, e cada vez mais a noção de imersão se complexifica nesse contexto. Se antes a imersão era bastante refletida como uma resposta passiva e sensorial, hoje ela abrange diversos fatores criativos que englobam a participação ativa do público, a fim de dar consistência à experiência. Um ponto de partida para outras reflexões que se bifurcam em novos caminhos científicos, que seguramente devem ser considerados para uma futura pesquisa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBOT, Stacey. How Lost found its audience: The Making of a Cult Blockbuster. In: PEARSON, Roberta (Org.). **Reading Lost: Perspectives on a Hit Television Show**. Londres: IB Tauris, 2009.

ALEXANDER, Bryan. Antecedents to Alternate Reality Games. In: MARTIN, Adam; THOMPSON, Brooke; CHATFIELD, Tom (Orgs.). **Alternate reality games white paper. International Game Developers Association IGDA**. Acesso em: 15 jul. 2010. Disponível em: <<http://igda.org/arg/resources/IGDA-AlternateRealityGames-Whitepaper-2006.pdf>>

ARSENAULT, Dominic. Dark Waters: Spotlight on Immersion. In: **Game On North America 2005 Conference Proceedings**, 2005, p. 50-52.

ASKWITH, Ivan et al. Deconstructing The Lost Experience: In-Depth Analysis of an ARG. **Convergence Culture Consortium White Paper**, 2007. Acesso em: 5 jan. 2010. Disponível em: <http://www.ivanaskwith.com/writing/IvanAskwith_TheLostExperience.pdf>.

BAZIN, André. **O Cinema: ensaios**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BIANCHINI, Maíra . Processos Interativos no ARG The Lost Experience. In: Intercom - X Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, 2009, Blumenau - SC. **Anais...**, Blumenau: FURB, 2009.

BOGOST, Ian. Gamification é Bullshit. **Brainstorm9**, 10 ago. 2011. Disponível em: <<http://www.brainstorm9.com.br/25621/opiniaogamification-e-bullshit/>>. Acesso em: 10 ago. 2011.

BROOKER, Will. Television Out of Time: Watching Cult Shows on Download. In:

PEARSON, Roberta (Org.). **Reading Lost: Perspectives on a Hit Television Show**. Londres: IB Tauris, 2009.

CAILLOIS, Roger. **Os Jogos e os Homens**: a máscara e a vertigem. Lisboa: Cotovia, 1990.

CAMPBELL, Colin. **A Ética Românica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. (Artemídia)

CHEN, Jenova. Flow in Games (and Everything Else). **Communications of the ACM**. New York, v. 50, n. 4, p. 31-34. abr. 2007.

CSÍKSZENTMIHÁLYI, Mihaly. **Beyond Boredom and Anxiety**: Experiencing Flow in Work and Play, San Francisco: Jossey-Bass, 1975.

_____, Mihály. **Flow**: the psychology of optimal experience. New York: HarperPerennial, 1990.

_____, Mihály. **The Evolving Self**: a psychology for the third millennium. New York: Harper Perennial, 1994.

DENA, Christy. Creating Alternate Realities: A Quick Primer. In: BORRIES, Friedrich von;

WALZ, Steffen P.; BÖTTGER, Matthias . **Space time play**: computer games, architecture and urbanism : the next level. Basel: Birkhäuser, 2007.

DINEHART, Stephen. **Transmedial play**: Cognitive and cross-platform narrative. Acessado em: 10 set. 2009. Disponível em: <<http://www.narrativedesign.org/2008/05/transmedial-play-the-aim-of-na.html>>.

FAGUNDES, Renan Dissenha. Foursquare, o novo queridinho da internet. **Revista Época**, 03 mai. 2010. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI137353-15228,00.html>>. Acessado em: 20 set. 2011.

FERNANDES, António Teixeira. Espaços Sociais e Representações. **Revista da Faculdade de Letras**: Sociologia, Universidade do Porto, s. 01, v. 02, p. 61-99, 1992. Disponível em: <<http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/artigo6661.pdf>>. Acesso em: 09 nov. 2011.

GENETTE, Gérard. *Palimpsestes. La littérature au second degré*. Paris: Seuil, 1982.

GERRIG, Richard J.. **Experiencing Narrative Worlds**: on the psychological activities of reading. Colorado: Westview, 1998.

GIANNETTI, Eduardo. **Felicidade**: diálogos sobre o bem-estar na civilização. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

GOOL, Daniël van. **PICNIC**: Everything We Know About Transmedia Is Wrong. ARGNet, 6 set. 2010. Acesso em: 10 out. 2010. Disponível em:
<http://www.argn.com/2010/09/picnic_everything_we_know_about_transmedia_is_wrong/>

GRAU, Oliver. **Arte Virtual**: da ilusão à imersão. São Paulo: UNESP – SENAC, 2007.

HERMAN, David. **Basic Elements of Narrative**. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. 5 ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

_____, Johan. In *The Shadow of Tomorrow*. New York: W. W. Norton and Company, 1936. Acesso em: 8 out 2010. Disponível em:
<<http://www.questia.com/PM.qst?a=o&d=73969594>>.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 1 ed. São Paulo: Aleph, 2008.

_____, Henry. Game Design as Narrative Architecture. In: WARDRIP-FRUIN, Noah; HARRIGAN, Pat (Orgs.). **First Person**: New Media as Story, Performance, Game. Cambridge: MIT Press, 2004.

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

JONES, Steven E. **The Meaning of Video Games**: Gaming and textual strategies. Nova Iorque: Routledge, 2008.

JUUL, Jesper. The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness. In: COPIER, Marinka; RAESSENS, Joost. **Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings**. Utrecht: Utrecht University, 2003. Acesso em: 04 out. 2010. Disponível em: <<http://www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld/>>.

KEER, Jônatas. **Videogames e a Narrativa Seriado**: quest como ferramenta para a construção de mundos (dissertação de mestrado). Universidade Federal de São Carlos: São Carlos, 2010.

LEE, Joey J.; HAMMER, Jessica. Gamification in Education: What, How, Why Bother? **Academic Exchange Quarterly**, v. 15, n. 2, p. 146-151, 2011. Disponível em: <<http://www.gamifyingeducation.org/files/Lee-Hammer-AEQ-2011.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2011.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LOST GAME Lets Fans Hunt for Clues. **ABC News**, 24 abr. 2006. Disponível em: <<http://abcnews.go.com/Entertainment/story?id=1881142#.Tw3TBqWmh8E>>. Acesso em: 10 jan 2012.

MARTIN, Adam; THOMPSON, Brooke; CHATFIELD, Tom (Orgs.). Alternate reality games white paper. **International Game Developers Association IGDA**. Disponível em: <<http://archives.igda.org/arg/resources/IGDA-AlternateRealityGames-Whitepaper-2006.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2010.

MCCREA, Christian. **A Declaration of Independence From Gamification**, 10 ago. 2011. Disponível em: <<http://www.christianmccrea.net/post/8728667892/a-declaration-of-independence-from-gamification>>. Acesso em: 11 ago. 2011.

MCGONIGAL, Jane. **This Might Be a Game**: Ubiquitous Play and Performance at the Turn of the Twenty-First Century (tese de doutorado). University of California: Berkeley, 2006.

_____, Jane. **Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World.** New York: Penguin Press, 2011.

_____, Jane. The Puppet Master Problem: Design for Real-World, Mission-Based Gaming. In: Harrigan, Pat; Wardrip-Fruin, Noah (Orgs.). **Second Person: Role-Playing and Story in Games and Playable Media.** Cambridge: MIT Press, 2007.

_____, Jane. This Is Not a Game: Immersive Aesthetics and Collective Play. **Fine Art Forum** 17, no. 8, 2003. Acesso em: 28 dez. 2009. Disponível em: <<http://www.seanstewart.org/beast/mcgonigal/notagame/paper.pdf>>.

MILLER, Lia. To Counter the Doldrums During Summer Reruns, 'Lost' Fans Can Get Lost in a Game Online. **New York Times.** 24 abr. 2006. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2006/04/24/business/media/24lost.html>>. Acessado em: 10 jan. 2011.

MITELL, Jason. Narrative Complexity in Contemporary American Television. **Velvet Light Trap**, Texas, n. 58, p. 29-40, 2006.

MONTOLA, Markus (et al). **Pervasive Games: Theory and Design.** Burlington: Morgan Kaufmann, 2009.

MORRAELE, Joanne. Lost The Prisoner, and teh Ende of The Story. **Journal of Popular Film and Television**, Nova Iorque, v. 38, n. 4, p 176-185, 2010.

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

NORMAN, Donald. **The Design of Everyday Things.** Doubleday: New York, 1998.

PUETZ, Michelle. **Mimesis.** In: Mitchell, W. J. T.; Almeida, Eduardo de; Reynolds, Rebecca. **The Keywords of Media Theory.** The University of Chicago: Chicago, 2004. Disponível em: <http://csmt.uchicago.edu/glossary2004/mimesis.htm#_ftnref1>. Acesso em: 29 dez. 2011.

PURKAYASTHA, Debapratim; FERNANDO, Rojia. Marketing the 'Lost' TV Drama Series: ABC's Integrated Marketing Strategy. **IBS Center for Management Research (ICMR)**.

Disponível em:

<<http://hornbill.dcschool.net/gsd/collect/casemate/index/assoc/HASH01ba.dir/doc.pdf>>.

Acessado em: 28 dez. 2011.

RADOFF, Jon. **Gamification, Behaviorism and Bullshit**, 9 ago. 2011. Disponível em:

<<http://radoff.com/blog/2011/08/09/gamification-behaviorism-bullshit/>>. Acesso em: 11 ago. 2011.

ROSE, Frank. **The Art of Immersion: how the digital generation is remaking Hollywood, Madison avenue, and the way we tell stories**. New York: W.W. Norton, 2011.

RYAN, Marie-Laure. **Narrative as Virtual Reality: immersion and interactivity in literature and electronic media**. The Johns Hopkins University: Baltimore, 2011.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Rules of Play: Game Design Fundamentals**. Cambridge: MIT Press, 2004.

SCHECHNER, Richard. **Performance Studies: An Introduction**. New York: Routledge, 2002.

SLATER, Mel; WILBUR, Sylvia. A Frame for Immersive Virtual Environments (five): Speculations on the Role of Presence in Virtual Environments. **Presence: Teleoperators and Virtual Environments**, v. 6, p. 603-616, 1997.

SMITH, Aaron. **Transmedia Storytelling in Television 2.0: Strategies for Developing Television Narratives Across Media Platforms**. 2009. Acesso em: 10 ago. 2010. Disponível em: <<http://blogs.middlebury.edu/mediacp/>>.

STEWART, Sean. **The A.I. Web Game**. s/d. Acesso em: 25 set. 2010. Disponível em: <<http://www.seanstewart.org/interactive/aiintro/>>.

SUIT, Bernard. **The Grasshopper: Games, Life, and Utopia**. Toronto: University of Toronto, 1978.

TARKOVISKI, Andrei. **Esculpir o Tempo**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

TORI, Romero. *Games e interatividade: em busca da felicidade*. In: SANTAELLA, Lucia; ARANTES, Priscila. **Estéticas Tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008.

TROUP, Gary. **Bad Twin**. Rio de Janeiro: Pretígio Editorial, 2007.

WÅHLBERG, A. A.; SJÖBERG, L.. Risk perception and the media. **Journal of risk research**, London, v. 3, n. 1, p. 31-50, 2000.

WALTON, Kendall. **Mimesis as Make-Believe: on the foundations of the representational arts**. Cambridge: Harvard University, 1990.

WALZ, Steffen P.; BÖTTGER, Matthias. **Space Time Play - Computer Games, Architecture and Urbanism: The Next Level**. Berlin: Birkhauser, 2007

WATZLAWICK, Paul. **Pragmática da Comunicação Humana: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação**. São Paulo: Cultrix, 2007.

WEISER, Mark. The Computer for the 21st Century. **Scientific American**, 1991. 94-100p.
Acesso em: 17 set. 2010. Disponível em:
<<http://www.ubiq.com/hypertext/weiser/SciAmDraft3.html>>.

WITMER, Bob. G.; SINGER, Michael. J. Measuring Presence in Virtual Environments: A presence Questionnaire. **Presence-Teleoperators and Virtual Environments**, v. 7, n. 3, p. 225-240.

WITTGENSTEIN, Ludwig. **Philosophical Investigations**. 4 ed. Edição Bilíngue Inglês-Alemão. Tradução de G. E. M. Anscombe, P. M. S. Hacker e Joachim Schulte. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.

ZICHERMANN, Gabe. Gamification Is Here to Stay. **The Atlantic**, 29 ago. 2011. Disponível em: <<http://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/08/gamification-is-here-to-stay/244232/>>. Acesso em: 28 out. 2011.

REFERÊNCIAS FILMOGRÁFICAS

Vidas em jogo (The Game). Direção: David Fincher. Produção: Cean Chaffin, Steve Golin. Estados Unidos: Polygram Filmed Entertainment, Propaganda Films, A&B Producoes, 1997 (129 min.), son., color.

A.I. – Inteligência Artificial (A.I. Artificial Intelligence). Direção: Steven Spielberg. Produção: Steven Spielberg, Stanley Kubrick. Estados Unidos: DreamWorks, Amblin Entertainment, 2001 (146 min.), son., color.

Controle Absoluto (Eagle Eye). Direção: D.J. Caruso. Produção: Steven Spielberg, Alex Kurtzman. Estados Unidos: DreamWorks Pictures, 2008 (118 min.), son., color.

Décima Vítima, A (La decima vittima). Direção: Elio Petri. Produção: Carlo Ponti. Itália-França: Champion, Les Films Concordia, 1965 (90 min.), son., color.

Loucos em plena Madrugada (Midnight Madness). Direção: Michael Nankin, David Wechter. Produção: Ron W. Miller. Estados Unidos: Walt Disney Productions, 1980 (112 min.), son., color.

REFERÊNCIAS LUDOGRÁFICAS

Beast, The. Microsoft Games, 2001.

Big Urban Game. Nick Fortugno, Frank Lantz, and Katie Salen. University of Minnesota Design, 2003.

Dharma Initiative Recruiting Project. ABC Entertainment, 2008

Eagle Eye – Free Fall. DreamWorks Pictures, 2008.

FIND815. ABC Entertainment, 2007

Flow. Jenova Chen, 2006.

Killer: The Game of Assassination. Steve Jackson, Steve Jackson Games, 1981.

Lost Experience, The. ABC Entertainment, 2006.

Lost University. ABC Entertainment, 2009

PacManhattan . Projeto estudantil supervisionado por Frank Lantz. New York University, 2004.

Perplex City. Mind Candy, 2005-2007

Tetris. Alexey Pajitnov, 1996.

World of Warcraft. Blizzard Entertainment, 2004.

World Without Oil. Independent Television Service, 2007

REFERÊNCIAS SITIOGRÁFICAS

Forum Unfiction - <http://forums.unfiction.com/forums/>

Hanso Walkthrough - <http://lxicon.com/hanso2/>

Lost Experience Clues, The - <http://thelostexperienceclues.blogspot.com/>

Lost Experience Research, The - <http://thelostexperienceresearch.blogspot.com>

Lostpedia - http://lostpedia.wikia.com/wiki/Main_Page

TLE Time Line - <http://www.tletimeline.blogspot.com/>

GLOSSÁRIO

Affordance: termo relativo às propriedades fundamentais nos objetos, ou do ambiente, que determina como eles podem ser manipulados e utilizados. São pistas sensoriais que ajudam os usuários a entender como manipular com as propriedades das coisas e construir cognitivamente o ambiente. Um exemplo é maçaneta redonda da porta, que sugere como abri-la adequadamente.

Agência: é a “capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas” (MURRAY, 2003, p. 127). Não confundir com processo técnico da interação, pois, a agência envolve o prazer de interagir com os objetos e perceber o resultado dessa ação.

Centro dêítico: se refere ao núcleo do mundo ficcional, compreendendo as propriedades temporais, espaciais e conceituais de onde os eventos são retratados (DENA, 2009).

Circulo Mágico: uma construção imaginária e contratual sobre os limites espaciais e temporais que delimitam as ações do jogo perante a vida comum de seus participantes.

Computação Ubíqua: também conhecida como computação pervasiva, é um campo de pesquisa da computação que envolve a integração de forma orgânica das funcionalidades das redes digitais nos objetos do dia-a-dia e em ambientes físicos, a exemplo da eletricidade, que é uma tecnologia presente no cotidiano humano.

Deep Media: termo criado por Frank Rose (2011) para designar as formas narrativas projetadas através de múltiplas mídias, providas de qualidades que permitam a participação do sujeito, e que tenham elementos de jogo (*gamelike*), sendo assim, focadas para serem imersivas.

Diegese: o termo que se refere ao mundo ficcional evocado pelo texto narrativo e habitado pelos personagens. É o tempo e o espaço que configuram a trama, com suas características e elementos próprios (HERMAN, 2009).

Flow: conceito formulado pelo psicólogo Mihaly Csíkszentmihályi para tratar a respeito do “estado mental no qual a pessoa funde ação e consciência, desconectando-se do seu entorno e engajando-se numa atividade que passa a ser um fim em si mesma”. (TORI, 2008, p. 447).

Game Design: é o processo de criação e planejamento de todos os principais parâmetros que definem um jogo, abrangendo as regras, a dinâmica da interação, o ritmo das ações, a interface do usuário, etc.

Gameplay: Termo que pode ser traduzido como jogabilidade, é relacionado à forma como um jogo responde às ações do jogador, e o quanto dinâmica é a experiência total em função disso. Ele também abrange as experiências que o sujeito tem durante a interação com sistemas do jogo. (KEER, 2010).

Gamificação: ação de incorporar estratégias de *game design* às atividades e ambientes do nosso dia-a-dia, a fim engajar as pessoas em ações específicas (trabalho, ensino, atividades físicas).

Imersão: uma metáfora que representa o prazer e o poder de atração do sujeito na experiência vivenciada, num ideal de transportar sua consciência a uma construção ficcional, fignando-o sensorialmente, emocionalmente e cognitivamente para uma paisagem de acontecimentos mimetizados. Ação que constitui num sentimento de presença na realidade ficcional. Porém, esse não pode ser encarado apenas como um processo passivo recorrente da recepção de estímulos, mas também resultado de uma interação de troca com o ambiente vivenciado, que corresponde às ações do sujeito imerso e se transforma mediante isso, configurando um espaço imersivo de acontecimentos relacionados ao processo.

Jogo de Faz-de-Conta (*game of make believe*): conceito de Kendall Walton (1990) a respeito da experiência do sujeito com obras artísticas, em que *representações* (objetos/textos/imagens) são assumidas como *princípios geradores* de uma ficção, que demandam imaginações pela geração de *verdades ficcionais*. Tais verdades são geradas a partir da ficção, e tomadas como verdadeiras dentro do *jogo de faz-de-conta*. Quando estas verdades ficcionais se associam coletivamente e se mostram coerentes diante o público, elas configuram um *mundo ficcional*.

Jogo de Realidade Alternada (*alternate reality game* - ARG): é uma atividade lúdica colaborativa que tem como suporte diversas plataformas midiáticas do dia-a-dia dos jogadores

(vídeos, telefonia móvel, internet, etc.) e espaços físicos para criação de um universo ficcional mimeticamente acoplado ao cotidiano.

Jogo Pervasivo: atividade lúdica que busca romper com as fronteiras do círculo mágico, o limite contratual do jogo perante a vida comum dos jogadores. Nesses jogos, a fronteira contratual é bastante maleável para possibilitar a expansão da atividade lúdica por três dimensões: *espacial*, incorporando jogabilidade aos espaços físicos cotidianos; *temporal*, sem um tempo determinado para acontecer, podendo se estender durante a rotina diária dos jogadores; e *social*, envolvendo várias pessoas, estando elas cientes que estão jogando ou não, já que a experiência lúdica pode transcorrer de forma alheia aos olhos de passantes (MONTOLA et al., 2009).

Jogo Ubíquo: são atividades lúdicas que desconsideram a noção de uma fronteira de acontecimentos, reinterpretando a realidade ordinária pela ótica da *gameplay*, ativando *affordances* de jogabilidade no mundo cotidiano. Os jogos de realidade alternada se encontram nessa categoria de jogo.

Mimesis: termo amplamente usado para abordar a imitação ou reprodução da natureza por meios artísticos. Nos estudos de estética, o conceito de *mimesis* tem se tornado central para pensar a essência da expressão artística, e as maneiras como vivenciamos e respondemos a trabalhos artísticos (PUETZ, 2004).

Mundo Ficcional: mundo construído a partir da associação coletiva e corente de um conjunto de *verdades ficcionais* perante o público. [ver também: *jogo de faz-de-conta (game of make believe)*]

Narrativa Emergente: narrativa construída a partir da ação do sujeito sobre os elementos interativos da história, desdobrando-a por diversos caminhos possíveis, pois, a estrutura narrativa é baseada em um “conjunto simples de regras aplicadas a um conjunto limitado de objetos de um sistema, que conduz a resultados imprevisíveis” (SALEN; ZIMMERMAN, 2003, p. 159).

Pervasivo: qualidade referente a algo que se propaga no ambiente, sugerindo a existência de uma borda que se alastra.

Puppet master (mestre dos fantoches): termo designado aos membros da equipe que trabalha nas estratégias do jogo de realidade alternada, desde detalhes narrativos à elaboração de quebra-

cabeças, e o monitoramento das ações dos participantes. *Puppet master* não é um mestre de jogo que se faz presente nas ações do ARG e interage diretamente com os jogadores, mas alguém que fica por trás das cortinas puxando as cordas do jogo.

Puzzle: Desafio intelectual, um quebra-cabeça ou enigma. Um *puzzle* apresenta apenas uma única solução (KEER, 2010).

Realidade Alternada: realidade construída de maneira a reduzir as evidências que poderiam caracterizá-la como ficcional, a fim de criar uma coerência verídica para que os fatos sejam tratados como acontecimentos do mundo cotidiano (DENA, 2007).

RPG (Role-Playing Game): ou jogo de interpretação de papéis, RPG é um jogo em que os participantes interpretam personagens em uma história construída colaborativamente, seguindo um sistema de regras predefinido, mediado por dados que fornecem pontos de atributos aos personagens. Nele, os jogadores são guiados por um mestre do jogo, que fornece o cenário narrativo e as opções de ações a serem tomadas na experiência, assim como também julga essas ações de acordo com as regras. Apesar disso, o mestre de jogo tem a liberdade de não seguir completamente o sistema de regras, deixando o jogo mais livre e fluído.

Narrativa Transmídia: termo criado por Jenkins (2007, s/p.) que aborda a estratégia de construção de mundo ficcional em que os “elementos integrantes de uma ficção se dispersam de forma sistêmica através de múltiplos canais de entrega com o propósito de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada”.

Ubíquo: qualidade referente a algo que está presente em todos os lugares, tornando a ideia de uma fronteira algo irrelevante.

Zona imersiva: espaço de acontecimentos resultante do processo de imersão do sujeito em interação com os estímulos do mundo ficcional, podendo ser configurado em ambientes físicos ou virtuais.

ANEXO

A linha do tempo de Lost Experience

(ASKWITH et al., 2007, p. 25-30)

ATO 1: Persephone, a Fundação Hanson e *Bad Twin*

03 de Maio: O jogo é iniciado com as atualizações do site www.thehansofoundation.org (*thf.org*) e com a exibição de uma propaganda ficcional na televisão. Na tentativa de se cadastrar para a lista de emails do site, os usuários recebem uma transmissão de Persephone.

04 de Maio: As partes 1, 2 e 3 da entrevista de Gary Troup são lançadas nos sites das livrarias *Barnes & Noble*, *Borders* e *Amazon.com*, respectivamente.

05 de Maio: Um release destinado à imprensa é lançado por Hugh McIntyre, um empregado ficcional da Fundação Hanson. O release inclui um link escondido para o endereço eletrônico persephone.thehansofoundation.org. Lá foi encontrada a segunda pista do ARG.

07 de Maio: A mensagem disponível em persephone.thehansofoundation.org é atualizada.

08 de Maio: Uma mensagem de Persephone aparece na biografia profissional de Alvar Hanso, presidente e fundador da Fundação Hanson. É feita a revelação de que Hanso não tem sido visto em público desde 2002.

09 de Maio: A Fundação Hanson lança um anúncio nos jornais do mundo real: “Não acredite em *Bad Twin*”. Um link escondido em *thf.org* e um novo anúncio na televisão direcionam os usuários para um site patrocinado pelo refrigerante Sprite, www.sublymonal.com, onde os visitantes puderam encontrar um código. Colocando o código em um formulário no site *thf.org* é destravada uma mensagem em que Persephone questiona a veracidade das credenciais educativas do então diretor da Fundação Hanson, Dr. Thomas Mittlewerk. A mensagem também inclui informações escondidas sobre Gary Troup, o autor de *Bad Twin*.

10 de Maio: A pista de Persephone disponível no site *Sublymonal* foi mudada; a mensagem sobre Gary Troup deixou de estar disponível. Uma nota dos editores de *Bad Twin* foi colocada no site <http://www.hyperionbooks.com> e no site oficial do autor, rebatendo os ataques da Fundação Hanson em relação ao conteúdo do livro, feitos no anúncio de jornal.

12 de Maio: Um novo release à imprensa sobre *Bad Twin* é emitido em *thf.org*, com um link para um anúncio de jornal do dia 10. Uma “carta escondida” de Hugh McIntyre para Robert Miller, presidente da editora Hyperion Books, solicita que a empresa pare de vender *Bad Twin*. Tanto Hugh McIntyre quanto Persephone começam a responder emails dos jogadores rapidamente.

16 de Maio: Um link encontrado no código-fonte de *thf.org* leva os usuários ao endereço www.djdan.am. Lá o DJ libera a primeira edição de seu *podcast*. Em seu programa, ele afirma que Alvar Hanso está congelado em um freezer de criogenia. O site persephone.thehansofoundation.org é atualizado com um novo código numérico. Ao ser decodificado, a mensagem revelada é “fique a postos”. A quarta parte da entrevista de Gary Troup é postada no site *Amazon.com*.

17 de Maio: A fotografia de Hugh McIntyre foi removida da sua biografia executiva no site *thf.org*. Um formulário com entrada para uma senha também aparece na mesma página. Uma das páginas dos projetos em andamento da fundação leva à uma página promocional da Jeep, www.letyourcompassguidetoyou. As partes 5 e 6 da entrevista de Gary Troup são encontradas nos endereços *Powells.com* e *GaryTroup.net*.

18 de Maio: uma nova sequência de números é disponibilizada em persephone.thehansofoundation.org.

19 de Maio: letras piscando se sobrepõem a biografia executiva de Peter Thompson, dando aos usuários outra senha para o desbloqueio de conteúdo secreto.

23 de Maio: durante a cobertura feita pelo canal *E4* sobre a sétima edição do *reality show Big Brother* inglês da emissora *Channel 4*, a transmissão de áudio foi ocasionalmente substituída por uma voz feminina sobreposta que descreve eventos da segunda temporada de *Lost*.

24 de Maio: uma propaganda para o site hansocareers.com, patrocinada pelo *Monster.com* é exibida durante o intervalo do último episódio da temporada de *Lost* na TV norte-americana.

Hugh McIntyre, da *Fundação Hanson*, aparece no *talk show Jimmy Kimmel Live*, respondendo questões sobre a organização, e afirmando categoricamente que os autores do seriado *Lost* colocaram detalhes fictícios sobre a *Fundação Hanson* na mitologia do programa.

25 de Maio: Um anúncio de meia página do livro *Bad Twin* é publicado no jornal impresso *USA Today*. Algumas pequenas atualizações no site *Sublymonal.com* removem a maioria do conteúdo relacionado ao jogo. Ao digitar “108” no mesmo endereço, há o destravamento da segunda edição do *podcast* do DJ Dan, no qual ele fala sobre o desenvolvimento de “super armas eletromagnéticas”.

30 de Maio: Informações adicionais surgem no *thf.org* sobre a Fundação Hanson e vários de seus projetos, incluindo a “Previsão do Tempo baseado em fatores matemáticos”.

01 de Junho: Ao clicar no ângulo de número 108 da bússola disponível em *letyourcompassguideyou.com* é destravado a terceira edição do *podcast* de DJ Dan. Persephone invade o site da Fundação Hanson e inclui notícias descrevendo que a fundação participou de plantações orgânicas ilegais.

06 de Junho: Uma propaganda é exibida durante o *Boston Legal*, direcionando os espectadores para um site patrocinado pela empresa de telefonia Verizon: *RetrieversOfTruth.com*. Usando a senha “Stainbeck” em um formulário destinado para a participação de uma lista de emails faz com que um fórum de discussão seja destravado.

08 de Junho: A quarta edição do *podcast* de DJ Dan é descoberta no site www.monster.com. Ele acusa que a Fundação Hanso está envolvida em experimentos de engenharia genética.

12 de Junho: jogadores que conseguiram completar um jogo da memória aprendem que a sigla DHARMA significa “*Department of Heuristics And Research on Material Applications*”.

13 de Junho: O quinto *podcast* de DJ Dan é descoberto em um tópico do fórum *RetrieversOfTruth.com*. DJ Dan discute o trabalho e as pesquisas da Fundação Hanson em nanotecnologia e experimentos de controle mental.

16 de Junho: O sexto *podcast* de DJ Dan é encontrado em *Sublymonal.com*, discutindo experimentos com memória em autistas com síndrome de savant.

17 de Junho: Em um vídeo postado no site *monster.com*, uma mulher de nome Rachel Blake explica que ela tem a pretensão de revelar o verdadeiro propósito da Fundação Hanson.

19 de Junho: Um link para o blog de Rachel (www.rachelblake.com) é encontrado nas linhas de código-fonte de *thf.org*. A data de postagem mais recente é datada de 14 de setembro de 2006.

20 de Junho: o site *thf.org* é tirado do ar, com uma nova mensagem explicando que “A Fundação Hanso foi hackeada por pessoas com intenções maliciosas, tentando acabar com o bom trabalho de ótimos e dedicados pesquisadores. Até que uma investigação legal seja completada, o endereço não estará mais acessível ao público. *Namaste*”.

21 de Junho: O sétimo *podcast* de DJ Dan foi descoberto em um site patrocinado pela empresa Jeep, e fala sobre o envolvimento da Fundação Hanso em pesquisas de extensão da vida humana. Uma nova postagem no blog de Rachel acusada Hugh McIntyre de adultério.

ATO 2: As Aventuras de Rachel Blake

22 de Junho: o site *persephone.thehansofoundation.org* é atualizado com um vídeo de uma mulher de ponta-cabeça em *looping* constante, com uma música estranha e uma voz embaralhada tentando narrar algo. Quando a voz é tocada de trás pra frente, revela uma série de números. Os visitantes que navegaram na pasta “lixeria” do endereço *letyourcompassguideyou.com* encontraram uma transcrição da discussão entre Persephone e “William”, um empregado da empresa de automóveis *DaimlerChrysler*. Persephone insiste que os jipes fornecidos pela *Chrysler* estavam sendo usados para propostas nefastas. Para provar sua afirmação, ela disponibiliza um arquivo digital compactado (*missing_organ*s). As evidências nos arquivos convencem William a manter contato.

26 de Junho: a oitava edição do *podcast* de DJ Dan discute a vida de Rachel Blake. Ele teoriza que Rachel e Persephone talvez sejam as mesmas pessoas.

30 de Junho: Rachel Blake admite que ela é a hacker Persephone através de uma postagem em seu blog. Durante o nono *podcast* de DJ Dan, ela faz uma ligação e se identifica novamente como Persephone.

05 de Julho: O blog de Rachel discute a visita do Doutor Mittelwerk a uma clínica médica. Ela direciona os leitores do seu blog a visitarem um show feito para a *web*, intitulado “thisisaknife” no endereço da emissora de TV britânica Channel 4 (www.channel4.com/knifest). Lá, se as pessoas assistissem o episódio do dia 5 de julho, veriam uma mensagem de Rachel durante o intervalo, encorajando as pessoas a “Navegarem a Verdade” quando o endereço www.channel4.com/lost pisca na tela. Um link escondido na barra principal de navegação desse site abre um arquivo de áudio: é o décimo *podcast* de DJ Dan, que traz informações sobre uma personagem já mencionada no seriado *Lost*: Karen DeGroot, cofundadora da Iniciativa Dharma.

10 de Julho: O 11º *podcast* de Dan pede informações dos ouvintes sobre o paradeiro de Alvar Hanso.

12 de Julho: Uma propaganda durante uma reprise de *Lost* conta com a participação do Doutor Mittlewerk. Ele pede para que os espectadores “discutam os objetivos alcançados pela Fundação Hanson e seu contínuo progresso”. Nenhum endereço de página da internet é dado durante o comercial. Um crédito em cima da tela é mostrado: “Apresentado pela ABC Corp.”.

14 de Julho: O blog de Rachel é atualizado com a foto de uma pasta, um nome de usuário e uma senha. Esses dados liberam um vídeo em *Sublymonal.com*.

18 de Julho: O blog de Rachel é atualizado com uma fotografia turva da cabeça de um homem, um nome de usuário e uma senha. O usuário e a senha liberam um vídeo escondido que mostra o que aconteceu imediatamente antes da última postagem.

21 de Julho: O blog de Rachel revela que ela viajou para o Sri Lanka, afirmando que, por saber informações sigilosas, a situação ficou perigosa para ela e para outras pessoas que possuem evidências. Ela afirma que teria que recorrer a medidas desesperadas, que seriam reveladas nos próximos dias.

ATO 3: HansoExposed.com e a caçada aos glifos.

22 de Julho: No evento da *ComicCon* em *San Diego*, nos Estados Unidos, Rachel Blake interrompe o painel de discussão sobre *Lost* para acusar os produtores Carlton Cuse e Damon Lindelof como apoiadores da Fundação Hanson. Quando os produtores afirmam que se trata de uma organização ficcional, Blake reafirma a existência da organização e pede à plateia que visitem o endereço *hansoexposed.com*. Ela então é retirada de maneira forçada do auditório.

24 de Julho: O blog de Rachel posta uma imagem de um hieróglifo e um código para acesso em *hansoexposed.com*. De 24 de julho à 8 de setembro, um total de setenta códigos, ou “hieróglifos”, foram descobertos em inúmeros *websites* e em locais físicos ao redor do mundo. Cada *clip* desbloqueado pelos códigos correspondia a um fragmento de um vídeo gravado por Rachel. *Thf.org* é atualizado com uma nova propaganda estrelada por Mittlewerk.

07 de Agosto: Uma série de fotos reproduzindo um bilhete, rasgado em vários pedaços, é postado na Flickr pela usuário “lehcarekalb” (um anagrama de Rachel Blake).

11 de Agosto: DJ Dan transmite uma programa ao vivo de duração de duas horas, com a participação do público por telefone (ao contrário dos outros programas, que apresentavam participações encenadas).

08 de Setembro: O último hieróglifo é descoberto, permitindo que os visitantes de *hansonexposed.com* completem os pedaços do vídeo de Rachel Blake, que foi rapidamente postado no youtube.

09 – 14 Setembro: Durante o período entre 9 de setembro e 14 de setembro, vários códigos e imagens ocultas foram lançadas nos blogs oficiais do ARG: *Speaker*, *Lost Ninja*, *Other Girl*, e Rachel Blake.

ATO 4: WhereIsAlvar.com e as Barras de Chocolate Apollo.

8 de Agosto: *ApolloCandy.com* é lançado, apresentando-se como o site promocional de “fornecedor privado de Alvar Hanson e suas muitas companhias”. O site aparenta ser uma promoção em parceria com a Jeep.

24 de Agosto: A partir dessa data, 1142 barras de chocolate “Apollo” foram gratuitamente distribuídas em lojas na Inglaterra e nos Estados Unidos. Desse número, 78 delas foram marcadas como sendo “oráculos de ouro”, com papéis dourados dentro. Os jogadores que receberam as barras premiadas foram orientados a enviar fotos pessoais, segurando a barra, para serem postadas no endereço www.wherisalvar.com. No endereço, Rachel Blake afirmou que novas instruções seriam dadas em breve.

18 de Setembro: Blake enviou um email para todos os registrados em *wherisalvar.com* instruindo-os a visitar o site. As 78 fotos foram rearranjadas para formar a palavra UNITE. O site instruiu então os visitantes a escutar o último *podcast* ao vivo de Dan. O DJ instrui os espectadores a visitar *wherisalvar.com*. Lá encontrariam uma dica sobre o “convidado especial” de seu último *podcast*.

ATO 5: Réplica

24 de Setembro: DJ Dan é o âncora pela última vez de seu *podcast*, terminando o jogo. A transmissão final de duas horas é encerrada com uma entrevista com Rachel Blake. Ela direciona os ouvintes para *www.abc.com*, onde um vídeo final dela foi mostrado. O vídeo a mostra no Sri Lanka, e seu encontro com um homem de cabelos grisalhos, Alvar Hanso.

26 de Setembro: *thf.org* foi atualizado com uma carta de Alvar Hanso, afirmando que tentaria reconstruir a Fundação e salvar a reputação dela. Ao clicar na palavra “humanidade” do terceiro parágrafo era revelada uma transmissão de um vídeo escondido do Doutor Mittelwerk, que declara que continuará seu trabalho.