

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

**NOVAS NARRATIVAS PARA MULTIPLATAFORMAS: UM
ESTUDO SOBRE JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA**

Gabriel Costa Correia

São Carlos

2014

**NOVAS NARRATIVAS PARA MULTIPLATAFORMAS: UM ESTUDO SOBRE
JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA**

Gabriel Costa Correia

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

2014

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

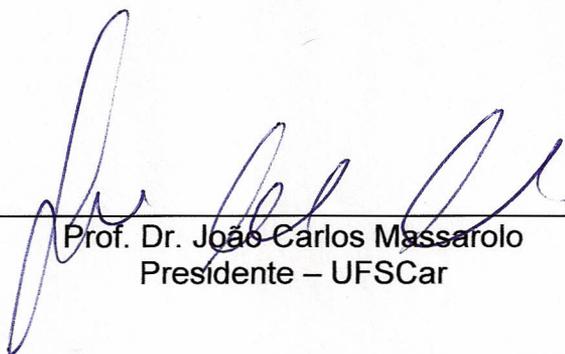
C824nn Correia, Gabriel Costa.
Novas narrativas para multiplataformas : um estudo sobre
jogos de realidade alternada / Gabriel Costa Correia. -- São
Carlos : UFSCar, 2014.
109 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São
Carlos, 2013.

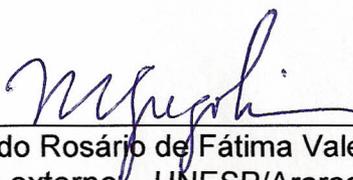
1. Cinema. 2. Jogos por computador. 3. Transmídia. 4.
Narrativa transmidiática. 5. Transtextualidade. I. Título.

CDD: 791.43 (20ª)

**BANCA EXAMINADORA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE
GABRIEL COSTA CORREIA**



Prof. Dr. João Carlos Massarolo
Presidente – UFSCar



Profa. Dra. Maria do Rosário de Fátima Valencise Gregolin
Membro externo – UNESP/Araraquara



Prof. Dr. Arthur Autran Franco de Sá Neto
Membro interno – UFSCar

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES – pelo apoio financeiro que viabilizou o desenvolvimento desta pesquisa.

A João Carlos Massarolo, meu orientador, pelos anos de convivência permeados por amizade, respeito, desafios, monitorias e conhecimento compartilhado. Parceria iniciada ainda nos anos de graduação e consolidada pelos três anos de mestrado de intensa pesquisa e muitos projetos com o Grupo de Estudos em Mídias Interativas em Imagem e Som – GEMInIS.

Aos membros da banca de qualificação prof. Dr. Arthur Autran e prof. Dra. Gladis Maria de Barcellos Almeida, pelas críticas e comentários que contribuíram para a forma final da pesquisa; e aos membros da banca examinadora, prof. Dra. Maria do Rosário de Fátima Valencise Gregolin e prof. Dr. Arthur Autran, por terem aceitado o convite de participar da avaliação deste trabalho.

Aos professores do programa, em especial aos que ministraram as disciplinas que cursei, prof. Dr. Arthur Autran, prof. Dr. Samuel Paiva e prof. Dr. Alessandro Gammo pela reflexão que tais disciplinas motivaram; e ao prof. Dr. Leonardo Andrade pelo semestre de monitoria em suas disciplinas na graduação. A secretaria do Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som, em especial ao funcionário Felipe Rossit pela ajuda e paciência com os trâmites burocráticos institucionais.

Aos membros e amigos do GEMInIS, Francisco Trento, Dario Mesquita, André Emílio, Analú Bernasconi, Maíra Gregolin, Glauco Madeira, Pedro Dolosic e tantos outros pela troca de experiências, conhecimento, pelo trabalho em equipe, pelas piadas com e sem graça, enfim, por tudo que direta ou indiretamente ajudou a solidificar as reflexões aqui materializadas.

Aos amigos que aqui descobri durante esse tempo, em especial a Luís Yasuoka, Filipe Brito, Marco Freitas, Isabella Bellinger, Júlio Bazanini, Patrícia e toda a turma do

Piauí, turma do Jota e tantos outros que contribuíram para o satisfatório desempenho da máquina.

A meus pais e irmã, Severino, Clarice e Maria Clara por existirem e possuírem a incrível habilidade de inventar a tranquilidade. A minha esposa Marina por ter tornado tudo melhor e possível em minha vida. E para Cecília por indicar uma nova direção que valha a pena seguir feliz e sempre.

RESUMO

O principal objetivo da presente dissertação é apresentar o ARG (*Alternate Reality Game*) como uma nova narrativa para multiplataformas. Por nova narrativa, entendem-se as formas de contar histórias decorrentes do desenvolvimento atual da tecnologia digital; e por multiplataforma os variados meios através dos quais os conteúdos dessas histórias podem trafegar. Para que esse objetivo principal seja atingido, duas hipóteses principais serão formuladas: 1) os ARGs são narrativas para múltiplas plataformas que utilizam a quebra de código com função lúdica e narrativa; e 2) são desenvolvidos a partir de uma intensa transtextualidade pautada pela mitologia pop que floresceu durante o século XX. Partindo desse ponto de partida, esta dissertação analisará dois ARGs, *Zona Incerta* e *Why So Serious?*, de modo a apresentar as características que corroboram a hipótese de que os Jogos de Realidade Alternada são uma forma narrativa nativa da cultura de convergência fundamentada sobre uma extensa base de referências à cultura pop. No capítulo dedicado ao *Zona Incerta* serão elencadas as diversas mídias utilizadas durante a realização do ARG, que em conjunto com entrevistas com os realizadores e depoimentos de participantes tecerão um panorama mais descritivo de como os Jogos de Realidade Alternada se compõem enquanto narrativas multiplataformas. Além disso, uma breve discussão sobre o caráter lúdico e narrativo da quebra de código nos ARGs será esboçada. Já com *Why So Serious?* as análises irão se focar na intensa transtextualidade que os Jogos de Realidade Alternada estabelecem com aquilo que nesta dissertação será chamada de mitologia pop e nas relações que os objetos mantêm com o mercado. Incidentalmente questões relacionadas à cultura participativa serão levantadas por todo o texto, porém sem um maior aprofundamento, uma vez que, vale reiterar, o objetivo principal desta dissertação será a demonstração de uma forma narrativa contemporânea a partir de alguns elementos previamente apresentados, essa forma são os Jogos de Realidade Alternada.

Palavras-chave: jogo de realidade alternada; multiplataforma; novas narrativas; transtextualidade; mitologia pop; zona incerta; why so serious?; batman

ABSTRACT

The main goal of this dissertation is to introduce the alternate reality game as a new narrative for multiplatform. By new narratives are understood the forms of storytelling arising from the current development of digital technology; and for multiplatform the variety of means by which the contents of these stories can travel. For this main objective is reached, two main hypotheses are formulated: 1) ARGs are stories for multiple platforms using code-breaking with playful and narrative functions; and 2) they are developed from an intense transtextuality guided by pop mythology that flourished during the twentieth century. Based on this starting point, this thesis will examine two ARGs, *Uncertain Zone* and *Why So Serious?*, in a way that it contributes to the hypothesis that Alternate Reality Games are a native narrative form of convergence culture founded on an extensive base of pop culture references. In the chapter dedicated to *Uncertain Zone* will be listed the various media used during the performance of the ARG, that together with interviews with the developers and testimonials from participants will weave a more descriptive overview of how alternate reality games are composed as multiplatform narratives. In addition, a brief discussion on the playful and narrative functions of the code-breaking in ARGs will be outlined. With *Why So Serious?* the analysis will focus on the intense transtextuality that alternate reality games establish to what will be called pop mythology in this dissertation and in the relationship between ARGs and market. Incidentally issues related to participatory culture will be raised throughout the text, but without further reflection, since, worth reiterating, the main goal of this thesis is the demonstration of a contemporary narrative form from some elements previously submitted, this form is the alternate reality game.

Keywords: alternate reality game; multiplatform; new narratives; transtextuality; pop mythology; uncertain zone; why so serious?; batman

LISTA DE ABREVIATURAS

ARG – Alternate Reality Game

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

VUP – Viewer/User/Player

ZI – Zona Incerta

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1.....	57
Figura 2.....	67
Figura 3.....	73
Figura 4.....	78
Figura 5.....	79
Figura 6.....	81
Figura 7.....	82
Figura 8.....	83
Figura 9.....	97
Figura 10.....	99

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO 1 - JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA: UMA FORMA NARRATIVA.....	15
1.1 ALGUNS CONCEITOS CHAVE: NARRATIVA.....	17
1.2 ARGS E NARRATIVA TRANSMÍDIA.....	20
1.3 NOVAS NARRATIVAS.....	23
1.4 THE BEAST E O NASCIMENTO DE UMA NOVA NARRATIVA.....	25
1.5 JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA: PRIMEIROS CONCEITOS.....	28
1.6 NEOBARROCO E MITOLOGIA POP.....	35
1.6.1 COMPLEXIDADE: CONVERGÊNCIA E ENIGMA.....	36
1.6.2 REPETIÇÃO.....	37
1.6.3 DESORDEM E CAOS.....	38
1.6.4 EXCESSO OU A DIMENSÃO ÉPICA	39
1.7 MITOLOGIA POP.....	40
1.8 TRANSTEXTUALIDADE.....	41
1.9 ARGS INTRA-COMPOSICIONAIS E INTER-COMPOSICIONAIS	47
1.10 COMPLEXIDADE DE FORMA X COMPLEXIDADE CONTEÚDO.....	49
CAPÍTULO 2 – ZONA INCERTA E A QUEBRA DE CÓDIGO COM FUNÇÃO NARRATIVA.....	51
2.1 ZONA INCERTA.....	52
2.2 O PRIMEIRO GRANDE ARG BRASILEIRO.....	52
2.3 DESMEMBRANDO O ZONA INCERTA.....	55
2.3.1 ARKHOS BIOTECH E A VENDA DA AMAZÔNIA (VÍDEO).....	56
2.3.2 TELEFONIA FIXA E MÓVEL.....	58
2.3.3 INTERNET	59
2.3.3.1 WEBSITES.....	59
2.3.3.2 FÓRUNS E CONTAS DE EMAIL.....	62
2.3.4 MÍDIAS IMPRESSAS.....	63
2.3.5 LIVES	64
2.3.6 REPERCUSSÃO (CASO DO SENADOR VIRGÍLIO).....	65

2.4 REAGRUPANDO O ZONA INCERTA.....	67
2.5 ZONA INCERTA E SEUS CONGÊNERES	70
2.6 A QUEBRA DE CÓDIGO COM FUNÇÃO NARRATIVA.....	72
CAPÍTULO 3 – WHY SO SERIOUS?: TRANSTEXTUALIDADE E MERCADO.....	74
3.1 ESPECTADORES, USUÁRIOS, JOGADORES: VUPS.....	74
3.2 CRONOLOGIA DE WHY SO SERIOUS?.....	76
3.3 TEXTOS SELECIONADOS EM THE DARK KNIGHT.....	80
3.3.1 O CAVALEIRO DAS TREVAS	80
3.3.2 O LONGO DIA DAS BRUXAS.....	82
3.3.3 A PIADA MORTAL.....	83
3.4 BATMAN ENTRE TEXTOS.....	84
3.5 BATMAN: SIGNO DA CONVERGÊNCIA.....	87
3.6 BATMAN, DOS QUADRINHOS AO ARG: AQUISIÇÕES, FUSÕES E O CONGLOMERADO DE MÍDIA.....	87
3.7 WHY SO SERIOUS? E MERCADO.....	89
3.8 DILUIÇÃO DA COMPLEXIDADE OPERACIONAL E ESTRUTURAL DOS ARGS.....	92
3.9 ARGS COMO EMBLEMAS ALEGÓRICOS.....	93
3.10 O ESTADO ATUAL DOS JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA.....	96
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	100
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	104
FILMES.....	107
ARGs.....	108
QUADRINHOS.....	109

INTRODUÇÃO

O ARG, sigla para *alternate reality game*, ou Jogo de Realidade Alternada, surgiu no ano de 2001 como uma campanha de marketing alternativa para o filme de Steven Spielberg, A.I. *Inteligência Artificial (Artificial Intelligence: AI)*. Desenvolvido pela equipe que a princípio havia sido destacada para trabalhar no jogo eletrônico que seria lançado simultaneamente ao filme, numa prática comum quando se trata de *blockbusters*¹, o primeiro ARG surgiu como uma alternativa a um enredo de difícil adaptação para uma plataforma dinâmica e muito focada na ação quase ininterrupta como a dos videogames. Já então, no ARG que ficou conhecido como *The Beast*, as principais características dos jogos de realidade alternada estavam presentes: fragmentação e dispersão da história por sites e outros artefatos diegéticos; forte apelo à cultura participativa; utilização do espaço enciclopédico da internet e de suas ferramentas para auto-organização dos participantes; intensa transtextualidade baseada naquilo que aqui será denominada como mitologia contemporânea da cultura pop; e a alternância entre o mundo da história contada e o mundo cotidiano dos participantes, gerando aquilo que se convencionou chamar de quebra do círculo mágico do jogo ou simplesmente, imersão.

O ARG é uma nova narrativa para multiplataformas. Nova Narrativa por se encaixar na definição desse conceito, proposta no prefácio do livro *New Narratives: Stories and Storytelling in the Digital Age* (2011), coletânea de textos organizada por Bronwen Thomas e Ruth Page; também por ter surgido no início do século XXI; e ainda mais por ter como plataforma base, ou mídia principal, a internet. É uma narrativa para multiplataformas porque assim se estrutura e essa é sua marca de nascença. Os ARGs nascem da intensa transtextualidade que as histórias contadas através do jogo de convergência entre novas e velhas mídias exercitam ao mergulharem na mitologia pop que se sedimentou e floresceu durante o século XX. Mitologia essa já a princípio multiplataforma, uma vez que não distingue as formas que os conteúdos apresentam quando consumidos. Nessa mitologia cinema e literatura fantástica, histórias em quadrinhos e séries televisivas, e tudo o mais que

1

surgir enquanto plataforma de conteúdo são consumidos com o mesmo entusiasmo por uma crescente gama de nichos de consumo que se segmentam dentro de um contexto mais amplo de aglutinação. Se no âmbito individual os nichos ganham mais e mais importância, principalmente após mudanças significativas nos processos de distribuição de produtos e conteúdos iniciados em meados dos anos 90 (ANDERSON, 2006), é igualmente inegável que o guarda-chuva que se tornou a cultura pop tenha adquirido proporções gigantescas, aglutinando nichos de interesses variados que se relacionam de alguma forma a algum segmento dentro da mitologia que ela produz.

Assim, cria-se um cenário propício para o surgimento dos ARGs: de um lado uma história duplamente dispersa e fragmentada, em sua forma, constituindo-se de pequenos textos, imagens, vídeos e artefatos diegéticos que se encontram dispersos por diversos espaços na internet, e em seu conteúdo, uma miríade de citações, homenagens, adaptações de variadas histórias já conhecidas pelo público que consome a cultura pop em filmes, seriados, videogames, etc; e de outro um público especializado ansioso por aplicar suas expertises excedentes em alguma atividade que seja ao mesmo tempo prazerosa e instigante, desafiadora, jogadores que desejam aplicar seus saberes colaborativamente em um ambiente circunstancial que alterna entre mundo da história e suas realidades cotidianas, mesclando-os parcialmente durante o tempo em que o ARG acontece.

Os ARGs podem ser pensados como uma grande brincadeira de faz de conta na qual vários interessados se articulam em um grupo de participantes que irão tomar parte no jogo como os responsáveis por realizar as tarefas, decifrar os enigmas e solucionar o desafio final (seja ele encontrar um artefato, libertar um personagem ou simplesmente chegar a um determinado local) idealizado pelos realizadores do ARG. O que o diferencia de qualquer outra brincadeira ou jogo que possa ser realizado nesses moldes é o mistério por trás de um acordo tácito entre as partes, participantes e realizadores, que rege a experiência de modo a torná-la a mais imersiva possível e o próprio contexto de convergência na qual ela se insere. Ou seja, a forma da narrativa é o que importa.

No intuito de explorar os Jogos de Realidade Alternada, a presente dissertação irá se estruturar em quatro capítulos: O primeiro, intitulado Jogos de Realidade Alternada: Uma forma Narrativa, irá se focar na fundamentação teórica aqui utilizada. Conceitos como narrativa, narrativa transmídia, storytelling, neobarroco, mitologia e transtextualidade serão

explorados de modo a fornecer as bases conceituais necessárias para que os objetos aqui analisados sejam explorados. Também serão apresentadas as abordagens conceituais utilizadas até o presente momento na análise de ARGs.

No segundo capítulo, Zona Incerta e a Quebra de Código com Função Narrativa, o primeiro de dois objetos será analisado. O ARG brasileiro Zona Incerta será investigado naquilo que o constitui enquanto uma forma narrativa multiplataforma e a hipótese de quebra de código com função narrativa será colocada em questão. Why So Serious?: Transtextualidade e Mercado é o nome do terceiro capítulo que investiga as relações entre ARGs e mercado, além de relacionar o conceito de transtextualidade às formas narrativas multiplataformas, tomando como ponto de partida o Jogo de Realidade Alternada Why So Serious?. O quarto e último capítulo são as considerações finais quando será realizada uma breve retrospectiva das análises aqui apresentadas e uma última reflexão sobre a natureza dos ARGs e sua condição atual.

O interesse pelo objeto surgiu durante o segundo semestre de 2010 quando o então aluno bolsista de iniciação científica que aqui escreve esta dissertação tentou, em conjunto com uma reduzida equipe, realizar um ARG que fosse uma extensão narrativa do curta-metragem *O Diabo Por Dentro*, realizado como trabalho de conclusão do curso de Imagem e Som na Universidade Federal de São Carlos. Com a parca fundamentação teórica à época, advinda das pesquisas iniciadas sob orientação do Prof Dr. João Massarolo, o esboço inicial do ARG foi desenvolvido, assim como um roteiro parcial de como a narrativa iria se desenvolver em paralelo com os puzzles que seriam desenvolvidos.

O ARG foi ao ar no início de Setembro de 2010 através de um vídeo disseminado de maneira viral em grupos de emails e comunidades em sites de relacionamentos. As mídias que seriam utilizadas, além do filme que seria a mídia alvo para onde o final do ARG apontaria, seriam principalmente a internet, pela facilidade de desenvolvimento e custo-benefício, o vídeo, pela familiaridade de manuseio que o grupo possuía e conhecimento na área, e as mídias impressas, que seriam cartazes e demais material impresso que acabaram não sendo produzidos. O enredo girava em torno de uma organização chamada Casa Vida que aparentemente não possuía fins lucrativos e empreendia um modelo de reestruturação familiar. Tal instituição e seu principal diretor, Dr. Kebos, seriam os principais antagonistas da história. Do outro lado estariam os participantes que, auxiliando e contando com o auxílio do

personagem Sindicalista Tonum, tentariam desvendar as verdadeiras intenções e a tétrica verdade escondida por trás de tal instituição.

O vídeo introdutório funcionou bem e um pequeno grupo de interessados começou a demonstrar curiosidade e interesse crescentes no que estaria por vir. Em menos de um dia o vídeo já havia tido mais de cem acessos e os sites envolvidos mostravam um público constante acompanhando cada atualização. Entretanto, as atribuições dos membros da equipe impediram que todos pudessem participar de maneira adequada no projeto e o número de atualização diminuiu consideravelmente, o que, somado a quase que ausência de novos desafios e puzzles, arrefeceu o ânimo dos participantes, que passaram a visitar cada vez menos os sites, até que o projeto foi deixado de lado, pela inviabilidade do desenvolvimento por uma única pessoa no modelo que havia sido proposto. Assim, a principal estratégia desse ARG, que seria a utilização de uma série de contas de emails funcionando como cavernas que se interligassem a serem exploradas pelos participantes e cujos usuários e senhas seriam conseguidos pelos mesmos quando da resolução de diversos enigmas, acabou não sendo colocada em prática.

Para o projeto foram desenvolvidos três blogs de personagens, o do Sindicalista Tonum, do Dr. Kebos, da personagem Maria, elo entre ARG e filme, e o website da organização fictícia Casa Vida. Além de dois vídeos e dois documentos de texto fruto da investigação do personagem Sindicalista Tonum. Daquela época em diante, a pesquisa sobre os ARGs adquiriu outra dimensão com a entrada no mestrado, vários caminhos de análise foram esboçados e abandonados até que se chegasse ao que se encontra nesta dissertação. O referencial teórico cresceu em tamanho e qualidade, as atividades desempenhadas com o Grupo GEMInIS contribuíram para que o olhar sobre o objeto fosse refinado e pouco a pouco o caminho a ser explorado foi ficando claro.

A principal hipótese aqui defendida é a de que os Jogos de Realidade Alternada são formas narrativas fundamentadas sobre dois pontos básicos: 1) os ARGs são narrativas para múltiplas plataformas que utilizam a quebra de código com função lúdica e narrativa; e 2) são desenvolvidos a partir de uma intensa transtextualidade pautada pela mitologia pop que floresceu durante o século XX. Dito isso, faz-se a ressalva de que a reflexão a seguir não pretende encerrar nenhuma discussão sobre o tema, mas, pelo contrário, espera revelar novos horizontes para que mais perguntas sejam formuladas.

CAPÍTULO 1 - JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA: UMA FORMA NARRATIVA

Investigar qual papel os ARGs exercem no jogo contemporâneo que se estabelece entre cultura *mainstream* e cultura de nicho, evidenciando aquilo que o teórico Henry Jenkins chama de cultura da convergência, configura-se um objetivo útil dentro dos estudos sobre convergência midiática e novas mídias. Traçar uma trajetória que leve a uma maior compreensão sobre a natureza do objeto, faz-se então absolutamente necessário e, para isso, os elementos constitutivos dos Jogos de Realidade Alternada precisam ser cuidadosamente analisados a fim de se evitar generalizações equivocadas e constatações descontextualizadas. Os Jogos de Realidade Alternada surgiram no início do século XXI, no ano de 2001, numa experiência narrativa que mesclava mecânica de jogo e exploração de um vasto universo ficcional disperso por centenas de *websites* que antecipavam o lançamento do filme *A.I. - Inteligência Artificial (Artificial Intelligence: A.I., 2001)* de Steven Spielberg. Desde então foram utilizados como parte de milionárias campanhas publicitárias de longas-metragens, como em *Why So Serious?*, ARG que antecedeu o lançamento do filme *Batman: O Cavaleiro das Trevas (The Dark Knight, 2008)*; como experiências de fidelização de alguma marca com seu público-alvo, como foi o caso do *Guaraná Antarctica* no ARG Zona Incerta; e também em iniciativas independentes sem o aporte financeiro de nenhum conglomerado de mídia ou qualquer outro tipo de empresa, geralmente abrangendo um número de participantes pequeno, menor duração e realizado por desenvolvedores de jogos e roteiristas de forma quase artesanal, como o australiano *Snow Town*, criado pelo *game designer* Jan Libby em 2011. A presente dissertação irá se debruçar sobre os dois primeiros tipos, visto que a reflexão aqui pretendida não poderia existir sem que fosse ao menos dimensionada a relação dos ARGs com o mercado.

Boa parte das tentativas de conceituação dos ARGs foi desenvolvida pouco tempo após a realização do primeiro Jogo de Realidade Alternada em meados de 2001. Tais definições, mais do que esclarecer, findavam por materializar mais dúvidas sobre a natureza do objeto, desde então notadamente fugidia. Depois, com a gradual diminuição de investimentos em ARGs de grande porte e, conseqüentemente, de interesse por parte de pesquisadores (profissionais ou não) no objeto, as discussões conceituais sobre os ARGs diminuíram e, por fim, quase cessaram por completo, transformando os Jogos de Realidade Alternada num curioso enigma a ser decifrado. Uma espécie de esfinge contemporânea que

existiu durante um curto período de tempo, embaralhou conceitos e intrigou um grande número de pessoas para logo em seguida devorá-las, ou melhor, devorar a si mesma e deixar em seu lugar apenas imagens codificadas de suas pegadas. Assim, é absolutamente natural que um objeto tão complexo como esse ainda não esteja maduro no que tange a uma conceituação que contemple suas diversas facetas.

Tais conceitos, que serão apresentados a seguir, utilizam basicamente dois tipos de abordagens: na primeira, os Jogos de Realidade Alternada são encarados como um tipo específico de narrativa transmídia, conceito que será mais explorado ainda neste capítulo, que em linhas gerais pode ser definida como “um processo onde elementos integrais de uma ficção são dispersos sistematicamente por múltiplos canais com o propósito de criar uma experiência unificada e coordenada de entretenimento.” (JENKINS, 2011²); na segunda abordagem, os ARGs são entendidos como jogos, tendo seus elementos constitutivos analisados sob esse prisma por autores da vertente ludologista como Jane McGonigal e Markus Montola. O que leva a uma discussão anterior na qual ludologistas e narratologistas discutem a natureza dos jogos eletrônicos.

Ambas as abordagens lograram sucesso em apresentar duas facetas diversas, porém relacionáveis, dos ARGs, ajudando na composição do quadro analítico atual do objeto. Entretanto, é interessante notar que a um aspecto fundamental da questão não foi dada a devida atenção até agora. Que os Jogos de Realidade Alternada são objetos narrativos – formas de contar histórias – nenhum dos conceitos nega, como será mostrado a seguir. Posto isso, pode-se questionar então que tipo de estrutura narrativa existe por trás deles? Serão os ARGs apenas uma forma específica de narrativa transmídia, jogos que contam histórias como um elemento adicional na criação de uma experiência lúdica que penetra no cotidiano de seus participantes, ou há algo que ajude a situá-los como uma nova forma narrativa? Uma que reúne sim elementos de jogo, como o foco na interação com os participantes e a lógica de estímulo e recompensa, o que, em grande parte, ajuda a proporcionar uma experiência imersiva aos participantes. Mas, sobretudo, uma forma narrativa que se materializa através das múltiplas mídias, reunindo elementos oriundos de outras formas narrativas clássicas como literatura, cinema e TV, sintetizadas através de um processo intenso de transtextualidade e de

2

uma conexão direta com um novo tipo de mitologia, a mitologia pop, dentro do contexto da cultura da convergência, pautada pela cultura de fãs e pelo rearranjo na forma como se dá o consumo de cultura e entretenimento.

1.1 ALGUNS CONCEITOS CHAVE: NARRATIVA

Dentre os conceitos que serão abordados nesta dissertação talvez nenhum seja mais conhecido, estudado, revolvido, refutado e adotado do que o de narrativa. Apesar de possuir na narratologia uma área de reflexão voltada totalmente para si, o termo narrativa costuma navegar entre as áreas do conhecimento tornando comum a utilização do conceito, sob diversos prismas e abordagens, por teóricos de vertentes como cinema, teoria dos jogos e ciências sociais. Logo, faz-se necessário que uma pergunta seja respondida antes que as análises sejam de fato realizadas: Afinal, a qual narrativa o presente texto estará se referindo a partir de agora? Considerando-se ainda que particularmente nos estudos sobre convergência e novas mídias o termo adquire uma problematicidade adicional advinda de apropriações descuidadas do termo *storytelling* do idioma inglês.

Na presente dissertação o conceito de narrativa utilizado terá como ponto de partida a definição apresentada no livro *Dicionário de Teoria Narrativa* de Carlos Reis e Ana Cristina M. Lopes. Narrativa não como gênero textual, mas como um modo de expressão dissociado de um suporte específico, de uma mídia única, uma vez que:

[...] a narrativa não se concretiza apenas no plano da realização estética própria dos textos narrativos literários; ao contrário, por exemplo, do que ocorre com a lírica, a narrativa desencadeia-se com frequência e encontra-se em diversas situações funcionais e contextos comunicacionais (narrativa de imprensa, historiografia, relatórios, anedotas etc.), do mesmo modo que se resolve em suportes expressivos diversos, do verbal ao icônico, passando por modalidades mistas verbo-icônicas (histórias em quadrinhos, cinema, narrativa literária etc.) (LOPES, REIS. 1988, p. 66)

A expressão “suportes expressivos diversos” abre o caminho para que o formato através do qual a narrativa se desenvolve não seja uma barreira conceitual que impeça que

objetos que transitam entre esses suportes sejam considerados narrativos. Também serve de motivo para que seja feita uma rápida consideração sobre outros termos específicos que podem vir a gerar dúvidas durante a leitura deste texto. Os termos suporte, mídia e plataforma serão, a partir de agora, encarados como sinônimos por representarem as dimensões físicas e abstratas de fenômenos comunicacionais similares de acordo com um pensamento corrente nos estudos dessa área. Mídia, a despeito de sua grande gama de significações, será aqui utilizada como sinônimo de meios de comunicação, que por sua vez podem ser definidos como “estruturas de comunicação realizadas socialmente, em que estruturas incluem tanto formas tecnológicas quanto seus protocolos concomitantes, e em que a comunicação é uma prática cultural” (JENKINS apud GITELMAN, 2006, p. 383). O termo plataforma, de conceituação mais aberta ainda que mídia, é mencionado na *Enciclopédia Intercom de Comunicação: Volume 1 – Conceitos* em diversos verbetes dentre os quais dois especificamente trazem uma melhor definição sobre como o termo é apropriado pelos estudos de comunicação. Sobre conteúdos digitais, tem-se:

Assim são chamados os formatos e serviços audiovisuais produzidos a partir do uso de tecnologias digitais para exibição em diferentes **plataformas** digitais, como a televisão, o cinema ou o rádio digital, os computadores mediados por internet, os celulares e os videogames em rede. (CASTRO, 2010, p. 327)

A definição do termo, esboçada no verbete anterior, é cristalizada no verbete dedicado ao suporte digital, quanto se define:

Suporte Digital. Também chamado de plataforma digital. Meio físico que armazena informações de lógica binária (bits). Bits são unidades lógicas binárias discretas que precisam de suportes físicos (computadores, celulares, TV digital) para existir. [...] Entre esses suportes físicos é possível citar os cartões de papel perfurado, substrato magnético, superfícies opticamente refletoras/opacas (como CDs e DVDs) ou memórias Flash, condensadores elétricos (como em memória RAM de computadores). Todos estes meios físicos que armazenam informações em lógica binária podem ser considerados suportes digitais. (MEIRA, 2010, p. 1140)

Dadas as definições apresentadas se estabelece um paralelo e uma cisão entre os conceitos. Mídia poderia ser entendida como a dimensão abstrata de uma tecnologia qualquer materializada num suporte físico, que seria a plataforma referenciada na definição de suporte digital. Entretanto o uso corrente dos termos como sinônimos, encontrado tanto na utilização do termo plataforma na definição de conteúdos digitais quanto na abertura da definição de mídia utilizada por Jenkins, abre caminho para que tanto plataforma, quanto mídia e suporte sejam encarados como sinônimos nesta dissertação. Numa dimensão abstrata, como pode ser inferido a partir dos conceitos apresentados, tanto mídia quanto plataforma podem ser utilizados para descrever não só um suporte ou tecnologia no sentido estritamente técnico, mas também o que eles possuem de potencial comunicacional. Assim, mídia e plataformas tornam-se sinônimos uma vez que cada vez se percebe menos a dimensão puramente tecnológica ou técnica desses suportes, inseridos que estão no cotidiano de seus usuários. Como exemplo pode-se pensar num filme realizado em circuito comercial que até determinado período histórico recente podia ser facilmente associado a um formato específico, fosse ele a película cinematográfica, o vhs ou o dvd; e hoje, dada a sua potencialidade comunicacional que extrapola os suportes convencionais, existe em sua forma abstrata (e poderia ser descrito abstratamente como “imagens em movimento com banda sonora”), visto que o suporte não mais pode ser utilizado como parâmetro para definir essa mídia, essa plataforma.

Voltando à narrativa, outra reflexão que pode ser derivada da citação acima é a relativa à comunicação oral. Se o suporte não será considerado um limitador conceitual para que um objeto seja considerado narrativo, logo a comunicação oral também será incluída nesse escopo. O que leva ao contar histórias, prática comum na disseminação de costumes e tradições de povos antigos através das narrativas míticas transmitidas oralmente, e também a tradução mais próxima do termo *storytelling* da língua inglesa. Tal termo é difundido no Brasil, no original em inglês, para descrever uma estratégia de mercado que consiste em trabalhar uma determinada marca por um viés narrativo, desenvolvendo uma história que a aproxime do público que a empresa detentora de tal marca procura atingir.

Entretanto, o *storytelling* também foi utilizado pelo teórico norte-americano Henry Jenkins (2006) para cunhar o conceito *transmedia storytelling* que designa uma forma de contar histórias através de várias mídias, traduzida no Brasil como narrativa transmídia.

Assim, corria-se o risco de que se instaurasse uma confusão semântica que associasse o termo *storytelling* a práticas de mercado exclusivas a áreas como publicidade e marketing, deixando de lado muitas complexas experiências de entretenimento atuais. No intuito de desfazer essa confusão de termos, João Massarolo em seu artigo *Estratégias Contemporâneas de Storytelling: Televisão, Marketing e Produção Transmídia*, “no prelo”, retoma o conceito de *storytelling* colocando-o como um nó numa rede de práticas que conectam do marketing à produção televisiva de qualidade, passando pela produção transmídia, onde dispersão textual, cultura participativa e serialidade são exemplos de estratégias de *storytelling* que não só atendem a demandas de empresas de marketing, como também proporcionam a imersão em realidade ficcionais complexas (MASSAROLO, “no prelo”).

Logo, a narrativa sobre a qual este texto trata pode ser também entendida como o *storytelling* dos países de língua inglesa e o defendido por João Massarolo, o antigo e conhecido ato de contar histórias, quaisquer que sejam elas, de quaisquer maneiras e por quaisquer meios que sejam contadas. Assim, a importância dos Jogos de Realidade Alternada enquanto forma de contar histórias será o foco a partir de agora e todas as reflexões serão pautadas por esse princípio.

1.2 ARGS E NARRATIVA TRANSMÍDIA

Observando um interessante fenômeno que atingia algumas narrativas na virada do século XX para o XXI, mais precisamente o esforço cognitivo que os fãs se dispunham a depreender para acompanhar todos os desdobramentos de uma história fragmentada e dispersa por várias mídias como na trilogia *Matrix*³ (Andy Wachowski, Lana Wachowski) Henry Jenkins enxergou uma via de mão dupla no consumo atual de entretenimento: de um lado fãs ávidos por mais de suas histórias preferidas, não medindo esforços para acompanhá-las, e a todos seus desdobramentos possíveis, e ansiosos por experienciá-las de maneiras cada vez mais próximas e intensas, o que o autor enxergou como a emergência de uma cultura participativa; e de outro histórias que não cabiam mais em apenas um suporte, assumindo

3

dimensões épicas ao desenvolverem-se em universos ficcionais extensos, complexos e expansíveis enquanto houvesse o interesse por parte dos fãs que justificasse sua manutenção por parte de seus criadores ou donos (no sentido legal da palavra, os conglomerados de mídia ou empresas que detivessem a propriedade intelectual desse universo ficcional), e ao conceito guia para essa prática, Jenkins deu o nome de narrativa transmídia.

A primeira definição de Jenkins para narrativa transmídia é a seguinte:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game ou vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. (JENKINS, 2006, p. 138)

O que, para o interesse aqui explicitado, gera a seguinte questão: seriam os Jogos de Realidade Alternada um tipo específico de Narrativa Transmídia? Para responder a essa pergunta, vale a retomada de um conceito preliminar desenvolvido durante a introdução desta dissertação. Os ARGs podem ser pensados como uma grande brincadeira de faz de conta na qual vários interessados se articulam em um grupo de participantes que irão tomar parte no jogo como os responsáveis por realizar as tarefas, decifrar os enigmas e solucionar o desafio final (seja ele encontrar um artefato, libertar um personagem ou simplesmente chegar a um determinado local) idealizado pelos realizadores do ARG. O que o diferencia de qualquer outra brincadeira ou jogo que possa ser realizado nesses moldes é o mistério por trás de um acordo tácito entre as partes, participantes e realizadores, que rege a experiência de modo a torná-la a mais imersiva possível e o próprio contexto de convergência na qual ela se insere. Ou seja, a forma da narrativa é o que importa. E essa forma traz alguns complicadores quando se tenta enquadrar os ARGs na definição de narrativa transmídia.

Um desses complicadores é a ideia dentro de uma concepção ideal de narrativa transmídia de que cada texto deve ser entendido por si só, sem depender dos que estão

relacionados a ele. Isso porque em Jogos de Realidade Alternada cada texto funciona como uma peça dentro de um quebra-cabeças que vai sendo montado pelos participantes. Assim, a compreensão do todo é o principal objetivo por parte dos participantes, além de um dos principais, senão o principal, motivadores para o exercício da cultura participativa. Também a compreensão adicional que na narrativa transmídia ideal seria um elemento que justificaria o trânsito entre os textos por parte da audiência não existiria como tal nos ARGs, visto que em Jogos de Realidade Alternada tal compreensão adicional seria resultante de um esforço coletivo no sentido de solucionar determinado código cifrado ou completar as etapas de algum evento presencial e viria na forma de novas hipóteses que levariam a narrativa à próxima trama.

Em 2011, Jenkins retoma sua definição de narrativa transmídia para atualizá-la⁴, acrescentando alguns pontos, dentre os quais se destacam as noções de intertextualidade radical e multimodalidade. Segundo Jenkins, a narrativa transmídia seria a junção dessas duas noções de modo a gerar compreensão adicional. Intertextualidade radical diz respeito às relações que os textos estabelecem entre si, referências, citações, traduções, etc. O que na presente dissertação será discutido através do conceito de transtextualidade de Gerard Genette. Já multimodalidade se trata de um termo cunhado por Gunther Kress e aplicado à narrativa transmídia por Christy Dena que trata das características inerentes a cada suporte (videogame, quadrinhos, livro) que afetam o modo como a narrativa é recebida pelo leitor, usuário, jogador (JENKINS, 2011).

Apesar do conceito de multimodalidade não ter um impacto tão grande nas reflexões que serão aqui apresentadas de agora em diante, tal atualização que Jenkins realiza ajuda a aproximar o conceito de narrativa transmídia das reflexões desta dissertação, uma vez que sinaliza com a utilização de um conceito que será de suma importância, o da transtextualidade.

4

Texto disponível no blog do autor no seguinte endereço

http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html

1.3 NOVAS NARRATIVAS

O termo novas narrativas utilizado aqui deriva de um conceito proposto pelos autores Bronwen Thomas e Ruth Page no prefácio do livro organizado pelos mesmos intitulado *New Narratives: Stories and Storytelling in the Digital Age*. Nessa obra, os organizadores reuniram um conjunto de textos que exploram os rumos do que em narratologia poderia estar enquadrado dentro de uma sub-área específica chamada por eles de novas narrativas. Segundo os organizadores:

O desenvolvimento atual da tecnologia digital tem exercido papel significativo na transformação da teoria e prática narrativa. Histórias que exploram a capacidade das mídias digitais (isto é, aquelas que dependem do computador para sua produção e veiculação) fornecem um novo campo sobre o qual as ferramentas de análise de narrativas podem ser testadas e refinadas.⁵ (PAGE, THOMAS. 2011, p. 1).

Para Page e Thomas o nascimento dessas novas narrativas está associado ao momento em que formas diferentes de contar histórias florescem entre meados da década de 80 e a década de 90 pautadas em sua maioria pela utilização de mídias eletrônicas contemporâneas ao período, sendo a mais comum a utilização de computadores pessoais e toda uma variada gama de softwares e hardwares que pudessem ser utilizados. Tais novas formas de contar histórias passaram então a ser objeto de análises diversas, transitando entre metodologias e áreas como narratologia, psicologia e computação, dentre tantas outras.

Tal definição, apesar de ser extremamente tecnicista e ignorar em grande parte o contexto no qual tais tecnologias se inserem, funciona como um guarda-chuva teórico que reúna embaixo de si um espectro variado de experiências narrativas baseadas em tecnologias computacionais. Porém restringe formas narrativas contemporâneas baseadas em múltiplas plataformas de mídias que não dependem exclusivamente de computador para sua produção e veiculação. No entanto, tomando o computador como um símbolo de uma cultura de

5

No original: “In recent years developments in digital technology have played a significant role in the transformation of narrative theory and practice. Stories that exploit the capacity of digital media (that is, those that necessitate the computer for their production and display) have provided vital new territory against which the tools of narrative analysis could be tested and refined”

convergência⁶ e não somente um equipamento com funcionalidades delimitadas (mesmo que essa limitação possa ser questionada atualmente com a constante penetração de dispositivos computacionais no cotidiano) tem-se um interessante ponto de partida para análise de Jogos de Realidade Alternada. Visto dessa maneira, experiências como ARGs ou quaisquer extensões narrativas que surjam de um universo de histórias que se expandem através de novos episódios por diversas mídias podem também ser considerados novas narrativas, ampliando-se assim o escopo de tal definição.

Assim, partindo do conceito de novas narrativas e o ampliando dentro de um contexto de convergência para analisar também as histórias que são contadas em múltiplas plataformas de mídia, tem-se que os ARGs podem também ser descritos como novas narrativas. A partir daí, o objetivo passa a ser encontrar quais os principais elementos que caracterizam essa nova narrativa, destacando-a das demais. No caso dos Jogos de Realidade Alternada a pesquisa até aqui apontou para dois pontos essenciais de sua constituição enquanto forma narrativa: os ARGs são narrativas para múltiplas plataformas que utilizam a quebra de código com função lúdica e narrativa; e são desenvolvidos a partir de uma intensa transtextualidade pautada pela mitologia pop que floresceu durante o século XX. Além de três pontos marginais que resumem as características que podem ou não ajudar a constituir os ARGs enquanto uma nova narrativa. São eles: Ausência de um manual com regras e informações metatextuais e paratextuais precisas; complexidade estrutural e narrativa demandando engajamento e colaboração por parte dos participantes; e penetração no cotidiano dos participantes.

Para uma melhor contextualização, tais pontos marginais serão apresentados a seguir a partir do exemplo do primeiro ARG realizado, *The Beast*, e de reflexões derivadas dos primeiros conceitos elaborados para os Jogos de Realidade Alternada.

6

“Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2006)”

1.4 *THE BEAST* E O NASCIMENTO DE UMA NOVA NARRATIVA

Por que os ARGs até o presente momento foram e são entendidos como um tipo específico de jogo ou de narrativa transmídia é uma pergunta cujas respostas estão enraizadas nos primeiros anos de século XXI. Boa parte dos conceitos elaborados até o presente momento surgiram na esteira da primeira experiência do gênero, o ARG *The Beast*, experiência realizada entre Abril e Junho de 2001 como uma forma de narrativa experimental que precedeu o lançamento do filme *I.A.: Inteligência Artificial*, dirigido por Steven Spielberg.

Na história da criação desse que foi considerado o primeiro ARG o acaso exerceu um papel central, uma vez que, a princípio, todo o projeto começou quando a divisão de jogos eletrônicos da Microsoft foi contratada para desenvolver jogos baseados no filme, como já então era usual dentro da realidade de produção audiovisual industrial norte-americana. Jogos eletrônicos que seriam desenvolvidos para plataformas da época, PCs e consoles basicamente. Entretanto, ao se depararem com o enredo do filme os desenvolvedores perceberam que seria muito difícil desenvolver qualquer jogo eletrônico, tal como o mesmo era pensado até então sob uma ótica de mercado, a partir do enredo que tinham em mãos.

O principal receio que a equipe de desenvolvedores tinha era de que o enredo denso e o tom sombrio do filme não induzissem os espectadores a um estado mental lúdico ideal para o ato de jogar (MCGONIGAL, 2003), em outras palavras, eles não estavam seguros de que conseguiriam desenvolver um jogo que fosse atrativo partindo do enredo do filme como premissa. A saída então encontrada foi apostar em uma dinâmica diferente, desenvolveu-se uma espécie de narrativa exploratória na qual os participantes deveriam navegar através de páginas na web que continham elementos do universo ficcional do filme. O objetivo era transpor para o espaço enciclopédico da internet parte do universo ficcional criado para o filme, assim, personagens daquele universo poderiam interagir através da web com os participantes que, por sua vez, explorariam aquela intrincada miríade de espaços online se

articulando em grupos para executar tarefas e solucionar enigmas que lhes permitiriam acessar o próximo pedaço da história (MONTOLA, 2009).

Tal transposição do universo ficcional criado para o filme para o ambiente online da internet traz a tona duas das três características marginais anteriormente elencadas sobre os Jogos de Realidade Alternada. Ao deixar os participantes sem informações precisas sobre a natureza de tal experiência, os realizadores lançam um convite à exploração colaborativa. Os participantes que não sabiam ao certo do que a experiência tratava, num primeiro momento começaram a se reunir em comunidades online para confrontar hipóteses, num segundo momento, já cientes de que se tratava de algum tipo de experiência narrativa relacionada ao filme que seria lançado aderiram à proposta e começaram a se organizar de modo que cada expertise individual fosse utilizada da melhor maneira dentro do grupo. Assim, criaram em conjunto uma série de instruções que disponibilizaram dentro dos fóruns online para aqueles que não acompanhavam a experiência desde o início ou algum participante casual. Criaram assim uma espécie de manual da experiência como que numa tentativa de contornar uma quebra de paradigma (a ausência de um manual fornecido pelos realizadores) que *The Beast* trouxe.

Tal quebra de paradigma diz respeito à importância dada aos manuais com o aumento da complexidade dos jogos (de tabuleiro e eletrônicos) a partir da década de 80. Steven Jonhson, em seu livro *Surpreendente!*, discorre sobre a importância dos manuais na seguinte passagem:

A necessidade por manuais é algo relativamente recente: você não precisa de dez páginas para explicar o jogo *Pacman*, mas duzentas páginas pouco dão conta de um universo como *EverQuest* ou *Ultima*. Você precisa dos manuais porque a complexidade desses mundos pode ser opressiva: você está preso no meio de uma fase, com todas as saídas trancadas e nenhum sinal de chave. Ou a senha para a sala de controle que você achou ter encontrado duas horas atrás não funciona. Ou pior ainda: você vaga sem rumo por corredores, como naquelas famosas tomadas de *O Iluminado* e não tem a menor idéia do que deve fazer a seguir⁷ (JONHSON, 2005, p. 30).

7

No original: “The need for guides is relatively new development: you didn’t need ten pages to explain The Pacman system, but two hundred pages barely does justice to an expanding universe like EverQuest or Ultima. You need them because the complexity of these worlds can be overwhelming: you’re stuck in the middle of a level, with all the various exits locked and no sign of a key. Or the password for the control room you thought you found two hours ago turns out not to work. Or the worst case: you’re wandering aimlessly through

A complexidade apontada por Johnson nesses jogos é de um tipo diverso da encontrada em ARGs, uma vez que não demanda o engajamento de grupos de participantes articulados entre si. Uma das hipóteses defendidas nesta dissertação é a de que a ausência de um manual desenvolvido pelos realizadores de um ARG representa uma transição do paradigma da interação para o da colaboração. Tal hipótese encontra defesa na própria argumentação de Johnson, quando o autor diz:

Estar sem rumo, claro, é o preço da interatividade. Você está mais no controle da ação agora, mas sua informação sobre a narrativa – com quem você deve falar a seguir, onde está escondido aquele pacote misterioso – é apenas parcial, então jogar um desses jogos se torna, em última instância, preencher essas lacunas de informações⁸ (JOHNSON, 2005, p. 30).

Assim, pode-se argumentar que a existência dos manuais era essencial quando o paradigma vigente era a interação simples entre jogador e jogo, homem e máquina. Porém, por mais intrincadas que fossem tais narrativas não era imprescindível o engajamento e a colaboração entre diversos jogadores ou usuários. No fim, a lógica de compartilhamento de informações ficava em segundo plano, substituída pela lógica dos manuais. Em *The Beast*, por outro lado, a ausência de manuais e também de informações oficiais ajudaram a dar forma a uma experiência na qual as lacunas eram a regra, e somente através da colaboração dos participantes essas lacunas seriam preenchidas com informações úteis.

De forma concreta, o ARG acontecia em espaços online como as páginas criadas pelos desenvolvedores e os fóruns onde os participantes se reuniam para discutir as informações reunidas e organizarem suas próximas ações; e em espaços públicos, através de eventos presenciais onde os jogadores deveriam interagir com atores que interpretavam pessoas do ano de 2142, ano em que se passa o filme. O volume de material desenvolvido era gigantesco

hallways, like those famous tracking shots from *The Shinning*, and you've got no real idea what you're supposed to be doing next.”

8

No original: “The aimlessly, of course, is the price of interactivity. You're more in control of the narrative now, but your information about the narrative – whom you should talk to next, where that mysterious package has been hidden – is only partial, and so playing one of these games is ultimately all about filling in that

e a maior parte dele estava disponível na internet, como documentos de texto e vídeo e também inserido no material de divulgação oficial do filme. Tal volume se explica novamente porque um dos objetivos dos desenvolvedores era criar uma experiência o mais colaborativa possível, na qual os participantes deveriam interagir entre si para obterem melhores resultados coletivamente do que de maneira individual, assim, um grande volume de informações era necessário de forma a fomentar a articulação em grupos por parte dos participantes. Outro foco era na cultura participativa, aqui entendida também a partir da visão de Henry Jenkins:

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações de mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidade para participar dessa cultura emergente que outros. (JENKINS, 2006, p. 30)

Em *The Beast*, a noção de cultura participativa estava presente do início ao fim, tudo na experiência deveria fomentar a participação do público, emails eram enviados por personagens para as contas pessoais dos participantes, bem como mensagens de voz para seus telefones, além dos já citados eventos presenciais, tudo devidamente integrado à história que era contada criando uma ambiente no qual a participação desempenhava papel central.

Agora, dados os primeiros passos no esclarecimento do que é entendido por narrativa e novas narrativas nesta dissertação, apresentadas algumas hipóteses que irão nortear as reflexões de agora em diante e introduzido um primeiro objeto para uma análise preliminar, é o momento de refletir sobre alguns conceitos usados para definir o que seriam os ARGs, utilizando para isso alguns pontos de vista que se contrapõem e se complementam.

1.5 JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA: PRIMEIROS CONCEITOS

Como já mencionado anteriormente, na esteira dessa experiência que foi *The Beast* surgiram as primeiras tentativas de conceituação, primeiro partindo de entusiastas

participantes numa tentativa de exprimir em palavras o que haviam absorvido de novo da experiência, sendo seguidos pelos desenvolvedores que, em entrevistas e pronunciamentos oficiais, tentavam explicar um pouco as motivações e objetivos que impulsionaram a empreitada. Uma das primeiras pesquisadoras a abordarem o tópico, a também desenvolvedora de jogos Jane McGonigal, em apresentação realizada em 2004, definiu Jogo de Realidade Alternada como:

um drama interativo jogado online e em espaços do mundo real, que se passa em várias semanas ou meses, em que dezenas, centenas, milhares de jogadores se reúnem online, formam redes sociais cooperativas e trabalham juntos para resolver um mistério ou um problema que seria absolutamente impossível resolver sozinho⁹ (MCGONIGAL, 2004, p. 8).

Sobre essa definição seria interessante, antes de tudo, tecer alguma consideração preliminar. Tal definição se encontra numa apresentação feita pela pesquisadora (também nomeada na apresentação como desenvolvedora de jogos vinculada à empresa *42Entertainment*) para a Fundação MacArthur, organização norte-americana não governamental de fomento a projetos sociais e artísticos, ou seja, trata-se evidentemente de uma definição que prima pelo didatismo reducionista na qual a necessidade sintética deixa em segundo plano uma reflexão mais profunda sobre o tema. De qualquer modo, a definição assim como está já permite que algumas considerações relevantes sejam feitas. Nessa definição podem ser separados dois elementos básicos: a vaga tentativa de definir de maneira concreta o objeto quanto a sua natureza, onde a questão que predomina é se o mesmo é um jogo ou não; e qual o papel reservado ao leitor ou participante dessa obra.

O primeiro elemento dessa equação apresenta o termo *drama interativo* como uma tentativa preliminar de defini-lo. Entretanto, no decorrer da apresentação o termo não é dissecado apropriadamente e qualquer reflexão sobre uma possível estrutura dramática que a autora tenha pensado nos Jogos de Realidade Alternada não vem à tona. Caso tal discussão fosse realizada poderia se ter mais certeza se o verbo jogar (no original *play*) se refere

9

No original: “An interactive drama played out online and in real-world spaces, taking place several weeks or months, in which dozen, hundreds, or thousands of players come together online, form collaborative social networks, and work together to solve a mystery or problem that would absolutely impossible to solve

realmente ao jogo enquanto atividade lúdica, brincadeira, ou ao jogo de cena, a atuação (comum ao trabalho de um ator de teatro ou cinema), o que daria ao conceito uma leitura outra. Obviamente não se pode descartar que a autora estivesse intencionalmente sendo dúbia nesse caso específico, dado que ambas as leituras são possíveis como será exposto mais adiante, mas como a mesma não se aprofundou nessa discussão na apresentação em questão e nem em sua produção posterior sobre o tema é difícil dizer com precisão. Outra questão que será recorrente nas discussões realizadas até agora sobre os ARGs é o papel do participante, leitor, usuário, e aqui os termos utilizados são tão variados e geram tanta discussão que o assunto merecerá uma atenção especial nos próximos capítulos. Por enquanto, o que deve ficar é a relevância do assunto e o entendimento corrente, verificado já nessa primeira definição, de que os participantes de ARGs devem agir em conjunto e de forma coordenada.

Em sua tese de doutorado, Jane McGonigal inseriu os Jogos de Realidade Alternada dentro de uma categoria chamada Jogos Ubíquos, que, numa apresentação sucinta, seriam jogos que se utilizam de elementos cotidianos para acontecer, ou seja, jogos que acontecem em espaços públicos, utilizam-se de tecnologias móveis de preferência e demandam um mínimo de organização colaborativa para que ocorram. Dentro dessa perspectiva os ARGs seriam tipos específicos de Jogo Ubíquos e, portanto, seriam analisados sob o mesmo referencial teórico, no qual o caráter narrativo não teria tanta importância.

Seguindo o caminho dos teóricos que pensam os ARGs como uma forma nova de jogo estão os pesquisadores Markus Montola, Jaakko Stenros e Annika Waern, autores do livro *Pervasive Games in Media Culture*, obra que trata daquilo que os autores chamam de jogos de imersão, categoria de jogos que na visão dos autores contemplaria os ARGs e a qual eles assim definiram: “Um jogo de imersão é um jogo que possui características marcantes que expandem o círculo mágico contratual do jogo de maneira espacial, temporal, ou social.”¹⁰ (MONTOLA, 2009, p. 12). Enquadrando os ARGs nessa categoria os autores focam sua área de interesse num aspecto específico que na definição anteriormente analisada ajudava a compor um quadro maior, a noção de *vida real* da definição anterior, aqui colocada como expansão do círculo mágico do jogo. Círculo mágico é um conceito proposto pelo antropólogo Johan Huizinga no início do século XX para definir a barreira dentro de um jogo

10

No original: “A pervasive game is a game that has one more salient features that expand the contractual magic circle of play spatially, temporally, or socially.”

ou brincadeira que separa o comum do lúdico e o real da brincadeira. Para esses autores, os ARGs estariam inseridos nessa categoria de jogos que penetraria na vida cotidiana de seus jogadores, explorando habilidades já próprias dos mesmos e ajudando no desenvolvimento de outras, acarretando numa transformação positiva na vida de tais pessoas ao desenvolver habilidades cognitivas, sociais e mesmo físicas. Tal característica imersiva, que para autores como McGonigal em sua tese de doutorado se dá dentro de um contexto de ubiquidade¹¹ propicia a característica que na presente pesquisa foi chamada de penetração no cotidiano dos participantes.

Tal interesse na maneira como os ARGs envolviam os participantes tentando ao máximo intensificar a experiência ao desenvolvê-la de modo que houvesse a sensação de que a mesma acontecia em tempo real e no mundo cotidiano dos mesmos podia ser sintetizada na expressão TINAG. Abreviação da expressão em inglês *“This is not a game”*, o chamado princípio TINAG, criado pelos desenvolvedores de *The Beast* e disseminado por seus participantes, contempla o que inicialmente era encarado por participantes, desenvolvedores e pesquisadores como a principal característica de um ARG, uma regra não escrita seguida por desenvolvedores e participantes segundo a qual fica estabelecido que a experiência coletiva do ARG não deveria ser encarada como um jogo, mas sim como parte efetiva do cotidiano dos envolvidos. Uma espécie de brincadeira dentro da brincadeira, um faz de conta no qual todos topam fazer parte para que a experiência seja mais agradável.

De certa forma uma adaptação daquilo que em literatura e em outras formas narrativas como literatura e cinema se costumou chamar suspensão da descrença¹². Nas palavras dos criadores do termo jogos pervasivos, o objetivo por trás de tal princípio é fazer com que o *“círculo mágico”* do jogo não seja uma barreira, mas uma membrana, deixando jogo e

11

Para a autora, computação ubíqua é “[...] a integração invisível de funcionalidades computacionais em rede com objetos cotidianos e ambientes físicos” (MCGONIGAL, 2006, p. 1). No original: “[...] the invisible integration of networked computer functionality into everyday objects and physical environments.”

12

Diz a suspensão da descrença que o espectador está disposto a aceitar limitações da história que lhe é apresentada, sacrificando o realismo ou plausibilidade da situação em proveito do entretenimento. O termo foi cunhado pelo poeta e filósofo inglês Samuel Taylor Coleridge.

cotidiano se atravessarem de tal modo que o jogo ganhe a consistência da *vida real* e a vida seja abastecida com o significado, a mensagem do jogo. É importante ressaltar que esses principais termos surgiram a partir de exposições públicas dos desenvolvedores de *The Beast* e debates entre as comunidades de participantes desse primeiro ARG. Dessa maneira, configura-se mais uma vez um interesse maior por aspectos dos Jogos de Realidade Alternada quaisquer outros que não narrativos, uma vez que tanto desenvolvedores quanto participantes e pesquisadores até aqui mencionados fazem parte de um mesmo nicho que comporta fãs, jogadores, desenvolvedores e pesquisadores de jogos, todos com interesses em comum e muitas vezes com funções múltiplas dentro desse nicho, desenvolvedores que também são pesquisadores e jogadores e fãs, e assim por diante.

Mas nem somente dentro do campo de estudos sobre jogos os ARGs foram analisados, outro campo de discussão em pleno desenvolvimento também adotou o objeto, aquele que trata dos estudos sobre convergência cultural, mais particularmente o que envolve um conceito chamado narrativa transmídia. O interesse dos Jogos de Realidade Alternada dentro do campo de estudos de convergência midiática e cultural é seu caráter transmídia, sua estruturação e organização textual dispersa em múltiplas plataformas de conteúdos. Tal ênfase pode ser percebida na definição a seguir:

Histórias interativas que se desdobram através de plataformas midiáticas e espaços físicos; oferecendo 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 jogadores.¹³ (ASKWITH, 2007, p.2).

O que para McGonigal eram dramas interativos que eram jogados (ou atuados), aqui, na visão de Askwith, são histórias interativas que transitam pelas mídias e por espaços físicos. O elemento transmídia é posto em xeque agora como questão central, não se trata apenas de

13

No original: “Interactive stories that unfold across media platforms and real-life spaces; offer an interactive, dispersed narrative experience; require participants to reconstruct elements on 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; and encourage or require the formation of collaborative player communities.”

um novo tipo de jogo no qual os participantes entram em contato com algum tipo de mundo paralelo inserido em seu cotidiano não importando o modo como isso ocorre. As noções de interatividade, fragmentação narrativa, estímulo à formação de comunidades colaborativas de participantes e a utilização de espaços físicos cotidianos também estão presentes. Porém, o que se destaca é a introdução desse novo elemento, o desdobramento através de plataformas midiáticas, com a importância que lhe é dado pelo autor. Agora, na visão de Askwith e de outros seguidores do teórico norte-americano Henry Jenkins, os ARGs estão inseridos num contexto maior que o dos jogos, são peças essenciais para que se entendam transformações culturais ocorridas nas últimas décadas à partir de significantes mudanças no espectro tecnológico e econômico mundial, das quais a disseminação e popularização da internet seja provavelmente a mais significativa. Inseridos nesse contexto mais amplo sim, porém ainda contidos dentro de outra subcategorização, a narrativa transmídia. Na palavra desses autores, os ARGs são uma “específica e bem definida forma de narrativa transmídia interativa (...)” (WATSON, 2010¹⁴) que possui todas as características expostas nas definições anteriores.

Foram examinadas, até aqui, as duas principais abordagens de análise dos Jogos de Realidade Alternada utilizadas pelos mais variados autores até agora. De um lado, temos pesquisadores como McGonigal, Montola e Waern que afirmam que ARG são jogos, demonstrando para isso as diversas formas de interação, mecânicas de jogo e elementos de equalização entre desafios e recompensas existentes, e focando suas análises nos efeitos do objeto em seus participantes, no ARG como experiência social; e do outro lado, aqueles que analisam os Jogos de Realidade Alternada sob a ótica da narrativa transmídia, mantendo seu foco de interesse na configuração dos ARGs enquanto obras inseridas no contexto de dispersão textual pelas múltiplas plataformas, seja por suas características transmídia ou pelas suas outras relações ao contexto como fomento a interação colaborativa dos participantes. Ambas as visões trazem argumentos plausíveis na defesa de suas teses, cada uma a sua maneira colabora para uma visão mais ampla do objeto, e, mais importante, uma medida de sua relevância enquanto manifestação cultural que reflete transformações culturais, sociais e econômicas profundas na sociedade contemporânea.

14

Contudo, ao abordarem o assunto a partir desses pressupostos acabaram deixando aberta uma lacuna a ser explorada posteriormente. Nunca houve ARG sem que houvesse uma história sendo contada de uma maneira diferente e justamente aí reside o grande interesse da opinião pública sobre o assunto. Não é a toa que os Jogos de Realidade Alternada confundam tanto aos que entram em contato com ele, sendo entendido como peça publicitária, jogo ou narrativa transmídia dependendo do ângulo que seja abordado. O ARG pode ser sim todas essas coisas, mas acima de tudo nunca deixa de ser uma forma de contar histórias, uma forma nova, contemporânea, que utiliza os recursos tecnológicos e o contexto atual de uma forma diferente de tudo o que já se viu, embora incorporando elementos das narrativas clássicas como espaço delimitado (por maior que seja), personagens, tempo de duração delimitado, progressão dramática, apresentação, desenvolvimento e desenlace.

ARG é uma sigla para alternate reality game, ou numa tradução livre, Jogo de Realidade Alternada. O próprio termo já induz à tendência de se partir do pressuposto que os ARGs são um tipo de jogo, o princípio TINAG também, com sua retórica que serve como mais uma, dentre tantas outras, estratégias de imersão dentro da narrativa que se constrói em cada ARG. Entretanto, dada a tênue membrana conceitual que separa jogo e contar histórias não será aqui feita a distinção formal, uma vez que tal questionamento sobre o caráter ontológico dos jogos ou do contar histórias suplanta o tempo e os objetivos aqui traçados. Assim, o foco a partir de agora será na constituição dos ARGs enquanto formas de contar histórias, em como se estruturam essas narrativas e quais traços narrativos podem ser encontrados a elas, ou seja, o que caracteriza essa nova forma de contar histórias. Mas antes que se apresente o fundamental conceito da transtextualidade e que se parta, nos capítulos seguintes, para a análise dos objetos específicos, o ARG brasileiro *Zona Incerta* realizado em 2007 e o norte-americano *Why So Serious?* realizado em 2010, escolhidos por representarem duas formas estruturais distintas de ARGs e dois momentos-chave na história de seu desenvolvimento é necessário que se observe o contexto no qual os Jogos de Realidade Alternada estão inseridos.

1.6 NEOBARROCO E MITOLOGIA POP

Pode-se dizer que os Jogos de Realidade Alternada apresentam diversos elementos grandiosos, fragmentados e intrincados (como se observa como uma tendência contemporânea com o aumento significativo de obras caracterizadas pela construção de mundos de histórias vastos, como o caso das franquias de mídia) ao mesmo tempo em que coloca os participantes em contato com uma miríade de referências, citações e adaptações. O que os enquadra dentro do contexto do neobarroco em sua essência, compreendendo-se o termo como uma etiqueta para um conjunto de importantes fenômenos culturais contemporâneos que em sua essência trazem à mente o barroco (CALABRESE, 1987). Em sua obra *A Idade Neobarroca*, Omar Calabrese reúne análise de séries televisivas, quadrinhos, filmes de monstros, práticas de consumo e teorias científicas no intuito de compor um quadro a partir do qual possa ser possível determinar um padrão que aponte para o “espírito” de um tempo, no caso, a idade neobarroca do título, fruto de uma poética neobarroca que “brota da difusão das comunicações de massa” (CALABRESE, 1987, p. 208). Atualizando o pensamento de Calabrese, Angela Ndalians publica em 2004 *Neo-Baroque Aesthetics and Contemporary Entertainment*, acrescentando ao já vasto *corpus* trazido por Calabrese as transformações que os avanços tecnológicos, principalmente na área computacional, trouxeram para o entretenimento contemporâneo, como expansão dos jogos eletrônicos e avanços nas técnicas de efeitos especiais cinematográficos. Tanto em Calabrese quanto em Ndalians os principais pontos abordados trafegam entre os seguintes temas: complexidade formal, que encontra no labirinto uma metáfora visual possível; a repetição, encontrada tanto nas adaptações quanto na serialidade; desordem e caos; e o excesso.

Como explorar em seus pormenores cada um desses temas seria um trabalho que iria muito além do que foi aqui proposto, cabe aqui uma breve explanação sobre como cada um deles pode ser observado em alguma característica dos Jogos de Realidade Alternada.

1.6.1 COMPLEXIDADE: CONVERGÊNCIA E ENIGMA

Jogos de Realidade alternada geralmente se situam em universos narrativos épicos compostos por fragmentos textuais dispersos pelo espaço enciclopédico da internet. O neobarroco é por excelência o domínio do pensamento serial, da obra aberta (ECO, 1991) e “encontra-se na procura de formas – e na sua valorização –, em que assistimos à perda da integridade, da globalidade, da sistematicidade ordenada em troca da instabilidade, da polidimensionalidade, da mutabilidade.” (CALABRESE, 1987, p. 10). Daí, nada mais natural que seu domínio seja o de sistemas complexos, instáveis, pouco suscetíveis a esquematizações simplistas e reducionistas. Assim sendo, qual prática cultural contemporânea melhor adequada a esse contexto que a da convergência? Convergência essa, que segundo Jenkins pode ser sintetizada da seguinte maneira:

A convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima. (JENKINS, 2006, p. 325)

E dentro desse novo paradigma poucos objetos transmitem melhor a ideia de complexidade do que os ARGs. Já foi argumentado aqui que um dos pontos fundamentais na constituição dos Jogos de Realidade Alternada como uma nova forma narrativa é a utilização da quebra de código com função lúdica e narrativa. A importância dada ao enigma também é outra característica dos ARGs que se relaciona com o neobarroco. Decifrar os enigmas propostos nos ARGs é a base da motivação dos participantes e quanto mais complexa a decodificação maior o engajamento e a colaboração na quebra do código. Calabrese cita Borges para resumir tal situação: “A solução do mistério é sempre inferior ao próprio mistério. O mistério é o que tem a ver diretamente com o divino; a solução com um truque de prestidigitador” (BORGES apud CALABRESE, 1987, p. 155). Apesar da solução ser também valorizada em ARGs, é inegável o papel central do mistério na constituição interna do objeto, bem como a relação entre o sucesso dessas experiências e a construção de seus enigmas.

1.6.2 REPETIÇÃO

Repetição, no que compreende adaptação e estrutura seriada, está mais ligada, no caso específico dos Jogos de Realidade Alternada, à ideia de uma intensa transtextualidade reflexo de uma cultura de referências amplificada num plano mais concreto com o advento da internet. Para além de estabelecer analogias entre estruturas seriais convencionais e a estrutura narrativa de um ARG, a presente dissertação irá se focar nas características estruturais e temáticas dos Jogos de Realidade Alternada que aludem a elementos de narrativas seriadas convencionais (literárias, cinematográficas, televisivas e quadrinhos). A princípio pode parecer que não há muita diferença entre as duas abordagens, entretanto, a distinção é importante, apesar de sutil.

O primeiro tipo de analogia pressupõe uma detalhada análise comparativa entre duas formas narrativas distintas, procurando revelar um a um os pontos convergentes. Por exemplo, em ARGs os momentos em que surgem códigos cifrados que interrompem o fluxo da narrativa até sua resolução poderiam ser comparados aos momentos nos quais ocorrem os ganchos em narrativas seriadas televisivas por reunir características semelhantes como interrupção da história para que entrem os comerciais (ou indicação de fim de episódio) e geração de expectativa em torno do que virá a seguir (após os comerciais ou no próximo episódio). Tal tipo de analogia faz sentido quando são observados dois objetos de formas bem definidas, como a série televisiva e um jogo eletrônico, por exemplo, porém passa a não ser muito útil quando se insere na equação um objeto multiplataforma, transmídia, uma vez que nesse caso as características do suporte já são constantemente problematizadas, uma vez que o suporte, nesses casos, nunca é único.

Assim, a saída encontrada no momento de estabelecer analogias com outras formas narrativas no intuito de explorar elementos que aludem a noção de repetição neobarroca (lembrando que tal noção se aplica tanto à adaptação quanto à serialidade) é não partir para as minúcias das comparações entre características específicas das mídias e focar nas relações transtextuais que todas as formas narrativas estabelecem entre si. Da mesma maneira que Angela Ndalians faz quando comenta sobre o começo do filme *Guerra nas Estrelas* (*Star*

Wars, 1977) quando relaciona a narração introdutória do filme (que insere o espectador num universo épico de feitos grandiosos dos quais ele ainda não tem conhecimento) a uma tradição dos seriados de aventura produzidos em um período anterior do cinema. Ao estabelecer tal analogia, Ndalians não entra na discussão sobre como a forma afetou o conteúdo com o passar dos anos ou na mudança das formas narrativas (de seriado cinematográfico B dos anos 40 para longa-metragem de grande orçamento dos anos 70), ela apenas encontra o ponto de convergência que explicita uma referência a um modo de contar histórias que o filme de George Lucas retomou. Um sintoma contemporâneo, a variação sobre o mesmo tema.

1.6.3 DESORDEM E CAOS

Surgidos dentro da concepção neobarroca como sintomas da complexidade, a desordem e o caos, que configuram aquilo que Calabrese chama de fenômenos caóticos, dizem respeito a “qualquer fenômeno comunicativo (ou qualquer fenômeno cultural) que tenha ou uma geometria irregular ou uma turbulência no próprio fluxo” (CALABRESE, 1987, p. 140). Paisagens geradas por computador, baseadas em fractais, utilizadas em filmes de ficção científica como *Star Trek II (Star Trek: The Wrath of Khan, 1982)* e a recepção descontínua estimulada pela fragmentação da programação televisiva somada ao hábito adquirido pelo telespectador de trocar continuamente de canal são alguns dos exemplos utilizados por Calabrese.

Visto sob essa perspectiva, pode-se dizer que a “turbulência no próprio fluxo” se configura numa das características mais marcantes dos ARGs. A opção pela não utilização de um “manual do jogo”, a adoção do princípio TINAG e todo posicionamento adotado pelos realizadores no intuito de mascarar a experiência de modo que apenas os iniciados naquele universo sejam capazes de reconhecê-la são exemplos da natureza turbulenta do fluxo de produção e recepção de um ARG. Essa recepção descontínua mantém os participantes em estado de constante busca, atentos a qualquer sinal que possa ser interpretado como uma nova pista.

1.6.4 EXCESSO OU A DIMENSÃO ÉPICA

Para Anatol Rosenfeld, em seu livro *O Teatro Épico*, o caráter substantivo desses termos se relaciona a noção de gênero, assim fará parte do gênero épico (à Épica) “(...) toda obra – poema ou não – de extensão maior, em que um narrador apresentar personagens envolvidos em situações e eventos”, e pertencerá ao gênero dramático (à Dramática) “(...) toda obra dialogada em que atuarem os próprios personagens sem serem, em geral, apresentados por um narrador” (ROSENFELD, 2002, p. 17). Já o caráter adjetivo diz respeito aos traços estilísticos desses gêneros que uma obra pode apresentar mesmo não sendo classificada dentro daquele gênero, por exemplo, um texto épico que apresente traços líricos, um dramático que apresente traços épicos, e assim por diante.

Entretanto, os elementos épicos encontrados em ARGs estão mais próximos da ideia de divertimento prazeroso, escapismo auto consentido, próximos às ideias propostas por Angela Ndalians (2004) do que das características do épico enquanto gênero. Os ARGs possuem características épicas como o espaço narrativo grandioso em *The Beast*, por exemplo, que se situava diegeticamente num futuro pós-apocalíptico em um vasto mundo povoado por diversas histórias ou a continentalidade do espaço geográfico brasileiro que serviu de ambientação para o *Zona Incerta*, em sua narrativa que ia dos grandes centros urbanos aos recônditos mais distantes do país, tendo como ponto de partida um centro de pesquisas no seio da floresta amazônica.

Assim, mais correto seria relacionar toda a grandiosidade (em números de participantes, de ações coordenadas e de área física de abrangência) encontrada nos Jogos de Realidade Alternada a noção de excesso trazida pelo neobarroco, excesso traduzido nessa característica de por “à prova um conjunto a partir de suas consequências extremas” (CALABRESE, 1987, p. 64). Excesso em todos os sentidos, como se pode observar no caso do Senador Arthur Virgílio em 2007 quando, enganado pela natureza confusa dos ARGs no que diz respeito ao princípio TINAG de se fazer passar por realidade, levou ao senado brasileiro uma pauta que não existia de fato, senão diegeticamente dentro do ARG *Zona Incerta* que acontecia naquele momento.

1.7 MITOLOGIA POP

Nesta dissertação defende-se a hipótese de que a cultura pop (conjunto de práticas e costumes globalizados derivados da comunicação de massa) produziu ao longo do século XX uma mitologia contemporânea baseada em ícones culturais que a comunicação de massa ajudou a propagar. Tais ícones podem ser encarados como os novos mitos de uma idade neobarroca fundada sobre os pilares de um século de transformações e embates ferozes, multifacetado e caótico, no qual “a destruição do passado – ou melhor, dos mecanismos sociais que vinculam nossa experiência pessoal à das gerações passadas – é um dos fenômenos mais característicos e lúgubres do final do século XX” (HOBSBAWM, 2002, p. 13). Para esse conjunto de mitos (que compreendem de Mickey Mouse a Marilyn Monroe, do Super-Homem à Coca-Cola) a denominação aqui utilizada será mitologia pop. Esse conjunto de novos mitos serve como base para o novo storytelling (MASSAROLO, “no prelo”) que se utiliza da convergência midiática para construir mundos de histórias – mundos que transcendem as mídias e ao mesmo tempo as trespassam.

Para Claude Lévi-Strauss o mito é uma linguagem cuja substância se encontra na história que é relatada (LÉVI-STRAUSS, 1973), o que explicaria em parte a facilidade com que tais narrativas transitam entre diferentes culturas. Tal característica intrínseca a natureza dos mitos é amplificada quando a história que é relatada traz consigo um aporte imagético e sonoro que muitas vezes se tornam um referencial tão ou mais conhecido que a própria história (basta imaginar o poder que a simples imagem das estilizadas orelhas negras do Mickey Mouse exerce no imaginário coletivo ou do tema musical do seriado televisivo do Batman dos anos 60). Outro mitólogo, Joseph Campbell, comenta sobre os mitos:

Quando as formas dos ritos e símbolos são difundidas de uma zona mitogenética para outras, ou passadas para novas gerações que não participaram da experiência anterior, elas perdem a profundidade, o sentido, de maneira que, enquanto originalmente seu sentido e efeito tinham sido espontaneamente reconhecidos e expressos, no uso posterior, tendo perdido a sua força, eles são conscientemente reinterpretados e aplicados a temas novos e mesmo contrários. (CAMPBELL, 2010, p. 90)

Partindo desse princípio, pode-se relacionar mitos (e num grau mais amplo, mitologias) como se relacionam textos, tal qual num palimpsesto, onde cada mito carrega em si a imagem desgastada de um outro mais antigo que ele em alguma medida referencia. E nesse ponto a mitologia pop traz em si um caldeirão de referências a perder de vista, uma vez que na mitologia pop a ressignificação de mitos se dá a todo momento, o filme que reinterpreta um personagem dos quadrinhos e o insere num ambiente que faz referência a uma série TV, que por sua vez foi uma atualização de uma série de histórias de literatura *pulp*, e assim sucessivamente numa corrente que remonta a mitologias clássicas. Cenário que se amplia com o decorrer do século e finda por encontrar no início do século XXI um público que cresceu imerso nesse contexto e demanda novas formas narrativas que se baseiem nessa mitologia ao mesmo tempo que a reflitam em sua própria forma. Uma dessas formas é o ARG.

1.8 TRANSTEXTUALIDADE

Por fim, um último e fundamental conceito de suma importância para a reflexão proposta na presente dissertação é o da transtextualidade. Gerard Genette, crítico literário e teórico francês ligado à corrente filosófica do estruturalismo, apresenta em seu texto *Palimpsestos: A Literatura de Segunda Mão* uma detalhada análise sobre a ideia de relações transtextuais em literatura, desenvolvendo uma categorização de tais relações ao mesmo tempo em que as analisa. O texto é dividido em seis tópicos: Cinco tipos de transtextualidade, dentre os quais a hipertextualidade; algumas precauções; quadro geral das práticas hipertextuais; transposição; tradução e transestilização.

O autor inicia seu texto defendendo a transtextualidade (transcendência textual do texto, definida por ele como “tudo que o coloca em relação, manifesta ou secreta com outros textos” (GENETTE, 2006, p. 8)) enquanto objeto da poética. Ele cunha o termo transtextualidade a partir da ampliação de outros termos desenvolvidos anteriormente em seus estudos, como a arquitextualidade. Após se apropriar do termo sob um novo ponto de vista, enumera cinco tipos de relações definidas como transtextuais, são elas: intertextualidade, paratexto, metatextualidade, hipertextualidade e arquitextualidade. A intertextualidade é

definida por Genette como “uma relação de co-presença entre dois ou vários textos, isto é, essencialmente, e o mais frequentemente, como presença efetiva de um texto em um outro” (GENETTE, 2006, p. 8). Tal relação tem na citação sua forma explícita e no plágio, sua forma menos canônica, além de sua forma ainda menos explícita e literal que é a alusão.

O segundo tipo de relação, dentro da classificação proposta, é o paratexto, que compreende:

Título, subtítulo, intertítulos, prefácios, posfácios, advertências, prólogos, etc.; notas marginais, de rodapé, de fim de texto; epígrafes; ilustrações; errata, orelha, capa, e tantos outros tipos de sinais acessórios, autógrafos ou alógrafos, que fornecem ao texto um aparato (variável) e por vezes um comentário, oficial ou oficioso, do qual o leitor, o mais purista e o menos vocacionado à erudição externa, nem sempre pode dispor tão facilmente como desejaria e pretende (GENETTE, 2006, p. 9).

Como exemplo, menciona os subtítulos retirados por Joyce no romance *Ulisses* que faziam referência à Odisséia. Tais subtítulos, segundo Genette, se mantidos na versão editada do romance, poderiam fornecer ao leitor uma pista valiosa no auxílio à interpretação da obra não apenas como realização fechada em si, mas em diálogo com a obra que serviu de inspiração e base para o seu desenvolvimento. Ampliando a noção de transtextualidade para outras formas de expressão, tem-se como exemplo o material de divulgação que precede o lançamento de um filme, ou jogo eletrônico, como trailers, entrevistas da equipe de produção, os *spoilers*, e qualquer material paralelo que sirva como auxílio para a interpretação da obra.

Prosseguindo, Genette apresenta a metatextualidade, “relação, chamada mais correntemente de “comentário”, que une texto a outro texto do qual ele fala, sem necessariamente citá-lo (convocá-lo), até mesmo, em último caso, sem nomeá-lo” (GENETTE, 2006, p. 11), utilizando como exemplo o texto do filósofo alemão Hegel, *Fenomenologia do Espírito*, que estabeleceria uma relação metatextual com *O Sobrinho de Rameau*, do filósofo Denis Diderot, ao evocá-lo “alusiva e silenciosamente”. Segundo Genette, é a relação crítica por excelência.

Nesse ponto do texto, o autor opta por não estender sua análise, preferindo empreender seus esforços no estudo mais detalhado do quarto tipo de relação hipertextual mais à frente.

Assim, decide avançar nesse momento preliminar até a introdução do quinto tipo de relação, segundo ele, mais abstrata e implícita que é a arquiteitualidade, definida como uma “relação completamente silenciosa, que, no máximo, articula apenas uma menção paratextual [...] de caráter puramente taxonômico” (GENETTE, 2006, p. 11). Tal relação está relacionada à ideia de classificação por gêneros e implicações decorrentes.

Após apresentar sua classificação dos tipos de relações transtextuais, Gerard Genette introduz o objeto no qual sua análise irá se aprofundar, o quarto tipo de relação dentro de sua proposta, a hipertextualidade, definida por Genette como “toda relação que une um texto B (que chamarei hipertexto) a um texto anterior A (que, naturalmente, chamarei hipotexto) do qual ele brota, de uma forma que não é a do comentário” (GENETTE, 2006, p. 12), designando aquilo que o autor chama de textos de segunda mão ou derivados de outro preexistente. Essa derivação, Genette define como descritiva e intelectual, quando um metatexto fala de um texto; ou de outra ordem, quando o hipertexto não poderia existir sem que ocorresse algo que o autor chama de transformação de seus hipotextos. A essa transformação, o autor aplica também uma subdivisão, classificando-a como simples ou direta, quando há a transposição de uma ação de um tempo-espaco a outro, e imitação, quando a mesma é baseada na constituição de um modelo de competência genérico extraído de uma *performance* única capaz de gerar um número indefinido de *performances* miméticas.

Gerard Genette continua a desenvolver seu pensamento no capítulo *Algumas precauções*, no qual substitui os termos transformação simples e transformação indireta por, respectivamente, transformação e imitação. Em seguida afirma que tais classificações não constroem classes estanques, mas de relações numerosas e frequentemente decisivas, e também considera a transtextualidade em geral, não como uma categoria de textos, mas como um aspecto da textualidade, assim como seus diversos componentes. Termina expondo que levará em consideração a hipertextualidade em sua vertente mais clara: “aquela na qual a derivação do hipotexto ao hipertexto é ao mesmo tempo maciça (toda uma obra B deriva de toda uma obra A) e declarada, de maneira mais ou menos oficial” (GENETTE, 2006, p. 19). Aqui se pode inserir a adaptação cinematográfica que, apesar de não fazer parte do objeto principal de análise do autor, contempla tais atributos, dada a abertura que a definição proporciona.

O objetivo geral do capítulo seguinte, *Quadro geral das práticas hipertextuais* é esclarecer a terminologia que será utilizada, auferindo a cada termo seu exato significado no contexto. O primeiro termo a ser examinado é a paródia. Genette detecta que o termo está associado a duas significações estruturais distintas, pois a paródia escrita (aquela onde “sua letra se vê de modo cômico aplicada a um objeto que a altera e deprecia” (GENETTE, 2006, p. 19)) e o travestimento (“seu conteúdo se vê degradado por um sistema de transposições estilísticas e temáticas desvalorizantes” (GENETTE, 2006, p. 20)) procedem por transformação de texto enquanto o pastiche satírico (“sua forma se vê ridicularizada por um procedimento de exageros e de exacerbações estilísticas” (GENETTE, 2006, p. 20)) procede por imitação. Então aplica a seguinte substituição de termos: paródia passa a ser o desvio de texto por transformação mínima; travestimento, a transformação estilística com função degradante; *charge*, o pastiche satírico; e simplesmente pastiche, a imitação de um estilo desprovida de função satírica. Adota o termo geral transformação para os dois primeiros casos e imitação para os dois últimos. Estabelece assim uma divisão estrutural, não mais funcional, “uma vez que ela separa e aproxima os gêneros segundo o critério de tipo de relação que se estabelece aí entre o texto e o seu hipotexto” (GENETTE, 2006, p. 20).

Aprofundando sua classificação, divide a categoria não-satírica em duas outras, uma que visa uma espécie de puro entretenimento ou exercício prazeroso, sem intenção agressiva ou zombeteira, das quais se sobressaem a prática do pastiche ou da paródia, batizada de regime lúdico do hipertexto; e outra de regime sério. Assim, adiciona ao seu quadro de análise mais dois termos que designam transformações e imitações sérias, designando o termo transposição para se referir às transformações sérias, e forjação para as imitações sérias. Em seguida, Genette tece um grande comentário sobre o quadro final de sua classificação. Dessa forma, ao reduzir um tema amplo e complexo em partes menores, o autor facilita a compreensão de suas idéias ao ser o mais claro e específico possível em sua análise. Assim, as inúmeras ressalvas sobre a metodologia utilizada e a classificação obtida se justificam na medida em que o autor, apesar de expor da melhor maneira possível o seu ponto de vista, não deseja que sua teoria seja utilizada como aparato teórico no sentido de esgotar as possibilidades de análise que o tema suscita.

O autor inicia o capítulo *Transposição* comentando sobre a importância de tal prática hipertextual, visto sua aplicação a obras de vastas dimensões, “cuja amplitude textual e

ambição estética e/ou ideológica chegam a mascarar ou apagar seu caráter hipertextual (GENETTE, 2006, p. 28)”. Então, introduz uma subcategoria, a de transposições puramente formais, “que só atingem o sentido por acidente ou por uma consequência perversa e não buscada, como ocorre na tradução (que é uma transposição linguística)” (GENETTE, 2006, p. 29), e as transposições aberta e deliberadamente temáticas, “nas quais a transformação faz sentido, manifestada e até oficialmente, faz parte do propósito” (GENETTE, 2006, p. 29).

O próximo capítulo se chama *Tradução*. Aqui Genette diz que “nenhuma tradução pode ser absolutamente fiel, e todo ato de traduzir altera o sentido do texto traduzido” (GENETTE, 2006, p. 30). Sobre a problemática da tradução, afirma que:

Seria melhor certamente distinguir não entre textos traduzíveis, (que não existem) mas entre textos para os quais as falhas inevitáveis da tradução são prejudiciais (estes são os literários) e aqueles para os quais elas podem ser desconsideradas: estes são os outros, ainda que um equívoco, um despacho diplomático ou uma resolução internacional possa ter consequências desagradáveis. (GENETTE, 2006, p. 31)

Segue falando sobre as dificuldades do trabalho de tradução e finda por chegar à conclusão de que “o mais sensato para o tradutor seria, certamente, admitir que ele só pode fazer mal feito, e, no entanto, se esforçar para fazer o melhor possível, o que significa frequentemente fazer outra coisa” (GENETTE, 2006, p. 33). *Transestilização* é o próximo capítulo. Definida como “uma reescrita estilística, uma transposição cuja única função é uma mudança de estilo” (GENETTE, 2006, p. 35), compreende práticas como a *rewriting* jornalística, os exercícios de estilo e a transmetrificação. Dada sua especificidade, Genette acha importante ressaltar que “em regime sério, a transestilização raramente se encontra em estado livre, mas ela acompanha inevitavelmente outras práticas, como a tradução” (GENETTE, 2006, p. 36).

No capítulo que conclui seu texto, chamado simplesmente de *Fim*, o autor comenta sobre como o tema abordado é inesgotável, diz que tal classificação não é algo definitivo, afirmando que tais questões ainda abrem possibilidades de análises outras, porém reafirma seu ponto de vista e conclui ainda que: “toda situação redacional funciona como um hipertexto em relação à precedente, e como um hipotexto em relação à seguinte. Do primeiro esboço à

última correção, a gênese de um texto é um trabalho de auto-hipertextualidade” (GENETTE, 2006, p. 40). Prosseguindo com sua avaliação final, Genette chega a comentar, quando sugere outra divisão possível dentro do regime sério das derivações hipertextuais, sobre a adaptação cinematográfica, inserindo-a numa prática que responde a uma demanda social, relacionando-a a um aspecto comercial, mais próximo da necessidade do que da arte, e insere nesse grupo as continuções e outras formas de transmodalização como a adaptação teatral. Na sequência propõe outra função de regime sério mais nobremente estética, quando um escritor se apoia em uma ou várias obras anteriores para elaborar aquela na qual investirá seu pensamento e sua sensibilidade de artista. Nesse ponto, a presente dissertação não irá entrar no mérito de regime sério ou nobreza estética, aqui será considerado que o fluxo de adaptações e conexões que a cultura de convergência apresenta não apenas atende a uma demanda social, no sentido estritamente comercial que a afirmação de Genette faz supor, mas também, consolida-se como uma das mais marcantes características de uma era neobarroca. A presente análise procurará estabelecer uma reflexão nesse sentido.

Antes de concluir seu texto, Genette expõe a seguinte ideia:

Todo hipertexto, ainda que seja um pastiche, pode, sem “agramaticalidade” perceptível, ser lido por si mesmo, e comporta uma significação autônoma e, portanto, de uma certa maneira, suficiente. Mas suficiente não significa exhaustiva. (GENETTE, 2006, p. 44)

O que aponta para outra analogia com as narrativas multiplataformas, visto que a obra realizada a partir de adaptação pode ser analisada por si mesmo, pelas suas qualidades e defeitos levando em conta um viés puramente multiplataforma. Tal abordagem apresentaria um quadro satisfatório numa análise sobre o que a narrativa multiplataforma oferece enquanto obra única. Entretanto, ao se levar em conta a obra no qual tal narrativa é baseada ou o universo de obras com as quais se relaciona, um novo universo de abordagens e possibilidades analíticas entra em cena, possibilitando uma expansão no entendimento que se tem sobre aquele contexto, tornando-o mais complexa e interessante enquanto objeto de análise. Gerard Genette termina seu texto expondo os motivos que o levaram a escolher tal objeto. Estabelece

relações entre a hipertextualidade e a bricolagem, arte de fazer o novo com o velho, e estabelece a metáfora que dá nome ao texto:

essa duplicidade do objeto, na ordem das relações textuais, pode ser figurada pela velha imagem do palimpsesto, na qual vemos, sobre o mesmo pergaminho, um texto se sobrepor a outro que ele não dissimula completamente, mas deixa ver por transparência. (GENETTE, 2006, p. 45)

Por fim, enxerga na hipertextualidade a capacidade de ter “em si mesma o mérito específico de relançar constantemente as obra antigas em um novo circuito de sentido” (GENETTE, 2006, p. 48). Conceito que será utilizado na presente pesquisa, bem como a ideia do palimpsesto, durante as análises sobre como os Jogos de Realidade Alternada se constituem a partir de uma intensa relação entre textos, sejam as que se dão entre os conteúdos que circulam entre as diversas plataformas que constituem o ARG em si, sejam as que surgem na esfera das inúmeras referências àquilo que aqui se chamará de mitologia pop.

1.9 ARGS INTRA-COMPOSICIONAIS E INTER-COMPOSICIONAIS

Até aqui foi traçado um panorama que contemplou as noções de narrativa, *storytelling* e novas narrativas, foi discutido o aporte teórico utilizado em análises anteriores sobre Jogos de Realidade Alternada, além do contexto neobarroco e da mitologia pop no qual os ARGs serão aqui pensados. O primeiro ARG realizado foi apresentado para ilustrar alguns conceitos prévios, e algumas características marginais dos ARGs foram apresentadas. Nos dois capítulos seguintes essas discussões serão aprofundadas ao mesmo tempo em que algumas outras poderão surgir em decorrência dos objetos analisados.

Segundo Christy Dena os ARGs são estruturados de duas maneiras principais: Contidos em si mesmos enquanto uma peça narrativa única; e como parte, geralmente funcionando como prólogos, de uma narrativa em múltiplas plataformas ainda maior, normalmente dentro de alguma franquia de mídia. Christy Dena nomeou tais formas como intra-composicional, no primeiro caso, e inter-composicional, no segundo (DENA, 2009).

Essa divisão a partir do modo como essas narrativas se relacionam com os textos que a expandem ou simplesmente a compõem foi um dos nortes de escolha dos objetos que serão aprofundados nos dois capítulos que se seguem. Os dois objetos são os ARGs *Zona Incerta*, desenvolvido no Brasil em 2007 como iniciativa conjunta da Editora Abril e do Guaraná Antarctica, e o *Why So Serious?*, Jogo de Realidade Alternada que precedeu o filme *Dark Knight* produzido pela Warner Bros. em 2008.

Além de terem sido escolhidos por representarem os dois tipos de estruturas possíveis, os dois ARGs podem ser considerados exemplos de Jogos de Realidade Alternada realizados em momentos fundamentais dentro da curta história dos ARGs. *Zona Incerta* por ser um exemplo nacional de sucesso, em um momento em que os ARGs eram realizados por todo o mundo e a empolgação era grande, e *Why So Serious?* por ser o último ARG de grande porte que contempla todos os elementos aqui elencados. *Zona Incerta* é um exemplo de ARG apenas intra-composicional, de acordo com a definição de Christy Dena, que exemplifica, valendo-se do caso do ARG *I Love Bees* que foi desenvolvido como prólogo do jogo eletrônico *Halo 2*, assim seus conceitos (2009):

O Jogo de Realidade Alternada é uma ficção transmídia em si mesmo (tornando-o intra-composicional¹⁵), mas as relações com o jogo eletrônico o torna também um fenômeno inter-composicional. Pesquisadores podem estudar o Jogo de Realidade Alternada isoladamente, o jogo eletrônico isoladamente, ou a relação entre os dois¹⁶ (DENA, 2009, p. 106).

Why So Serious?, por sua vez, é semelhante ao exemplo dado por Dena, pois tanto pode ser analisado isoladamente como em relação ao filme que o sucedeu, e a alguns outros

15

O termo composição, para Dena, é utilizado como sinônimo de trabalho, obra, livro, jogo, etc.

16

No original: “The alternate reality game is a transmedia fiction in itself (making it intracompositional), but its relationship to the digital game makes it intercompositional phenomenal as well. Researches can study the alternate reality game in isolation, the digital game in isolation, or the relationship between the two.”

textos que podem ser considerados parte de um projeto transmídia do qual filme e ARG fazem parte.

Assim, continua-se com essas duas vertentes principais de análises de ARGs, uma que os considera jogos, pervasivos no caso de Montola e ubíquos no de McGonigal, e outra, ligada a Jenkins, que a considera uma forma específica de narrativa transmídia. Nesta dissertação não será feita nenhuma avaliação sobre qual linha de pensamento é mais ou menos correta, apenas irá propor uma terceira, uma na qual os Jogos de Realidade Alternada são uma forma narrativa contemporânea, que se convencionou aqui chamar de Novas Narrativas a partir da aplicação do conceito de convergência ao de Novas Narrativas proposto por Thomas e Page conforme discorrido no começo do capítulo. Dentro disso, temos as formas de estruturação dos ARGs a partir de suas relações com os textos que o compõem internamente e se relacionando com ele externamente, os Jogos de Realidade Alternada intra-composicionais e inter-composicionais.

1.10 COMPLEXIDADE DE FORMA X COMPLEXIDADE CONTEÚDO

Jason Mittel define a complexidade narrativa na televisão contemporânea em primeiro lugar como uma transição formal, uma “redefinição de formas episódicas sob a influência da narração em série – não necessariamente uma fusão completa dos formatos episódicos e seriados, mas um equilíbrio volátil” (MITTEL, 2012, p. 36), para na sequência apontar que a complexidade também se observa no conteúdo dos programas quando é dada uma atenção maior à trama do que às relações entre os personagens (MITTEL, 2012). Alguns apontamentos sobre diferenças entre ARGs e as séries contemporâneas podem ser feitos a partir da constatação de Mittel: Nos ARGs intra-composicionais há o predomínio da complexidade estrutural, da forma, em detrimento da complexidade temática ou de conteúdo. O aprofundamento não se dá no desenvolvimento dos personagens, mas na relação que se estabelece entre os participantes e os personagens mais rasos, arquetípicos em alguns casos, que funcionam mais como vetores, ou melhor, como fomentadores da cultura participativa. Esse tipo de argumento cabe a um ARG como o *Zona Incerta* no qual não há um prévio desenvolvimento de personagens e universo narrativo em outras mídias.

Já no caso de um Jogo de Realidade Alternada inter-composicional inserido numa narrativa multiplataforma mais ampla como em *Why So Serious?* no qual há um universo ficcional que não se encerra no ARG a complexidade narrativa pode ser considerada tanto estrutural, na forma do ARG, quanto temática e de conteúdo, com a complexa estrutura narrativa de *Why So Serious?* contribuindo para a maior profundidade dos personagens e da trama que depois teriam tal desenvolvimento complementado e consolidado no filme e na franquia como um todo. Em ambos os casos, porém, estão presentes as referências a ícones e gêneros relacionados à mitologia pop. O ARG *Zona Incerta*, por exemplo, investe no gênero de aventura no qual a arqueologia surge como tema central com a presença de cidades perdidas, línguas esquecidas, artefatos escondidos e toda a sorte de elementos que trazem à mente as aventuras da série de filmes *Indiana Jones*¹⁷ que por sua vez referencia mais de “350 outras obras, cinematográficas ou não (CALABRESE, 1987).

A complexidade narrativa televisiva, explorada por Mittel e outros autores, insere-se dentro do contexto neobarroco tanto quanto os ARGs e tanto em um quanto em outro se observa uma prática transtextual intensa. Sem precisar ir longe nos exemplos basta que seja lembrado o seriado *Lost* (2004-2010, ABC) com seu gigantesco número de referências e citações a outras obras. Também no intuito de mapear essas diferentes formas de complexidade, parte-se agora para a exposição dos objetos.

17

A franquia cinematográfica Indiana Jones é composta por quatro filmes até o presente momento: Os Caçadores da Arca Perdida (1981), Indiana Jones e o Templo da Perdição (1984), Indiana Jones e a Última Cruzada (1989) e Indiana Jones e o Reino da Caveira de Cristal (2008), todo dirigidos por Steven Spielberg.

CAPÍTULO 2 – ZONA INCERTA E A QUEBRA DE CÓDIGO COM FUNÇÃO NARRATIVA

Realizado em 2007 como iniciativa conjunta de editores e roteiristas ligados à revista *Superinteressante*, publicação da Editora Abril, e o departamento de marketing do *Guaraná Antarctica*, o ARG Zona Incerta conseguiu reunir todos os principais elementos aqui apresentados que constituem um Jogo de Realidade enquanto uma nova narrativa. ARG de grandes proporções, Zona Incerta conseguiu atingir um público expressivo e até hoje é considerado uma referência desse tipo de iniciativa no Brasil.

Uma das características mais interessantes desse ARG foi a maneira como os enigmas propostos e os eventos presenciais funcionavam como pontos de virada dentro da história que era contada. Cada código a ser quebrado estabelecia o ponto no qual o rumo da fabulação seria alterado, ao mesmo tempo em que exercia por si só uma função lúdica, entretendo os participantes com o desafio proposto. De maneira semelhante funcionavam os eventos presenciais, delimitando o exato ponto em que uma trama terminava e a próxima começava, fragmentando a história contada de maneira semelhante a uma estrutura narrativa seriada.

Também em Zona Incerta a cultura participativa pode ser considerada um ponto nevrálgico. As comunidades de participantes que surgiram criaram seus próprios fóruns de discussões e se articularam de modo a superar todas as etapas da experiência, colhendo detalhes de todas as tramas desenvolvidas e desvendando todos os enigmas apresentados. Entretanto, uma característica curiosa destacada em entrevista pelo principal roteirista do projeto, André Sirangelo, lança uma luz sobre outra questão. Indagado sobre alguma característica específica de participantes brasileiros de ARGs, o roteirista mencionou que, diferente de participantes de outros países, os daqui não demonstravam muito interesse em buscar furos ou brechas na história, atendo-se sempre ao direcionamento proposto pelos realizadores.

Este capítulo analisará o objeto de modo a explorar o caráter multiplataforma dos ARGs a partir do ZI¹⁸ e expor os elementos que apontam para essa configuração: a centralização na plataforma internet, a dispersão do conteúdo através das mídias, a criação do

18

ZI será a sigla usada para se referir ao Zona Incerta.

manual orgânico ou espontâneo e a quebra de código com função lúdica e narrativa. O foco estará, então, na primeira característica essencial dos ARGs: Sua constituição enquanto narrativas para múltiplas plataformas que utilizam a quebra de código com função lúdica e narrativa

2.1 ZONA INCERTA

Nos primeiros anos do século XXI, uma experiência era considerada um ARG quando contemplasse alguns requisitos básicos: uma história interativa que se utiliza de várias mídias; oferece uma experiência narrativa participativa e dispersa; recruta participantes que reconstruam elementos de uma narrativa fragmentada; não se considera um jogo; não oferece regras claras aos participantes; demanda engajamento colaborativo para que enigmas ou quebra-cabeças sejam decifrados para que narrativa prossiga e encoraja e requer a formação de comunidades de participantes colaboracionistas.

Dentro desse contexto, surgiu o *Zona Incerta*, experiência que seguiu todos os preceitos de um ARG, e pode ser considerado um exemplo de grande sucesso no Brasil, tendo, a partir de um objetivo puramente publicitário, criado uma complexa narrativa utilizando diversas mídias e envolvido um grande número de participantes ativos na construção conjunta da história. Tal ARG realizado entre Dezembro de 2006 e Maio de 2007 reuniu, segundo números dos realizadores, mais de trezentos mil participantes, e envolvia um personagem, Miro, que havia descoberto uma caixa com diversos enigmas que seriam solucionados com a ajuda dos participantes. A partir daí, a inserção de uma misteriosa empresa, que seria o grande antagonista da história, mais o desaparecimento desse personagem, deram início à campanha.

2.2 O PRIMEIRO GRANDE ARG BRASILEIRO

No final de 2006, membros da equipe da revista Superinteressante, publicação da editora Abril, acostumados a desenvolverem puzzles para a revista resolveram criar uma brincadeira que saísse das páginas da revista e migrasse para o ambiente da internet. Essa primeira experiência envolvia um puzzle que começava nas páginas da revista e migrava para

a internet, rendeu uma série de críticas positivas por parte dos leitores e despertou o interesse da equipe no assunto. Logo, alguns editores começaram a pesquisar mais a fundo experiências lúdicas e narrativas que envolvessem a migração de conteúdos por diferentes plataformas e estimulassem a participação da audiência. O resultado dessa pesquisa foi a ideia de se desenvolver uma iniciativa similar ao que havia sido feito durante a promoção do filme *A.I. Inteligência Artificial* de Steven Spielberg, uma espécie de jogo que acontecesse no ambiente da internet e também na vida cotidiana dos participantes, um Jogo de Realidade Alternada.

O primeiro passo foi conseguir financiamento para a empreitada, dada a complexidade do projeto e a necessidade de uma equipe exclusivamente dedicada a isso. Algumas reuniões foram marcadas com potenciais investidores e executivos da *Ambev* se interessaram pelo projeto. Com o financiamento obtido, seguiu-se a formação da equipe de desenvolvedores do ARG, e aqui se verifica uma diferença substancial do *Zona Incerta* para os ARGs realizados até então fora do Brasil. A equipe alocada para a realização dessa empreitada contou basicamente com um número substancialmente inferior ao usual em projetos de mesmo porte nos EUA, por exemplo. O núcleo duro da equipe era formado por Rafael Kenski, como uma espécie de diretor principal do projeto; André Sirangelo, roteirista do ARG desde a construção do mundo da história até a execução propriamente dita; Denis Burgierman, redator-chefe da revista na época e uma espécie de intermediário entre a equipe criativa principal e os executivos da Editora Abril e dos patrocinadores; além de duas produtoras, um designer e um puzzle-master, responsável pela criação de puzzles e charadas.

Tal equipe, ao compararmos com os padrões de produções internacionais, que chegam a contar com cinquenta pessoas em sua equipe criativa principal, é excessivamente reduzida, mas acabou dando conta de um projeto de grande dimensão, o que aponta para a viabilidade de realização de tais empreitadas num contexto mais modesto, com recursos reduzidos e realidade de produção independente. O desenvolvimento da história do *Zona Incerta*, que mistura elementos diversos como mitologia grega, hieróglifos inventados para a campanha, um toque dos gênero cinematográfico de ação e aventura e a fórmula secreta do refrigerante fabricado pelo investidor seguiu três etapas principais: Integração com o patrocinador, visto que a campanha foi vendida como uma estratégia promocional para os patrocinadores – a história deveria se basear numa mitologia e num mundo criados para manterem a imagem do anunciante sempre no centro da questão – a sinopse e o desenvolvimento de personagens,

também muito ligados ao universo ficcional criado a partir das características do produto; e o roteiro de fato, com todas as principais ações que guiariam os jogadores, já contemplando situações nas quais a participação seria essencial para o desenrolar da narrativa. A história central girava em torno do personagem Miro, apresentado aos jogadores como um pesquisador que trabalhava com a fórmula do *Guaraná Antarctica* e desaparecia misteriosamente. Algum tempo depois uma caixa com alguns pertences dele era encontrada e a busca era iniciada, em determinado ponto o antagonista era revelado como sendo a empresa *Arkhos Biothec* e a história se desenvolvia com os jogadores interpretando papéis decisivos na narrativa até o final da campanha, quando uma grande festa foi realizada em São Paulo e o ARG foi oficialmente encerrado.

Assim como em *The Beast*, a equipe do *Zona Incerta* também seguiu algumas regras durante a realização da campanha. A primeira foi o princípio TINAG, apesar dos realizadores terem vendido a ideia do *Zona Incerta* como um jogo para o patrocinador, em nenhum momento durante a campanha isso seria admitido, de onde deriva um dos momentos mais interessantes do ARG, quando, em Março de 2007, o senador Arthur Virgílio discursou no Senado Federal contra a empresa fictícia Arkhos Biotech e sua campanha de internacionalização da Amazônia. A segunda regra era a de que a história deveria se estruturar transmidiaticamente, tendo sua linha narrativa principal dispersa em diversas mídias, fragmentando a história para que os jogadores a remontassem coletivamente. A terceira era a de que a narrativa deveria ocorrer em tempo real, ou seja, a história deveria acontecer conforme os participantes fossem resolvendo os enigmas, exatamente como no *The Beast*; e por fim, a quarta e última regra era fomentar a cultura participativa, de maneira análoga ao que os desenvolvedores do *The Beast* também fizeram, e indo de encontro ao que Jane McGonigal diz quando fala na formação de redes sociais cooperativas que trabalham juntas para resolverem problemas que sozinhos seriam incapazes de resolver (MCGONIGAL, 2004). No site principal que servia de portal para o *Zona Incerta* havia um fórum no qual os jogadores trocavam informações e trabalhavam em equipe e, além disso, outros fóruns também aglutinavam redes de jogadores como o site de relacionamentos Orkut, onde ainda hoje existe uma comunidade que reúne as pessoas que participaram do *Zona Incerta*.

2.3 DESMEMBRANDO O ZONA INCERTA

O ARG *Zona Incerta* utilizou diversas mídias durante toda sua trajetória, das massivas às periféricas, todas tiveram seu lugar na narrativa principal. De todas as mídias utilizadas, a mais presente e utilizada foi a Internet. Em todas as etapas do ARG a mídia central era a internet, haviam blogs de personagens, sites de empresas e instituições fictícias, além do portal *Zona Incerta* que a partir de determinado momento serviu como um direcionador do que estava acontecendo e um aglutinador de participantes. Além dos sites criados pela equipe criativa do ARG estão os periféricos, como sites de relacionamentos, blogs de jogadores e demais mecanismos de interação e comunicação online como servidores de email e afins. Alguns vídeos foram produzidos, entre eles o mais veiculado foi o vídeo no qual um representante da empresa fictícia Arkhos Biothec expunha os argumentos para a internacionalização da Amazônia. Esse vídeo foi disseminado de maneira viral pela web e foi o estopim da delicada situação envolvendo o senador Arthur Virgílio.

A mídia impressa também teve papel fundamental dentro da narrativa, pois era a partir de anúncios em revistas que muitas informações eram transmitidas, como o desaparecimento do personagem Miro, por exemplo. Também a impressão em latas de refrigerante servia para passar pistas e veicular puzzles que serviam como chave para que uma nova informação importante fosse captada pelos jogadores. A telefonia fixa foi utilizada principalmente durante a realização dos *lives*¹⁹ para que os jogadores recebessem informações que os guiassem através do lugar onde estavam.

A televisão foi utilizada de modo indireto ao veicular erroneamente eventos que estavam ligados ao jogo como notícia e diretamente em anúncios publicitários pagos pela patrocinadora, como os que anunciavam o Desafio GA, um grande jogo de resolução de puzzles cujas soluções estavam diretamente relacionadas ao ARG. Além das mídias utilizadas, uma parte importante da experiência foram os eventos presenciais realizados ao longo de todo o jogo. Foram quatro ao total e eram momentos em que a ação do ARG se desenrolava em público, numa espécie de caça ao tesouro que reunia os participantes presencialmente (e alguns online dando suporte aos que estavam no local da ação) numa busca ou por alguma

19

Live é a denominação que os realizadores do ARG deram para os eventos presenciais do Zona Incerta.

informação secreta ou por algum personagem que pudesse estar escondido em algum lugar na cidade onde o evento ocorria. As cidades foram São Paulo, Curitiba e Paranapiacaba. Outro momento no qual a ação se desenrolou em público foi a caça às garrafas, ação estratégica na qual os participantes deveriam descobrir vinte e quatro garrafas escondidas por todo o Brasil para juntarem peças de um mapa que os ajudaria a resolver mais um enigma.

2.3.1 ARKHOS BIOTECH E A VENDA DA AMAZÔNIA (VÍDEO)

Um dos vídeos mais significativos da campanha, não apenas pela sua função narrativa, mas mais ainda pela sua repercussão fora do universo do ARG, o anúncio da Arkhos Biothec vendendo a insólita ideia de privatização da Amazônia tem na simplicidade o seu maior trunfo. O vídeo começa com um letreiro que diz que o controle privado é a melhor maneira de salvar a Amazônia, em inglês legendado em português. Em seguida, uma voz em *off* começa um discurso sobre a importância desse ecossistema para a humanidade enquanto belas imagens da floresta são mostradas, o texto muda e agora versa sobre a destruição que está ocorrendo ano após ano na Amazônia e afirma que os países onde a floresta está localizada não tem condições de tomar as providências necessárias para conter essa destruição. Imagens dessa destruição são mostradas e a narração dá o ultimato de que se nada for feito a floresta estará completamente destruída em pouco tempo, então surge um sujeito chamado Allen Perrel, vestindo terno e gravata e descrito como diretor sênior de marketing. Finalmente, a proposta de privatização da Amazônia é feita, utilizando-se da argumentação de que só assim é possível transformar a floresta num santuário ecológico e por fim é sentenciado que a Amazônia não pertence a nenhum país, mas sim ao mundo. O logo da empresa Arkhos Biotechnology surge e logo depois o lema “*The future is ours*” sobre o endereço do website da empresa “*www.arkhosbiothec.com*”.



Figura 1 – Site da empresa fictícia Arkhos Biothec

Fonte: <http://atomica.com.br/2013/portfolio/arkhos/>

Esteticamente o vídeo emula estilo e abordagem de vídeos institucionais propagandísticos, ou seja, um anúncio se utilizando da bandeira da preservação ambiental para vender uma ideia. Visto sem muito aprofundamento, poderia se passar facilmente por alguma propaganda de instituições envolvidas com a questão ambiental, como *Greenpeace* e *WWF*. Entretanto, o discurso no mínimo estranho chama logo a atenção, deixando o espectador intrigado sobre a origem de tal empresa da qual nunca se ouviu falar e sua estranha proposta. Logo, alguns espectadores acabaram sendo direcionados ao site, e ali encontraram mais informações sobre a empresa, o que produz e seus objetivos. No contexto do ARG, se alguém já estivesse inteiramente envolvido saberia que algo ali poderia estar relacionado ao jogo e, entrando em contato com demais participantes e trabalhando de maneira colaborativa, chegaria a uma informação que seria rapidamente difundida entre a comunidade de jogadores.

Para o ARG, esse vídeo foi um dos meios de apresentação do principal antagonista da campanha, a empresa *Arkhos*, e o início de um arco dramático, o da compra da Amazônia, que seguiria até o fim da narrativa. Outros vídeos também foram produzidos, porém mais voltados à estética de videoblog, consistindo em relatos gravados de personagens participantes do ARG

que eram postados em seus respectivos weblogs como forma de comunicação com os participantes.

2.3.2 TELEFONIA FIXA E MÓVEL

Durante a realização do *Zona Incerta*, uma mídia que não teve destaque compatível com sua importância, foi a telefonia, tanto fixa como móvel. De utilização restrita a intervenções pontuais em alguns *lives*, quando a comunicação através de tal mídia estabelecia um contato direto entre participantes e personagens criados para o ARG, a telefonia acabou não tendo uma importância muito grande dentro do *Zona Incerta*. Sobre o assunto, Rafael Kenski, um dos criadores e editor-chefe do projeto, disse em entrevista concedida para estes estudos:

Foi uma impossibilidade técnica. A gente tentou usar telefones em vários momentos do jogo, mas foi sempre inviável. O roteiro previa, por exemplo, um puzzle em um URA (aqueles sistemas de "Disque 1 para X, Disque 2 para Y"), uma espécie de labirinto nessa árvore de menus. Só que não tinha como: ninguém aluga um URA e comprar era muito caro. Algo parecido aconteceu com ações de celulares. Fazer ações em SMS para dezenas de milhares de pessoas custa muito, e os prazos são gigantescos. Chegamos a analisar também o uso de QR-Codes (ou Semacodes) mas era 2007, o iPhone nem tinha sido inventado e quase ninguém tinha smartphones. Também tentamos usar Skype, mas não rolou encaixar na história (aqueles recursos de skypecast não eram tão desenvolvidos - e, na verdade, não são até hoje). Então, no final, telefones ficaram só para ações pontuais, para conversar com participantes em *lives* e coisas assim. Hoje em dia, as possibilidades de celular são milhões de vezes maiores: de códigos a apps inteiramente dedicados ao jogo. (KENSKI, 2010)

Sob essa ótica, percebe-se que as intenções iniciais dos realizadores era investir amplamente no aspecto multiplataforma do projeto, explorando ao máximo todas as mídias que pudessem ser utilizadas de modo a contribuir a intensificação da experiência. Entretanto, da mesma forma que as inovações técnicas influenciam diretamente outras formas narrativas como o cinema, assim também o fazem com os ARGs, forma narrativa inerente ao ambiente de internet que tem na transmídia uma de suas características mais marcantes. Logo, as possibilidades ou impossibilidades que a telefonia oferecia em 2007 acabaram não sendo

compatíveis com esse tipo de iniciativa, o que, por outro lado, acabou sendo um dos diversos fatores que construíram o *Zona Incerta* da maneira que ele existiu.

2.3.3 INTERNET

Como os ARGs são considerados a primeira experiência narrativa nativa da internet, nada mais natural que seja essa sua mídia principal, e assim realmente sucedeu, não somente no ZI como em grande parte dos ARGs que se tem conhecimento. No caso aqui analisado, a convergência das demais mídias sempre apontava para o ambiente da internet, tanto que os realizadores implementaram um website que deveria funcionar como um ponto aglutinador daqueles que participavam da experiência. Nesse website, hospedado no endereço eletrônico www.zonaincerta.com.br, os participantes encontravam um fórum online onde deveriam trocar informações úteis a resoluções dos diversos enigmas e reunir todas as peças que ajudassem a compor um quadro que os levasse a resolver o mistério principal sobre o paradeiro do personagem Miro e a verdade sobre a empresa *Arkhos Biotech*.

É importante ressaltar que todos os websites envolvidos que faziam parte da linha narrativa principal do ARG (ou seja, aqueles que foram criados como representações de portais de empresas e organizações fictícias e *blogs* de personagens) foram desenvolvidos sempre tendo como base a verossimilhança e a coerência de produtos que fossem associados a entidades atuantes no mundo real.

2.3.3.1 WEBSITES

O principal website do ARG *Zona Incerta* deveria ser justamente aquele que deu nome à experiência. Entretanto, o site não foi utilizado da maneira que os realizadores imaginaram que seria e os participantes do ARG preferiram utilizar o fórum de um site de relacionamentos, dentro de uma comunidade criada e gerida pelos próprios participantes. Nessa comunidade os participantes concentraram todos seus esforços e trabalharam em conjunto para que a experiência do ARG fosse a mais rica e complexa possível. Do outro

lado, os realizadores também passaram a monitorar essa comunidade, no intuito de acompanhar como evoluía a relação entre a narrativa que estava sendo criada, o nível de dificuldade necessária para que os participantes realmente precisassem utilizar de sua inteligência coletiva e quais hipóteses os participantes formulavam sobre os rumos que a história tomava ou achavam que deveria tomar. Esses foram os principais websites do ponto de vista de um ponto de encontro online onde todos os participantes deveriam concentrar suas descobertas e onde o ARG deveria ser documentado e registrado para que outros participantes pudessem também interagir mesmo não estando desde o início como participantes. Entretanto, tais websites não fazem parte da narrativa do ARG, podendo-se dizer que estão do lado de fora da história que está sendo construída.

Assim, pode-se explicar a preferência dos participantes por utilizar um fórum de discussões autônomo, criado por eles e não ligado a quem está realizando o ARG, o que, de certa maneira, contribui para o fortalecimento do princípio TINAG. Em um fórum plenamente autônomo, os participantes poderiam, em tese, discutir livremente as ações que planejavam, comentar sobre os caminhos que a narrativa estava tomando, falar sobre a própria natureza do ARG e o que para eles isso significava, enfim, havia entre os participantes um pouco da ilusão de que em um fórum independente estariam livres da observação dos realizadores, o que de certa maneira parece tê-los deixados mais a vontade durante as discussões. Entretanto, o fórum oficial não foi completamente abandonado, os realizadores organizavam atividades que só poderiam se dar naquele espaço como a inserção de personagens debatendo alguns assuntos e compartilhando novas informações numa tentativa de viabilizar o aumento de tráfego naquele ambiente.

Os demais websites utilizados durante o *Zona Incerta* são exemplos de websites que estão inseridos na narrativa principal. São os blogs de personagens e websites de empresas e organizações ficcionais. Através dos blogs de personagens, como o *Taverna da Luneta* (blog do personagem Gastão, irmão de Miro), os realizadores dialogavam com os participantes de maneira natural e direta, transmitindo informações e apresentando novos enigmas diretamente através de algum personagem com o qual os participantes estavam familiarizados. Nessa categoria podem ser enquadrados os blogs *Taverna da Luneta* e *Blog da Olívia*, personagem de uma antropóloga que ajudava Gastão e Miro durante o ARG. A utilização de *blogs* e personagens que se comunicam através deles trabalham para criar a atmosfera imersiva que

atrai grande parte dos participantes. No caso do *Zona Incerta*, em alguns momentos o trabalho dos atores não contribuía muito para essa atmosfera, transmitindo uma sensação não-naturalista em suas interpretações nos vídeos exibidos através dos blogs, porém, em parte a suspensão da descrença²⁰ por parte dos participantes, e em parte a própria sensação de *realidade* que tal artefato diegético (*blog*) possui, por estar associada usualmente a registros diários da vida cotidiana das pessoas, parece ter criado nos participantes a empatia e cumplicidade pretendidas com os personagens.

Websites de empresas e organizações fictícias foram dois, o website da *Arkhos Biothec*, empresa farmacêutica que objetivava a internacionalização e o controle privado da Amazônia e exercia o papel de grande antagonista da história; e o website do grupo intitulado *Efeito Paralaxe*, organização que procurava denunciar a *Arkhos* ao mesmo tempo em que ajudava os participantes na resolução de enigmas. De maneira similar aos *blogs*, tais websites funcionavam para dar uma maior consistência ao universo da história na qual se baseava o *Zona Incerta*, também ajudando a criar a membrana que permite acesso além do “*círculo mágico*” (HUIZINGA, 2000), dando corpo à característica imersiva do ARG, estabelecendo pontos onde realidade e ficção se confundem. Entretanto, no caso específico do *Zona Incerta*, os limites entre realidade e ficção não foram explorados ao limite, sendo que muitas possibilidades abertas não foram aproveitadas, como disse o roteirista André Sirangelo em entrevista para esta pesquisa:

Uma coisa que eu percebi (e que acho que é uma coisa que diferencia os jogadores brasileiros dos jogadores mais experientes de ARGs ingleses e norte-americanos) é que os jogadores não tentavam muito testar os limites do jogo do ponto de vista da narrativa; por exemplo, ninguém nunca mandou e-mail para a Arkhos Biotech denunciando o plano dos heróis, ninguém resolveu criar um grupo que apoiava a causa da Arkhos, essas coisas que às vezes acontecem. Acho que eles entraram de cabeça na história e foram cativados pelos protagonistas, estavam 100% do lado deles e curtindo se deixar levar pela linearidade do jogo. (SIRANGELO, 2010)

20

Diz a "suspensão da descrença" que o espectador está disposto a aceitar limitações da história que lhe é apresentada, sacrificando o realismo ou plausibilidade da situação, em proveito do entretenimento. O termo

Visto que uma das características multiplataforma de um ARG é a dispersão da narrativa, a ideia de fragmentação se torna uma constante. Assim, é muito interessante notar que no *Zona Incerta* os próprios participantes caminharam na direção contrária, seguindo o máximo que conseguiam a linearidade da narrativa principal e não optando por investir nas diversas possibilidades que a experiência lhes proporcionava, dando margem a questionamentos sobre a natureza dos VUPs em face de suas raízes culturais e sociais. No entanto, isso não diminui a importância de sua participação, visto que mesmo preferindo aderir a uma narrativa mais linear, os participantes continuaram a ditar o ritmo da narrativa e a produzir demandas diferenciadas a cada movimento não previsto pelos realizadores.

2.3.3.2 FÓRUNS E CONTAS DE EMAIL

Contas de emails foram utilizadas como forma direta de comunicação entre participantes e realizadores, através de personagens inseridos na narrativa para desenvolverem o papel de ponte entre um grupo e outro. Personagens como Gastão, Miro e Olívia geralmente utilizavam blogs para intermediar esse contato, entretanto, a organização fictícia *Efeito Paralaxe* chegou a enviar emails pessoais para participantes específicos do ARG com o intuito de transmitir informações que posteriormente seriam compartilhadas com o restante dos participantes no principal fórum utilizado pelos mesmos.

Como visto anteriormente, dois fóruns foram desenvolvidos, um hospedado no site *Zona Incerta*, desenvolvido pelos realizadores do ARG, e outro no site de relacionamentos Orkut, dentro de uma comunidade criada e gerida pelos participantes. Foi nesse último que as discussões se desenvolveram, as informações foram reunidas e os enigmas e puzzles foram decifrados. A comunidade no site de relacionamentos ainda existe e ocasionalmente algum novo tópico é criado, seu endereço eletrônico é <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=26447153>. É interessante ressaltar que dentro o fórum criado dentro da comunidade a grande maioria dos participantes definia o ARG *Zona Incerta* como um jogo, mesmo sabendo que era inerente à sua natureza não ser considerado como tal. Segue a transcrição de um diálogo entre dois participantes dentro do fórum no dia 26 de Abril de 2007:

Vinícius – mila: mais tipow o mito flw q Eli eh um cientista e tal's se ele for tem q te algum registro dele. Se ele não for a *Zona Incerta* é uma farça eu axo concorda cmg???? A pergunta: *Zona Incerta* vida real ou um jogo fictissio?? (sic)

Mila – Vinícius. É um jogo ... fictício ... ARG (Alternate Reality Game). Por isso que vc não vai encontrar nada dessas pessoas, a não ser nos próprios sites relacionados ao jogo. (sic)

Entretanto, em momento algum os participantes, em sua maioria, deixavam de seguir as pistas e realizar as ações que lhes eram solicitadas de maneira que aquela experiência não parecesse real, muito pelo contrário, as discussões eram acaloradas e o empenho na resolução dos enigmas era enorme, o que demonstrava que, mesmo que conscientemente aquilo fosse uma espécie de jogo para eles, a experiência do ARG ultrapassava qualquer outra experiência do tipo que os participantes houvessem vivenciado.

2.3.4 MÍDIAS IMPRESSAS

Considerando-se mídia impressa também as impressões em latas de refrigerantes do *Guaraná Antarctica*, as mídias impressas foram utilizadas basicamente para a apresentação de puzzles e demais enigmas. Durante um grande evento denominado Desafio GA, ligado mais à patrocinadora, e que pertencia tanto à narrativa do ARG quanto às estratégias de marketing convencionais da Ambev, foram impressas milhares de latas de refrigerante com pequenos puzzles em cada uma delas. Para alguém que não participasse do ARG aqueles puzzles davam acesso apenas a prêmios distribuídos pela empresa de refrigerantes, porém para os participantes do ARG, os puzzles faziam parte de um enigma maior, que também em conjunto eles poderiam solucionar.

Também em mídias impressas, porém numa escala bem menor estava o mapa dividido em fragmentos e todo e qualquer cartaz que havia sido feito para o ARG, desde cartazes da patrocinadora com pistas, até cartazes da organização fictícia Efeito Paralaxe que foram espalhados por lugares estratégicos. Além disso, espaço publicitário em páginas de revistas do

grupo Abril foi utilizado pelo patrocinador para potencializar o ARG, como nos anúncios do desaparecimento do personagem Miro.

2.3.5 LIVES

Para que a experiência adentrasse de fato na vida pessoal dos participantes e não houvesse uma barreira que separasse o mundo do cotidiano do mundo do ARG, os realizadores intensificaram o *Zona Incerta* com aquilo que eles batizaram de *lives*, eventos que aconteciam com os participantes em tempo real e em lugares reais. Ao todo, foram quatro desses eventos realizados em três cidades diferentes: um em Curitiba, um em Paranapiacaba e dois em São Paulo. As cidades foram escolhidas de acordo com facilidade de produção no caso de São Paulo, visto que a equipe de realizadores encontrava-se ali; número de participantes na região, casos de Curitiba e também São Paulo; e função narrativa no caso de Paranapiacaba, pois o respectivo evento nessa cidade necessitava de uma caracterização e climatização voltadas para o gênero horror.

Em tais eventos, o planejamento era voltado para que os participantes exercessem papéis de protagonistas numa grande brincadeira de caça ao tesouro, tendo que encontrar pistas que levavam a outras pistas até a resolução final onde ocorreria um ponto de virada na narrativa principal com alguma descoberta importante. A dinâmica dos *lives* privilegiava o trabalho em equipe e utilizava também os participantes que não podiam estar presentes fisicamente como guias e orientadores dos que estavam participando presencialmente.

Além dos *lives*, outra principal atividade que exigia a execução de tarefas presenciais dos participantes foi a caça às garrafas que continham fragmentos de um mapa que indicava o caminho para uma cidade perdida que o personagem Miro deveria procurar. No total, 42 garrafas com fragmentos do mapa foram espalhadas por todo o país, indo de lugares como o Amazonas até o Rio Grande do Sul, e todas foram descobertas. Os fragmentos foram digitalizados e o mapa foi montado colaborativamente pelos participantes.

Tais eventos intensificaram a experiência a tal ponto que participantes que a princípio estavam reticentes em relação ao ARG, escreveram, ao término do mesmo, extremamente

entusiasmados no fórum. Como exemplo, destaca-se o depoimento a seguir, registrado no fórum no dia 28 de Maio de 2007 após a realização do evento final que reuniu realizadores e participantes num último *live* em São Paulo que se tornou a festa de encerramento do ARG:

(...)Um corredor com muitas fotos de todos os lives, com O EMAIL DO ARTHUR VIRGILIO, Banners com fotos dos bastidores, A ROUPA DO HARDEMBERG, O MAPA VERDADEIRO!!!!!! (...)Eles sabiam tudo sobre a gente. Nossas páginas pessoais. Super estranho. (...)FOI DEFINITIVAMENTE UMA DAS MELHORES COISAS QUE JÁ ACONTECERAM NA MINHA VIDA!! (sic).

2.3.6 REPERCUSSÃO (CASO DO SENADOR VIRGÍLIO)

O ARG *Zona Incerta* foi o primeiro ARG brasileiro a despertar um maior interesse dos grandes meios de comunicação, e parte disso se deve a um caso no mínimo curioso. No dia 29 de Março de 2007 o Senador Arthur Virgílio do PSDB do Amazonas, em discurso no Senado Federal, discursou sobre uma empresa que pretendia privatizar a Amazônia, a *Arkhos Biothec*, identificada por ele como “uma das maiores fabricantes do mundo de ativos vegetais para a indústria cosmética e farmacêutica”. No dia seguinte a notícia de que o Senador havia discursado contra uma empresa fictícia circulou pelos principais veículos de comunicação do país nas mídias impressas e audiovisuais. Desde então, o dia do discurso é considerado o dia nacional do ARG pelos que se interessam pelo assunto.

A confusão se deu por uma característica comum a todos os ARGs, a capacidade viral de sua execução somada ao caos gerado quando se adota um princípio como o TINAG. Durante uma visita do então presidente norte-americano George W. Bush a São Paulo, os realizadores viram ali uma oportunidade de ação dentro da narrativa que se desenrolava. Enviaram atores para uma localidade dentro do trajeto que o presidente norte-americano faria com sua comitiva pela cidade e avisaram alguns meios de comunicação sobre uma manifestação que seria feita. A manifestação consistia no grupo de atores portando faixas e cartazes contra a internacionalização da Amazônia e a empresa *Arkhos Biothec*. Um portal de notícias da região amazônica verificou o fato e realizou uma pesquisa parcial sobre a empresa fictícia,

encontrando seu website, publicando assim uma notícia incompleta e baseada em fatos não verdadeiros. Foi através desse portal que a assessoria do Senador Arthur Virgílio o comunicou e toda a situação desagradável foi construída.

A princípio os realizadores ficaram preocupados, pelo fato deles mesmo estarem ligados a uma grande empresa do ramo de comunicação que poderia se sentir prejudicada ao estar relacionada a um fato desse tipo. No entanto, a mídia espontânea que foi gerada a partir do ocorrido deixou satisfeitos tanto o patrocinador, que teve sua marca exposta como nunca, quanto os realizadores, que tiveram o seu trabalho exposto, elogiado e utilizado como exemplo em outras empreitadas do gênero.

Além da exposição obtida nos meios de comunicação, esse episódio demonstra também o sucesso na construção do universo da história por parte dos realizadores, transformando o Senador Virgílio no único “participante” a desafiar a linearidade narrativa ao levar a história para fora de seus limites pré-definidos. Com isso, demonstra também como funcionam as inúmeras entradas no universo criado para um ARG, o Senador Virgílio atuou como um participante qualquer que se depara com um *Rabbit Hole* e não sabe como reagir apropriadamente, o passo seguinte seria justamente procurar mais informações sobre aquela estranha empresa, o que não ocorreu, e aí está um dos maiores desafios para quem se propõe a desenvolver um ARG. Esses desvios de rota são comuns e podem mesmo gerar novas hipóteses e mudanças narrativas dentro da história, o que pode expandir os horizontes da experiência e torná-la mais rica e interessante, ou gerar desinteresse e afundá-la.

Os desenvolvedores do *Zona Incerta* pensaram em utilizar o episódio dentro da história, o Senador foi contatado e um acordo foi esboçado entre a patrocinadora, o Senador Arthur Virgílio e os desenvolvedores do ARG, porém, o acordo não pôde ser firmado e o episódio foi deixado de lado dentro do ARG. Aqui se tem um outro caminho não explorado pelos participantes, que poderiam ter utilizado o episódio ao criar relações entre o ocorrido e alguma intenção obscura da *Arkhos Biothec* ou algo similar. Entretanto, novamente aqui os participantes optaram por continuar seguindo a linearidade proposta inicialmente.

The screenshot shows the website 'congressoemfoco.com.br'. The header includes the site logo, a search bar with a 'BUSCAR' button, and the text 'enhanced by Google'. The date 'Segunda - feira, 10' is displayed in the top right. A navigation menu on the left lists sections: 'câmara', 'senado', 'congresso', and 'outras seções', each with an 'Agenda' link. Below the menu is a registration form for a newsletter with the text 'Cadastre-se' and 'Receba nosso boletim de notícias diariamente em seu e-mail.' The main content area features a headline: 'Jogo virtual confunde agência, senador e deputada'. The article text discusses a virtual game sponsored by Guaraná Antarctica, which confused Senator Arthur Virgílio and Deputy Perpétua Almeida. It mentions a reportage by Malu Delgado in the journal 'Folha de S. Paulo' and a fictional company 'Arkhos' created in the game 'Zona Incerta'. The article also touches upon a mystery involving biologist Miro Bittencourt and the privatization of Amazonia.

Figura 2 – Repercussão do caso Virgílio

Fonte: congressoemfoco.com

2.4 REAGRUPANDO O ZONA INCERTA

Este capítulo tem como objetivo principal analisar o ARG Zona Incerta como uma forma narrativa multiplataforma que utiliza a quebra de código com função narrativa e lúdica. Para que tal objetivo fosse atingido, o ARG foi desmembrado de modo a se obter uma análise mais detalhada da relação entre as partes e o todo, e a maneira como tudo se relacionava com a dinâmica colaborativa dos participantes. No decorrer do capítulo, tal abordagem levou a algumas conclusões mais práticas em relação ao objeto de estudo e suas particularidades: primeiramente, o *Zona Incerta* foi uma experiência mais linear que seus similares

estrangeiros, em grande parte pelo próprio direcionamento daqueles que participavam; em segundo lugar, seus participantes não extrapolaram os limites do “jogo”; e finalmente, a natureza imersiva e multiplataforma do ARG, a despeito das particularidades dessa experiência brasileira, não difere das demais realizações similares ao redor do mundo.

Sobre a linearidade da experiência, deve-se considerar o núcleo produtor e algumas particularidades de seu método de trabalho. A empresa por trás da equipe criativa do projeto era a Editora Abril, cujo principal negócio é a venda de revistas e de espaço publicitário nelas, o que acabou influenciando diretamente na organização dos principais pontos de virada dentro da narrativa. Como muitas informações no ARG deveriam ser passadas através de anúncios pagos pelo patrocinador em algumas revistas da Editora Abril, o cronograma estipulado no roteiro não poderia ser alterado de maneira tão drástica, e pelo menos em alguns pontos centrais, a narrativa só poderia avançar após a publicação de alguma nova pista ou informação. Tal expediente acentuava a necessidade de uma narrativa mais linear do que outros ARGs estritamente baseados em ambiente de internet que não possuíam tais limitações como o caso do *The Beast*. Assim, a linearidade encontrada no ZI possuía raízes já em seu desenvolvimento, embora tenha sido a postura dos participantes que ajudou a formatar tal característica.

É nesse ponto, na adoção por parte dos participantes de uma entrega sem precedentes na história dos ARG à linearidade narrativa sugerida pelo realizadores, que surge uma segunda característica marcante no objeto de estudo analisado. Quando se afirma que os participantes não extrapolaram os limites do ARG, parte-se do princípio que o contrário é o usual nesse tipo de experiência. Jane McGonigal, ao analisar como as relações entre participantes e experiência se dava de maneira imersiva nos ARGs, apresentou uma experiência na qual os participantes, ao confrontarem uma resolução que não atendia aos seus anseios, informaram aos realizadores que aquilo que fora apresentado como o final da história não seria assim considerado por eles, exigindo em seguida que a experiência continuasse até que chegasse a uma resolução adequada. De fato esses participantes ignoraram por meses a decisão dos produtores e continuaram atentos a qualquer indício de continuação do ARG do qual participavam (MCGONIGAL, 2004). Assim, em face de tal comportamento, recorrente em participantes da maioria dos ARGs já realizados fora do Brasil, chega-se a conclusão que a

atitude dos participantes do *Zona Incerta* pode ser considerada como exceção num contexto mais amplo de experiências similares já realizadas.

Retomando alguns conceitos aplicados a experiências como os ARGs, temos muito presente a ideia de jogos imersivos, o que por sua vez evoca termos como imersão, *pervasive*, coletivo e colaborativo. A distinção entre coletivo e colaborativo é simples, o coletivo apenas discrimina uma atividade que será realizada em grupo, logo pode ser aplicado à maioria dos jogos e atividades lúdicas existentes. O termo colaborativo, por outro lado, contém um significado um pouco mais específico, que reduz sua aplicação, no terreno dos jogos e atividades lúdicas, a algumas atividades específicas nas quais a colaboração (ato de cooperar, ajudar um ao outro) exerce papel fundamental, como um jogo de futebol ou uma brincadeira de caça-bandeira. Um ARG é uma experiência coletiva e colaborativa, apesar de ocorrer, durante a maior parte de sua duração, de maneira não presencial ao contrário dos jogos citados anteriormente. A natureza complexa e fragmentada do ARG em conjunto com as motivações incitadas nos participantes e as próprias ferramentas fornecidas pelo ambiente de internet tornam essas duas características universais, tornando toda experiência desse tipo, se executada de maneira adequada, necessariamente coletiva e colaborativa. O *Zona Incerta* não foi exceção, tendo sido do início ao fim essencialmente coletivo e colaborativo.

O termo em inglês *pervasive* utilizado pelos autores Markus Montola, Jaakko Stenros e Annika Waern, que pode ser traduzido literalmente como penetrante, infiltrador, foi adaptado na presente pesquisa para imersivo não apenas por uma questão de adequação semântica, mas também para que fosse estabelecido um paralelo com a ideia que a autora Jane McGonigal faz do termo. Para ela, o termo *pervasive* define um tipo de jogo mais específico e ligado ao mundo da telefonia móvel, que também se utiliza do ambiente da internet, porém sem a necessidade de ser uma experiência coletiva e características que estimulem a imersão naquele universo narrativo. Também sob esse ponto de vista, o *Zona Incerta* reúne todos os atributos de algo que pode ser considerado um ARG padrão bem executado. A constante tentativa de tornar o círculo mágico do jogo uma membrana que deixe jogo e realidade se atravessarem, utilizando os termos de Montola, Stenros e Waern, ao adotar como pedra fundamental no projeto princípio TINAG, findam por contemplar essa experiência brasileira com o mesmo status das demais realizadas em outros países, por possuírem todas elas as características consideradas primordiais para que tal realização seja considerada um ARG.

Assim, as particularidades encontradas no objeto de estudo se tornam um caminho novo a ser percorrido no intuito de que esclarecimentos sobre tais particularidades ajudem a desvendar ainda mais sobre as complexas relações encontradas entre realizadores, participantes, as motivações de ambos e como tudo isso se relaciona com a narrativa construída.

2.5 ZONA INCERTA E SEUS CONGÊNERES

Em qualquer comparação entre realizações de mesma natureza serão encontradas muitas divergências e também muitos pontos em comum. No entanto, a estrutura irá se manter e poderão ser destacadas as características básicas que definem os objetos. Com os ARGs não é diferente, e da comparação do *Zona Incerta* com outros ARGs podem ser destacadas aproximações e distanciamentos como em qualquer tipo de comparação, porém em toda tentativa de confronto entre o ARG brasileiro e algum outro americano ou europeu os pontos de convergência são sempre os mesmos. Por exemplo, da comparação entre três ARGs, *Zona Incerta*, *The Beast* e *Why So Serious?* são encontradas características essenciais como a natureza transmídia, a necessidade de participação coletiva e colaborativa e um grande grau de imersão na experiência. Já nas formas de execução e relacionamento dos participantes com o ARG diversas diferenças são encontradas. No caso do *Why So Serious?*, o aspecto imersivo era trabalhado de maneira mais intensa que nos outros casos, participantes chegaram a receber em seus telefones particulares telefonemas de personagens do ARG, que também estariam no filme a ser lançada em seguida. Também a auto-expressão dos participantes era estimulada constantemente, através de sites que solicitavam que os mesmo tomassem partido na trama que era desenvolvida, fosse ao lado dos protagonistas ou dos antagonistas. No caso do ARG *The Beast*, o volume de material criado era proporcional à habilidade que os participantes adquiriram em destrinchá-lo, criando uma experiência de proporções gigantescas, visto que os participantes ultrapassavam todas as expectativas previstas pelos realizadores. O *Zona Incerta*, por sua vez, construiu uma narrativa mais linear em comparação com os outros casos, o que acabou gerando nos participantes a sensação de estarem vivenciando algo próximo de um filme de ação e espionagem em cuja narrativa desempenhavam papéis decisivos.

Têm-se, então, diferenças entre experiências que possuem as características essenciais para que possam ser consideradas como ARGs, sem, no entanto, que a tais particularidades seja atribuído um julgamento de valor. Assim, não é o fato de uma experiência ter ido mais fundo no aspecto imersivo ou tido participantes mais ávidos por esgotar todos os caminhos esboçados em tais ARGs que irá medir o seu maior ou menor sucesso em sua realização. Percebe-se no *Zona Incerta* uma espécie de “aura transmidiática” que o permeava de tal modo que a partir do momento em que o mesmo encontrava-se funcional as mídias passavam a brotar naturalmente. Cada novo enigma que era solucionado pedia por um complemento, cada pista que deveria ser transmitida demandava uma mídia diferente, em alguns momentos a comunicação deveria ser feita através de vídeo, em outros através de textos, e o mais interessante é que os realizadores foram entendendo isso com o desenvolvimento do ARG, a cada tentativa frustrada e a cada acerto. A criação do roteiro, apesar de ter sido considerado mais linear que em outras experiências, era construído praticamente em tempo real, no ritmo que os participantes ditavam no exercício de sua cultura participativa.

De fato, o principal elemento do ARG são os participantes, pois são eles que ditam o ritmo da narrativa, apontam para as direções que a mesma deve seguir e se empenham ao máximo para seguir tal caminho. De passivos consumidores de mídia passam a uma grande comunidade criadora de conteúdo, reunindo informações e as reprocessando, transformando, e então compartilhando. Assim, o que se constrói não é apenas um jogo, mas sim uma experiência social diferente de uma festa, um jogo esportivo ou mesmo uma brincadeira como uma caça ao tesouro mais sofisticada. Com um ARG como o foi o *Zona Incerta*, as pessoas trabalham em conjunto em ambientes online e presencial, porém o fruto desse trabalho não é uma recompensa financeira ou orgulho individual, o fruto é a satisfação coletiva de ter vivido essa experiência, que no caso do *Zona Incerta*, até mesmo por ser uma experiência pioneira e muito baseada nas poucas que vieram antes, pode dar a impressão de um típico jogo de resolução de puzzles e enigmas onde no fim todos vão a uma festa. Entretanto, as possibilidades encontradas em um ARG são praticamente infinitas, e o *Zona Incerta* com seu pioneirismo e exímia execução demonstrou o potencial dessa ferramenta.

Indo no caminho trilhado por Jane McGonigal, chega-se a conclusão que a força por trás de um ARG pode ser medida pelo quanto tal experiência afeta as pessoas. De concreto da experiência que foi o *Zona Incerta* restaram um site com o resumo da narrativa e de toda a

experiência onde antes havia o portal *Zona Incerta*, o blog da personagem Olívia, e a comunidade criada pelos participantes. Nela, cerca de seis anos após o término do ARG ainda podem ser encontradas mensagens que datam de Junho de 2011, quatro anos após o término do ARG. Os participantes não conseguem esquecer tal ARG e procuram atentamente em qualquer lugar que pareça propício qualquer buraco de coelho que os leve até um novo universo multiplataforma a ser explorado.

2.6 A QUEBRA DE CÓDIGO COM FUNÇÃO NARRATIVA

A busca pelas garrafas foi talvez o momento de maior engajamento dos participantes do ZI, quando 42 fragmentos de um mapa que estavam espalhados por 14 estados brasileiros dentro de garrafas antigas de *Guaraná Antarctica* precisaram ser encontrados, reunidos e enviados já como um mapa completo para o personagem Miro de modo a auxiliá-lo na busca de uma cidade perdida. Esse momento dentro do ARG pode ser entendido como a metáfora perfeita para a quebra de código com função lúdica e narrativa. Uma vez entendido que:

Naturalmente todo código vem acompanhado de duas receitas: uma para codificar uma mensagem; outra para decodificar uma mensagem codificada. Decodificar é o que um usuário legítimo do código faz quando recebe uma mensagem codificada sem ser um usuário legítimo. Portanto para decifrar é preciso “quebrar” o código. (COUTINHO, 2005, p. 1)

Tem-se então, assumindo os termos em sua dimensão técnica, que decifrar é a tarefa de quebra de código propriamente dita, da resolução de um enigma sem que se possua a chave de sua decodificação. Logo, no caso das garrafas no *Zona Incerta*, o mapa fragmentado, além da alusão à própria fragmentação do texto ARG, pode ser compreendido como o código que precisa de uma chave correta para ser decodificado e então reunido como informação útil na forma de um mapa completo. No entanto, a chave para essa decodificação, a localização de cada um dos 42 fragmentos, não é dada aos participantes do ZI, sendo necessária a quebra desse código, ou seja, o esforço conjunto dos participantes para que a localização de cada um

desses fragmentos lhes seja revelada. Então, com a quebra desse código e a reunião dos fragmentos em um mapa completo, a narrativa pode continuar com outra sequencia do enredo sendo revelada, igualmente o aspecto lúdico está presente, uma vez que a satisfação de terem conseguido superar mais uma etapa e obtido sucesso em mais uma tarefa está garantida. Até que o próximo enigma seja apresentado e assim por diante.



Figura 3 – Mapa das garrafas completo e digitalizado pelos fãs.

Fonte: www.propipi.uff.br

CAPÍTULO 3 – *WHY SO SERIOUS?*: TRANSTEXTUALIDADE E MERCADO

Último ARG de grandes proporções realizado até o presente momento, *Why So Serious?* é um ótimo objeto para análise de como as novas narrativas, mais especificamente aquelas voltadas para múltiplas plataformas se utilizam das relações existentes entre os textos, chamada por Genette de transtextualidade, sejam as existentes dentro de uma narrativa multiplataforma, em ARGs intra-composicionais, ou externas a ela, em ARGs inter-composicionais, ajudam a moldar um novo público que surge num contexto de intensificação dos processos de convergência cultural e econômica.

Inserido nesse universo, esse consumidor pauta o nível de seu envolvimento com os textos a partir das relações que consegue enxergar entre os mesmos. Quanto mais relações e conexões ele consegue estabelecer entre os textos, mais enxerga neles qualidades que contribuam para uma experiência prazerosa e estimulante. Partindo-se desse pressuposto, as novas narrativas podem ser uma das melhores viabilizadoras dessas relações, uma vez que o texto disperso em múltiplas plataformas reúne todos os tipos de relações transtextuais possíveis, tanto em sua constituição enquanto um único texto disperso em diversas mídias, como em suas relações com todo um arqui-texto que o envolve.

O objetivo deste terceiro capítulo será explorar a mitologia contemporânea na qual os ARGs se baseiam e o novo consumidor desses conteúdos, o VUP, seguindo pelo viés da exploração da transtextualidade inerente ao contexto neobarroco de convergência midiática e cultural na qual esse novo público cresceu. Nunca esquecendo da importância do contexto sócio-econômico que fomentou tais mudanças (globalização e desenvolvimento tecnológico, notadamente o computacional).

3.1 ESPECTADORES, USUÁRIOS, JOGADORES: VUPS

Analisando uma intrincada e complexa estrutura narrativa que integrava filmes, vídeo games, quadrinhos e desenhos animados numa mesma história, apresentada através da franquia *The Matrix*, Henry Jenkins chegou à conclusão de que essa nova forma de franquia

representava “entretenimento para a era da convergência de mídias, integrando múltiplos textos para criar uma narrativa tão grande que não poderia ser contida em uma única mídia” (JENKINS, 2006, p. 137). Essa nova forma de entretenimento, chamada por Jenkins de narrativa transmídia, surgiu atendendo a uma demanda do público, cada vez mais ávido por histórias e personagens adequados a um contexto de convergência de mídias, ambientadas em mundos ficcionais complexos, acessíveis e duradouros.

Esse novo público, habituado a buscar formas de entretenimento em múltiplas plataformas de mídia e, com a democratização das ferramentas de produção, a desenvolver conteúdo próprio que atenda a demandas particulares de consumo, já foi categorizado de diversas maneiras. Entretanto, as noções de VUP e *prosumer* são as duas categorias que melhor definem esse novo tipo de consumidor de conteúdo. Termo cunhado pelo pesquisador e desenvolvedor de games Stephen Erin Dinehart, o VUP, abreviação para viewer (espectador), user (usuário) e player (jogador), é, em sua concepção inicial, aquele que possibilita que o texto ultrapassasse sua mídia de origem e adquira uma dimensão abstrata na imaginação do participante, que se torna dessa maneira o centro de qualquer experiência transmídia (DINEHART, 2006). Numa interpretação mais prática VUP é o “consumidor ávido e devotado que se utiliza de múltiplas entradas no universo transmidiático com o propósito de produzir e também compartilhar suas habilidades de ‘especialista amador’ junto aos demais membros de uma comunidade” (ALVARENGA; MASSAROLO, 2010, p. 4). Já o termo *prosumer*, neologismo cunhado pelo escritor Alvin Tofler para definir o consumidor que consegue, através das demandas específicas resultantes da customização de produtos e do crescente poder de escolha por parte dos consumidores, que a indústria produza aquilo que ele deseja (TOFFLER, 1980), atingiu sua forma atual através de pensadores de novas mídias e tecnologias como Chris Anderson, para quem o *prosumer* é o consumidor que, num contexto de convergência tecnológica e democratização das ferramentas de produção, torna-se também produtor, uma vez que:

A linha tradicional entre produtores e consumidores tornou-se menos nítida. Os consumidores também são produtores. Alguns criam a partir do nada; outros modificam os trabalhos alheios, remixando-os de maneira literal ou figurativa. No mundo dos blog, falamos de “ex-público” – leitores que deixaram de ser consumidores passivos e passaram a atuar como produtores ativos, comentando e reagindo a grande mídia por meio de seus blogs. Outros contribuem para o

processo com nada mais do que a propaganda boca a boca, potencializada pela Internet, fazendo o que já foi o trabalho dos DJs das rádios, dos resenhistas das revistas de música e dos profissionais de marketing. (ANDERSON, 2006, p. 58)

Tomando como ponto de partida esse novo consumidor de mídias, ao mesmo tempo VUP e *prosumer*, uma vez que tais conceitos se cruzam e se amalgamam, chega-se a questão de que texto, ou textos, ou ainda transtextos se adéquam melhor ao consumo de tão específicos e especializados espectadores, usuários, jogadores. Retomando Jenkins, tem-se nessa forma de “entretenimento para a era de convergência de mídias” (JENKINS, 2006, p. 137) definida pelo pesquisador norte-americano como narrativa transmídia um texto aparentemente ideal. Nesta dissertação esse espectro se amplia e a questão não se detém em qual forma narrativa seria a ideal para esse novo consumidor de conteúdos. A questão aqui é como esse novo público gera uma demanda por textos mais adequados ao contexto neobarroco de convergência ao mesmo tempo em que se configura enquanto consequência desse mesmo ambiente. Em outras palavras, a hipótese aqui levantada é a de que o novo consumidor de mídias é ao mesmo tempo criatura e criador de seu ambiente.

3.2 CRONOLOGIA DE *WHY SO SERIOUS?*²¹

The Dark Knight, filme de 2008 dirigido por Christopher Nolan, lançado no Brasil como *Batman – O Cavaleiro das Trevas*, trata-se, de uma adaptação para os cinemas de um personagem e de um universo ficcional surgidos nos quadrinhos. Tal obra se enquadra no conceito de narrativa transmídia proposto por Jenkins, por ter tido seu universo diegético expandido através de múltiplas plataformas de mídias através de um gigantesco Jogo de Realidade Alternada desenvolvido pela empresa americana *42 Entertainment* durante o ano que antecedeu o lançamento do filme. Conhecido como *Why So Serious?* O ARG foi uma experiência narrativa multiplataforma que reuniu um grande grupo de fãs aficionados em vasculhar o universo diegético do filme que estava em produção e interagir

21

Para a conferência de quase todos os detalhes de *Why So Serious* é recomendada uma visita ao site <http://www.whysoseriousredux.com/> que dispõe de uma vasta base de dados organizada pelos participantes sobre o passo a passo do ARG.

com personagens em situações que funcionaram como um prólogo do filme que estava por vir, antecipando parte do enredo e apresentando alguns personagens essenciais como o Coringa e Harvey Dent.

Em Março de 2007 alguns fãs encontraram um roteiro com algumas notas manuscritas e rasuras na plataforma *Showfax, Inc*, comunidade online dedicada a atores iniciantes com uma grande base de dados sobre testes de elenco, roteiros e seminários grátis. Em Abril do mesmo ano, foi postada uma última atualização no roteiro, supostamente ligado a um projeto chamado *Rory's First Kis*, mais tarde, participantes do ARG iriam relacionar o estilo das notas ao personagem Coringa, um dos dois pilares do Jogo de Realidade Alternada. Em Maio, o website *TheDarkknight.com* foi oficialmente lançado, exibindo apenas uma insígnia do Batman, fãs descobriram que ao clicar na insígnia o site era redirecionado para outro site, *Ibelieveinharveydent.com* que continha a propaganda do personagem Harvey Dent na campanha para promotor do distrito de Gotham City, cidade fictícia na qual acontecem as histórias do homem-morcego. Logo em seguida a descoberta do site de Dent, cartas de baralho do coringa foram encontradas em uma loja de quadrinhos na costa oeste norte-americana. O site de Dent sai do ar na sequência.

Em Julho de 2007, durante a conferência de quadrinhos e cultura pop Comic-Con, notas de um dólar rasuradas e com a frase *why so serious* estampada foram distribuídas. Descobriu-se que *Whysoserious.com* era um endereço válido que exibia um cartaz, montagem sobre o famoso cartaz *I want you* com o personagem Tio Sam convocando os norte-americanos para o exército, que continha uma contagem regressiva a terminar no dia seguinte e uma coordenada geográfica. Estava marcado o primeiro evento presencial do ARG. Neste evento, realizado na cidade de San Diego onde a Comic-Con acontecia, os participantes descobriam um número telefônico que levaria a solução de um enigma que havia tomado o lugar da contagem regressiva no site *Whysoserious.com*. Iniciava-se uma caça ao tesouro com os participantes resolvendo charadas no site para descobrirem em que lugar na cidade iriam encontrar o próximo enigma. Alguns dias após a caça ao tesouro o site saiu do ar para retornar como o website de um empresa fictícia de serviços de palhaços na qual as fotos de participantes que participaram da caça ao tesouro e em determinado momento se maquiaram como palhaços.



Figura 4 – Notas “jokerizadas” distribuídas na Comic-Con

Fonte: whysoseriousredux.com

Esse arco que envolvia o Coringa se pautava pelo recrutamento de ajudantes, como em Outubro de 2007 quando o site Whysoserious.com voltou ao ar e começou a estimular cada vez mais a participação do público ofertando como recompensa informações paratextuais ao filme como imagens de alguma cena e frases do roteiro. Uma dessas imagens quando clicada redirecionava o usuário para a página Rorysdeathkiss.com, título do projeto do qual o roteiro no início do ARG fazia parte. Nessa página, após alguns dias, um formulário de cadastro foi habilitado no qual o participante, entre outras informações, precisava informar seu endereço residencial. Para a residência de alguns participantes foi enviado um pacote que continha kits de maquiagem de palhaço, cartas coringa e um bilhete do Coringa agradecendo pelo engajamento demonstrado até então. Alguns participantes também receberam uma cópia impressa do jornal *Gotham Times*. Tal artefato levaria a descoberta de uma série de websites de instituições presentes em Gotham City como o site da polícia local, a empresa de táxi, o banco de Gotham entre outros. Nesse ponto outro elemento narrativo é apresentado, a corrupção policial em Gotham. Em Janeiro de 2008 o ARG dá uma pausa, provavelmente em decorrência do trágico falecimento do ator Heath Ledger, intérprete do personagem Coringa que havia sido o eixo da campanha até o momento.

Quando as ações em *Why So Serious?* são retomadas o foco passa a ser a campanha para promotor distrital do personagem Harvey Dent e a mobilização que até então girava em torno do Coringa é direcionada para esse propósito. Participantes são encorajados a saírem nas ruas demonstrando o apoio ao candidato. Em Abril o Coringa volta ao ARG e uma ação em larga escala é realizada quando um pacote contendo uma bola de boliche com um número

de telefone estampado e instruções de uso. Essa ação se tornou internacional com a inclusão das cidades de Londres (Inglaterra), Paris (França), Hong Kong (China) e São Paulo dentre os locais onde tais artefatos estavam escondidos. Vale ressaltar que nesse ponto do ARG havia se tornado comum o envio de mensagens de voz para os celulares de participantes, geralmente contendo alguma informação nova, mais propaganda da campanha de Harvey Dent e até ameaças do personagem James Gordon, tenente da polícia de Gotham, recriminando atitudes suspeitas de algum participante que tenha realizado muitas tarefas propostas pelo Coringa.

Em Junho de 2008 foi introduzido o telejornal Gotham Tonight, através do site Gothamcablenews.com, com atualizações sobre o andamento da campanha para promotor distrital, comentários sobre a atuação do Batman e a crise na polícia local. Após mais uma contagem regressiva no site Whysoserious.com no dia 10 de Julho de 2008 todos os sites da campanha foram invadidos pelo Coringa e vandalizados e um último puzzle disperso por algum desses sites levou a um formulário de registro para o pré-lançamento do longa-metragem em salas Imax, finalizando assim um dos maiores, senão o maior, ARGs já realizados.



Figura 5 – site do canal Gotham Cable News.

Fonte: whysoseriousredux.com

3.3 TEXTOS SELECIONADOS EM *THE DARK KNIGHT*

Grande parte do sucesso do filme junto ao público de fãs devotos, altamente especializados e familiarizados com o universo ficcional de Batman em tudo o que o mesmo os proporcionou de bom e de ruim, pode ser explicado através da maneira cuidadosa com que os realizadores do filme souberam se apropriar das relações entre texto fílmico (expandido pelo ARG) e demais textos do mesmo universo. Como o universo narrativo do Batman existe desde 1937, data da primeira publicação de uma história do personagem, é natural que muitas mudanças tenham ocorrido tanto em sua caracterização como personagem quanto na de seu mundo de histórias para que os mesmos não se tornassem anacrônicos conforme os anos passassem e a marca Batman não perdesse valor de mercado.

Com a constante recontextualização do personagem e gradativa migração para outras mídias que não os quadrinhos o personagem e seu universo ficcional foram mantidos, não sem dificuldades durante o processo, em uma posição de protagonismo dentre os mitos que constituem a mitologia pop. Algumas dessas histórias que compõem esse universo com o passar dos anos foram escolhidas pelos fãs como as que melhor representavam as características essenciais do personagem e de seu mundo, seja por alguma inovação que trouxeram na maneira de representá-los, pela abordagem sombria que destacasse características que os fãs cultuavam ou simplesmente por serem exemplos de histórias bem contadas dentro daquele universo. Em *The Dark Knight*, alguns desses textos cultuados foram retomados em alguma medida.

3.3.1 O CAVALEIRO DAS TREVAS

O título do filme alude a um dos textos mais cultuados dentro do universo do homem-morcego, a série em quadrinhos *Batman: The Dark Knight Returns*, lançada em 1986, escrita e desenhada por Frank Miller. Ambientada no futuro do personagem, a obra começa quando Bruce Wayne, em face da crescente criminalidade que toma conta de Gotham City, resolve abandonar a aposentaria e voltar a combater o crime. Nesse caso a relação pode ser compreendida apenas como uma citação textual explícita entre os títulos das obras, “relação

3.3.2 O LONGO DIA DAS BRUXAS

De modo parecido, parte do enredo do ARG, que mostrava a cruzada do futuro promotor de Gotham, Harvey Dent, contra o crime organizado e a corrupção policial na cidade que culminou, no filme, na transformação de Harvey Dent no vilão Duas Caras, trazia referências explícitas a outra série que gozava de prestígio entre os fãs, *Batman: The Long Halloween*, publicada originalmente entre 1996 e 1997, escrita por Jeph Loeb e desenhada por Tim Sale. Tanto que a frase *I believe in Harvey Dent* (*Eu acredito em Harvey Dent*), repetida constantemente na série em quadrinhos, tornou-se um dos dois principais bordões do ARG e, posteriormente, do filme. Nesse caso, a citação ao bordão é explícita e literal, diferente do título do filme, o que caracteriza uma relação intertextual. Já o enredo de *Batman: The Long Halloween* que foi em parte adaptado para ARG e filme configura uma relação hipertextual.



Figura 7 – Batman, Gordon e Harvey Dent em cenas da HQ e do filme.

Fonte: hqrock.wordpress.com

3.3.3 A PIADA MORTAL

Outro texto cultuado que se reflete diretamente no enredo do filme é *Batman: The Killing Joke*, edição especial escrita por Alan Moore e desenhada por Brian Bolland, publicada originalmente em 1988. Nessa história, o foco é a profunda relação que existe entre Batman e seu principal antagonista, o Coringa, numa abordagem psicológica que apresenta os personagens como partes de um todo que não pode ser desfeito, onde a obsessiva cruzada pela justiça de um se completa no frenesi psicótico do outro. Dessa obra deriva uma das cenas do filme, quando o Coringa após ser preso pela primeira vez é interrogado pelo Batman. No que também pode ser considerada uma relação hipertextual de adaptação.



Figura 9 – Página de *A Piada Mortal* no momento do interrogatório.

Fonte: Acervo pessoal.

3.4 BATMAN ENTRE TEXTOS

Nesses casos, foram destacadas noções de intertextualidade, paratextualidade e hipertextualidade, quando trechos consideráveis do enredo desses dos textos apresentados se repetem nos quadrinhos, no ARG e no filme, configurando um trabalho de adaptação propriamente dito, “toda relação que une um texto B (que chamarei hipertexto) a um texto anterior A (que, naturalmente chamarei hipotexto) do qual ele brota de uma forma que não é a do comentário.” (GENETTE, 2010, pg. 16). Além dessas noções, tem-se também os metatextos, comentários produzidos pelos fãs ou pela crítica especializada, que norteavam as discussões durante o ARG conforme as informações sobre o enredo eram disponibilizadas e o arquiteito, relação com os gêneros com os quais a obra se relacionava, quadrinhos, super-heróis, filmes de ação, aventura e todo outro gênero possível dentro do amálgama estilístico que é o filme de super-herói.

Tem-se então que, no texto multiplataforma que constitui *The Dark Knight*, partindo-se do princípio que ARG e filme compõem esse texto, a transtextualidade exerce papel fundamental na relação que se estabelece entre público e obra. Ao estabelecer um recorte de relações entre texto multiplataforma e um conjunto específico de obras conhecidas e cultuadas pelos fãs dentro do vasto universo ficcional de Batman, os realizadores do filme estão garantindo que a empatia entre público e obra adaptada seja atingida a contento, demonstrando “domínio daqueles traços que se escolheu imitar” (GENETTE, 2010, pg. 17) e conhecimento sobre quais obras a comunidade de fãs de Batman consideram os mais significativos dentro de todo um universo de textos dispersos através das décadas entre quadrinhos, seriados para TV, games, filmes, etc. Outro fator que acentua tal empatia é a existência de *Batman Begins* (*Christopher Nolan, 2005*), filme anterior que deu início a todo esse jogo de relações entre textos consagrados dentro do universo do Batman e a adaptação cinematográfica. Também realizado pela mesma equipe capitaneada pelo diretor Christopher Nolan, em *Batman Begins*, o texto consagrado mais destacado que o filme referenciava era o arco de histórias intitulado *Batman: Year One*, de Frank Miller e David Mazzucchelli, que, em meio a uma mudança de rumos editoriais da editora DC Comics, responsável pela publicação das histórias do Batman, recontou em 1987 as origens do personagem, atualizando conceitos e redefinindo seu universo, adaptando-o a uma estética mais realística e violenta, refletindo o

momento do mercado de quadrinhos nos anos 80, deixando de lado a representação mais leve, voltada ao público infanto-juvenil, adotada até então.

Outras categorias transtextuais também são importantes na relação que se estabelece entre *Dark Knight* e os fãs de Batman. Outros paratextos do filme, sinais acessórios que estabelecessem um comentário oficial sobre o texto (GENETTE, 2006), corroboram a pretensão despertada pela relação intertextual entre os títulos do filme e da série de Frank Miller, uma vez que predomina no *making of*, lançado junto aos extras da edição em DVD, um discurso pautado pela ideia de grandiosidade cinematográfica que Nolan e Wally Pfister, diretor de fotografia, buscaram ao optar pela captação de algumas sequencias do filme em IMAX, formato derivado do 70mm responsável por uma resolução bem acima da padrão à época. Tal discurso vai de encontro, junto com a grande campanha de preparação para o lançamento do filme, da qual foi parte fundamental o ARG, ao histórico de boa recepção dos fãs ao filme anterior, e todas as relações hipertextuais existentes entre filme e obras consagradas no universo Batman, a uma complexa e bem delineada apropriação transtextual do universo de Batman a partir de elementos reconhecidos e aprovados pela base de fãs com o objetivo de se construir um texto que interprete da melhor maneira possível, do ponto de vista dos fãs, a essência do universo de Batman.

Além de todas as relações entre *Dark Knight*, enquanto um único texto transmídia, e outros textos anteriores do universo de Batman, há também as relações internas à narrativa transmídia que se configura. Dada a dispersão narrativa em múltiplas plataformas de mídia, a capacidade de relacionar textos da maneira mais ágil possível passa a ser uma qualidade básica para o público ao qual tal texto se destina. Organizando-se em comunidades autônomas de fãs, nas quais impera o metatexto, comentários advindos da relação crítica (GENETTE, 2010, pg. 14-15), o público que participava ativamente do ARG, além de discutir as relações transtextuais que pouco a pouco eram percebidas, entrava em contato com um vasto material extra, que expandia o universo diegético do filme através de artefatos diegéticos como websites de instituições fictícias, material impresso relacionado a personagens, como panfletos e *botons* de apoio a Harvey Dent, e até um telejornal, transmitido pela internet, que acompanhava as atualizações sobre o enredo, atualizando diegeticamente a população de Gotham City, e narrativamente o público que acompanhava o ARG, sobre a situação da campanha para promotor da cidade, arco de Harvey Dent, e discutindo a situação de Batman

enquanto um justiceiro que atua à margem da lei. Parte desse material desenvolvido para o ARG na forma de cobertura jornalística diegética foi recuperado e adicionado aos extras das edições em home vídeo do filme, reiterando tais textos na expectativa de assim conseguir proporcionar a outro público, que não o de dedicados VUPs que participaram do ARG, parte da satisfação que tal expansão narrativa do universo ficcional criada a partir do filme poderia proporcionar.

Genette, ao se aprofundar sobre o tipo de relação transtextual chamado por ele de hipertextualidade, chega à conclusão de que:

Todo hipertexto, ainda que seja um pastiche, pode, sem "agramaticalidade" perceptível, ser lido por si mesmo, e comporta uma significação autônoma e, portanto, de uma certa maneira, suficiente. Mas suficiente não significa exhaustiva. (GENETTE, 2006, p. 44)

Aqui, tem-se que o texto transmídia funciona de maneira análoga ao hipertexto, em ambos, a leitura do texto não é condicionada ao conhecimento da existência dos outros textos com os quais esse se relaciona. Entretanto, quando tal leitura ocorre com esse conhecimento, o resultado da leitura é outro, mais complexo, completo, com vários outros níveis de significações. Inserido nesse contexto, um novo público emerge, extremamente apto e interessado em investigar essas relações. Quando tal investigação ocorre, “uma função nova se superpõe e se mistura com uma estrutura antiga, e a dissonância entre esses dois elementos co-presentes dá sabor ao conjunto.” (GENETTE, 2006, p. 45). Experimentar esses elementos co-presentes passa a ser o objetivo, e somente na múltipla leitura das múltiplas camadas através de múltiplos textos esse objetivo pode ser alcançado. Porém, esse novo público não é obrigado a ler todos os textos com os quais se depara, ele apenas o faz enquanto a experiência resultar no tipo de entretenimento que ele considera ideal, enquanto o sabor do conjunto continuar sendo mais agradável do que o de um texto isolado.

3.5 BATMAN: SIGNO DA CONVERGÊNCIA

Os Jogos de Realidade Alternada, enquanto forma de expressão, estão intrinsecamente ligados ao contexto de convergência cultural e midiática no qual o mercado assume papel central em qualquer discussão que envolva tão complexas formas de expressões, visto que, até o presente momento, somente inseridos no jogo dos complexos conglomerados de mídias os ARGs conseguiram alcançar sua expressão máxima, valendo-se de todo o intrincado sistema de fluxo de informações e do vasto campo de atuação que tais conglomerados possuem. O que torna um personagem como Batman o perfeito signo da convergência dentro desse contexto.

Personagem pertencente ao conglomerado de mídia Time-Warner Inc., que, entre outros negócios, controlam os estúdios Warner Bros., onde o filme foi produzido, e a editora DC Comics, onde o personagem se originou, o Batman reuniu ao longo das décadas um grande grupo de fãs apaixonados e dispostos a consumir qualquer produto que envolva sua paixão, desde que o mesmo atenda à premissas básicas de coerência textual e estética. Assim, não é de se espantar o sucesso recente que a franquia tem conhecido nos cinemas, principalmente a partir da entrada do diretor Christopher Nolan como responsável, não por acaso, um fã dedicado do personagem. Sucesso esse, consolidado comercialmente através do faturamento superior a US\$ 1 bilhão. Parte desse sucesso nas bilheterias pode estar associado a uma agressiva campanha publicitária, iniciada um ano e dois meses antes do lançamento oficial nos cinemas e cuja principal iniciativa foi a realização de um longo e elaborado ARG.

3.6 BATMAN, DOS QUADRINHOS AO ARG: AQUISIÇÕES, FUSÕES E O CONGLOMERADO DE MÍDIA

Um dos personagens mais populares criados pela indústria do entretenimento no século XX, o detetive mascarado Batman alcançou uma posição de destaque entre os ícones da cultura pop do século passado, convertendo-se num dos mitos que contemplam o que aqui foi definido como mitologia pop. Tão associado ao universo pop quando os Beatles ou a Coca-Cola, o personagem oriundo das histórias em quadrinhos foi reinventado, reproduzido, descontextualizado e reinterpretado tantas vezes e em tantas mídias através do século passado

e deste que se inicia que sua importância enquanto entidade narrativa há muito foi superada pela sua relevância enquanto signo, símbolo de um contexto cultural e econômico que se reflete nas estreitas ligações entre cultura e mercado, cuja mais representativa síntese talvez seja os conglomerados de mídia que, assim como o Batman, floresceram durante o século XX.

Personagem criado pelo desenhista Bob Kane e pelo escritor Bill Finger para a editora norte-americana National Allied Publications, Batman surgiu nas páginas da revista *Detective Comics* em Maio de 1937 na edição de número 27. A editora cresceu a partir do sucesso obtido com a publicação de revistas que inauguraram um novo segmento de histórias em quadrinhos voltadas para aventuras de personagens extraordinários que ficariam conhecidos como super-heróis. Entretanto, no caminho que vai da primeira publicação de Batman nos quadrinhos até a realização do ARG *Why So Serious?* e o lançamento do filme de 2008, o personagem criado por Kane e Finger teve seus direitos transitando de uma promissora editora que publicava histórias em quadrinhos de super-heróis a um dos maiores conglomerado de mídia da atualidade.

No caminho até a aquisição por parte da companhia que viria a ser a origem do futuro conglomerado, a editora DC passou por algumas transformações como mudança de nome e fusões entre editoras. Criada como National Allied Publications em 1935, a editora passou a se chamar National Comics após a fusão entre National Allied Publications e *Detective Comics Inc.* no início dos anos 40. Em seguida, adquiriu a All-American Publications e se uniu à distribuidora de revistas Independent News na criação da corporação National Periodical Publications. Foi como National Periodical Publications que a DC Comics (então já popularmente conhecida como DC Comics, embora tal nomenclatura só tenha sido oficialmente adotada em 1977) foi comprada pelo grupo Kinney National Services, Inc. em 1967 a National Periodical Publications, a agência de talentos Ashley-Famous e a Panavision. Na origem do grupo Kinney National, estão duas empresas, Kinney Parking Company e National Cleaning Company, que juntas atuavam em áreas tão diversas quanto serviços de estacionamento, limpeza de escritórios, construção civil, locação de carros, e cujos proprietários possuíam notórias ligações com o crime organizado. Em 1969, portanto três anos após a fundação do grupo Kinney National em 1966, foi feita a aquisição do grupo Warner Bros.-Seven Arts (nome dado à Warner Bros. após sua venda para a Seven Arts Productions em 1966), logo rebatizado como Warner Bros., Inc. (BRUCK, 1994).

Finalmente, em 1971, após um escândalo financeiro envolvendo o setor de estacionamento, o grupo Kinney National desmembrou os negócios que não envolviam entretenimento, criando a National Kinney Corporation, e mudou seu próprio nome para Warner Communications Inc. Nos anos seguintes, o grupo continuou expandindo os negócios, comprando e vendendo empresas e realizando negócios conjuntos com outros grupos. Foram negócios em diversos ramos do entretenimento, desde a aquisição e posterior venda da empresa de videogames Atari até a aquisição de quase metade da franquia de baseball Pittsburg Pirates. Em 1989 houve a fusão da Warner Communications Inc. com o grupo Time Inc., gigante da mídia impressa, criando o atual grupo Time-Warner Inc.

Analisando a origem da editora DC Comics e sua história de aquisições e fusões até sua incorporação pelo grupo que veio a se tornar um dos maiores conglomerados de mídia do mundo é impossível imaginar um dos principais ícones da editora desvinculado da noção de mercado. O universo ficcional da DC Comics com todos os seus personagens e mundos constitui o maior patrimônio da editora, tal patrimônio foi desenvolvido e incrementado contando muitas vezes com a aquisição de editoras concorrentes e suas respectivas propriedades intelectuais, personagens, mundos, conceitos, etc., e, após o estabelecimento do grupo Warner como um emergente conglomerado de mídia, a partir dos anos 70, com a sinergia proporcionada pela possibilidade de atuação simultânea em várias frentes. Com a editora se alimentando do sucesso das incursões de seus personagens em mídias audiovisuais (e vice-versa), posteriormente com a facilidade de promoção em meios impressos consagrados, e, mais recentemente, com a possibilidade de se utilizar múltiplas plataformas simultaneamente em uma narrativa unificada, personagens como o Batman se tornaram contundentes exemplos do que pode ser realizado por essas corporações.

3.7 WHY SO SERIOUS? E MERCADO

Iniciado em Maio de 2007, portanto mais de um ano antes da estreia do filme, a campanha publicitária de *Batman: O Cavaleiro das Trevas* teve na realização de um complexo e gigantesco ARG seu grande diferencial. Embora as formas tradicionais de publicidade não tenham sido abandonadas - trailers, pôsteres, licenciamento de produtos com a marca do

filme, espaços em mídias impressas e TVs, tudo foi utilizado da maneira apropriada para um lançamento desse porte - parte dessa publicidade estava integrada com a narrativa desenvolvida no ARG, com a liberação de pôsteres e trailers condicionada a ações que os participantes do Jogo de Realidade Alternada deveriam executar, por exemplo.

Why So Serious? começou, como a maioria dos ARGs, na internet, em websites, e prosseguiu com vídeos, mensagens telefônicas, enigmas em material impresso publicitário, além de diversos eventos presenciais nos quais os participantes eram estimulados e saíam às ruas realizando tarefas específicas como fazer passeatas, tirar fotos de si mesmos fantasiados e procurar artefatos que continham informações sobre o ARG ou o filme. A história do ARG antecipava elementos que seriam desenvolvidos no filme e servia como um prelúdio para a trajetória do personagem Harvey Dent, situando-se cronologicamente no momento em que ocorria sua campanha para promotor público de Gotham City.

A complexidade operacional encontrada em um ARG de grande porte como *Why So Serious?* é explicada em parte por características inerentes aos ARGs enquanto forma de expressão e em parte por especificidades das relações entre o tema abordado e escolhas feitas pelos produtores do filme e do ARG. Jogos de Realidade Alternada são uma forma de expressão relativamente recente (remonta a 2001, com *The Beast*) baseada em práticas transmídia que pressupõem uma nova lógica de mercado que leva em conta mercados de nicho e cultura participativa, com usuários e consumidores tendo um papel mais ativo na promoção de ideias, marcas e produtos. Assim, fazem-se necessários produtores especializados e integrados ao contexto, o que é o caso da *42 Entertainment*, empresa especializada em entretenimento e marketing digital, criada por desenvolvedores de jogos que participaram da criação da primeira campanha considerada um ARG, *The Beast*, como funcionários da divisão de entretenimento da Microsoft. Além da necessidade de agentes especializados que saibam desenvolver uma campanha que ao mesmo tempo conte uma história com elementos dispersos em várias mídias e estimule os participantes daquela experiência de modo a torná-los replicadores da campanha para outros públicos, o desenvolvimento do *Why So Serious?* contou com o desafio extra de lidar com anseios de fãs e do grupo Time-Warner ao lidar com um personagem tão icônico como o Batman.

A popularidade da franquia abordada, com a imensa popularidade do personagem chave e do universo ficcional que habita, explica a escolha dos desenvolvedores do ARG de

investirem mais em ações que incitassem a organização dos participantes na execução de complexas tarefas coletivas além da usual elaboração de complexos e intrincados códigos a serem decifrados por grupos de participantes em ambiente online. Os participantes, por exemplo, promoveram passeatas pela candidatura do personagem Harvey Dent para promotor público de Gotham City, encontraram 22 pacotes com celulares supostamente plantados pelo personagem Coringa espalhados por cidades através dos Estados Unidos, e enviaram fotos de si mesmos fantasiados de palhaços em diversas regiões do globo, mobilizando para essas tarefas milhares de pessoas extremamente entusiasmadas naquele tipo de experiência coletiva, demonstrando a escala massiva que o ARG alcançou.

Tal escala de realização obviamente demanda um maior investimento da Warner Bros. em publicidade, visto que a operação de um ARG nas dimensões de *Why So Serious?* tem um acréscimo significativo em sua complexidade operacional em relação a Jogos de Realidade Alternada mais modestos com foco apenas na manutenção de websites e raras ações em locais públicos ou alugados. Cada ação deve ser preparada com a maior atenção possível, equipes de apoio devem estar operantes e aptas a intervir ao menor sinal de problemas, além disso, tem-se todo o custo extra com material e serviços que, no caso específico de *Why So Serious?*, foi da confecção de materiais dos mais variados, aluguel de serviços de envio de mensagens telefônicas, projeção em grandes edifícios em Chicago e Nova Iorque, além do aluguel de um avião preparado para emitir sinais de fumaça nos céus da cidade de San Diego. Por outro lado, o sucesso do ARG enquanto extensão alternativa para a campanha publicitária do filme aparentemente não pode ser contestado. O filme obteve grande êxito de bilheteria e de crítica, assim como o ARG, premiado em Cannes com o Cyber Lions Grand Prix, demonstrando grande aceitação também por parte de profissionais do ramo publicitário.

Sempre é complicado analisar de fora uma experiência como o *Why So Serious?*, uma vez que todos os envolvidos não fornecem dados precisos sobre o quanto foi gasto com cada ação e o que funcionou melhor ou pior por razões óbvias, tudo o que envolve o lançamento de um filme de orçamento gigantesco é mantido em sigilo absoluto pelos produtores e investidores, uma vez que a competição nesse ramo de atividade é intensa e cada detalhe pode ser decisivo para o sucesso ou fracasso de uma empreitada que movimenta valores tão vultuosos. No entanto, ao se observar o comportamento de mesmos atores em circunstâncias similares futuras pode ser notada uma tendência de diminuição na utilização de ARGs como

Why So Serious? como parte de estratégias publicitárias de longa-metragens. O que leva ao próximo ponto.

3.8 DILUIÇÃO DA COMPLEXIDADE OPERACIONAL E ESTRUTURAL DOS ARGs

Tomando como fato que usualmente a publicidade de um filme dura em torno de três meses, paralelamente a preparação da distribuição, e que 60% de sua verba é utilizada durante a estréia (AUGROS, 2000), uma campanha como *Why So Serious?* só pode ser enquadrada dentro de um novo paradigma nas relações entre audiovisual e mercado. Tal quebra de paradigma está diretamente ligada à noção contemporânea de convergência cultural (JENKINS, 2006) que, entre outras ideias, dá ênfase ao mercado de nicho, do qual o maior expoente são as comunidades de fãs, e à cultura participativa, cuja popularização se deu após uma série de implementações e interfaces que possibilitaram uma utilização da internet voltada para a criação de conteúdo pelos próprios usuários, comumente chamada *web 2.0*. Em *Why So Serious?* tanto a comunidade de fãs como a cultura participativa foram estimuladas de modo a causar a sinergia necessária para que a campanha saísse do habitual nicho de usuários especializados que tais ações costumam atingir, de modo que um público massivo fosse diretamente atingido e os resultados da campanha se refletissem nas bilheteiras.

Com os resultados obtidos nas bilheteiras com o filme e os dados divulgados pela *42 Entertainment* com os números do ARG, seria natural imaginar que a utilização de Jogos de Realidade Alternada como parte de campanhas publicitárias de grandes produções se tornaria lugar comum em Hollywood. Entretanto, na prática isso não se confirmou, um ARG do tamanho e complexidade de *Why So Serious?* não voltou, até o momento, a ser realizado. Experiências multiplataformas, entre as quais se encontram os ARGs, são incorporadas, porém de maneira menos intensa, ARGs tem sua complexidade diluída em ações mais pontuais e modestas, e o que se observa é que os métodos mais tradicionais de publicidade continuam sendo a regra.

Quando da confirmação da continuação da franquia com a produção de mais um filme, fãs e observadores em geral ficaram atentos para alguma movimentação que indicasse a realização de outro ARG como parte da campanha publicitária para o novo filme. Com lançamento programado para Julho de 2012, tudo levou a crer que a campanha publicitária

que estava sendo desenvolvida para *The Dark Knight Rises* (Christopher Nolan, 2012) seguiria os passos da desenvolvida para o filme anterior quando, em Maio de 2011, a primeira imagem oficial do filme foi divulgada utilizando uma estratégia de marketing viral, o que sugeria que outro ARG poderia estar começando. Entretanto, as expectativas não se confirmaram, e, a despeito de uma modesta campanha viral iniciada em Dezembro de 2011 com o envio de alguns artefatos diegéticos para revistas relacionadas ao universo nerd norte-americano, o esperado Jogo de Realidade Alternada nos moldes de *Why So Serious?* não foi realizado. A campanha para o terceiro filme da franquia pode ter sido um indício dos possíveis rumos que experiências do tipo irão seguir, iniciativas envolvendo marketing cruzado, práticas transmídia e mobilização de fãs já fazem parte do cotidiano de conglomerados de mídia como a Time-Warner e o que se observa após o sucesso de grandes e complexas experiências como o ARG *Why So Serious?* seguido da substituição de tais empreitadas por outras similares e mais simples é que o mercado está se adaptando novamente a um novo contexto e se remodelando a partir disso.

3.9 ARGS COMO EMBLEMAS ALEGÓRICOS

Pensar uma mitologia pop baseada em mitos criados pela disseminação da comunicação, e conseqüentemente, do entretenimento de massa pressupõe uma reflexão sobre o contexto no qual tal mitologia se constrói. Em sua atualização do neobarroco, Angela Ndalianis concebe a ideia de franquias de mídias e signos seriais como emblemas alegóricos do poder das corporações que o produzem (NDALIANIS, 2004). Através da análise do objeto aqui apresentado, a reflexão de Ndalianis corrobora a hipótese de uma tendência atual de diminuição da complexidade estrutural dos ARGs como resultado sua conseqüente adequação ao mercado. Em suas análises sobre o entretenimento contemporâneo e a tendência à serialização da narrativa, a pesquisadora, após analisar a lógica alegórica por trás da imponência arquitetônica e das esculturas encontradas no palácio de Versailles, formula a seguinte hipótese:

Impulsionadas por demandas de globalização e corporativismo multinacional, indústrias de entretenimento têm lógica econômica, audiência, e uma forma de alegoria do poder extremamente diferentes daquelas encontradas em monarcas como Luís XIV. No entanto, a serialização que se tornou parte integrante da indústria também funciona veículo alegórico: O signo serializado (seja ele Batman, Lara Croft, ou Star Trek) também se torna um emblema alegórico do poder da corporação que deu origem a ele (Time-Warner, Eidos Interactive, e Paramount/Viacom, respectivamente, nos exemplos dados) (NDALIANIS, 2006, p. 55).

Tal hipótese se confirma quando se observa como a máquina corporativa de um grupo como o Time-Warner é colocada a serviço de um personagem como Batman, ao mesmo tempo em que tal personagem, o signo serializado em questão, alimenta essa mesma máquina criando um ciclo que se encerra e impulsiona o grupo a continuar reinvestindo e lucrando com um mesmo personagem praticamente indefinidamente. Nesse contexto, a realização de uma experiência como o ARG *Why So Serious?* tem sua função dentro da lógica de mercado enquanto uma tentativa de adequação a uma nova demanda de consumo por uma forma diferente de conteúdo, que envolve as novas narrativas para multiplataformas; e, paralelamente, dada a possibilidade de realização do mesmo dentro das dimensões e complexidade destacadas, aponta que a utilização de um Jogo de Realidade Alternada possui também seu papel dentro da construção de um emblema alegórico, composto numa dimensão mais ampla pelo próprio signo serializado que é o Batman, para o poder e abrangência de ação que um conglomerado como o Time-Warner possui dentro da indústria do entretenimento e do mercado globalizado.

É fato que nas experiências similares que se seguiram a complexidade e tamanho do *Why So Serious?* não foram repetidos, mas o que poderia explicar esse movimento, dado o aparente incontestável sucesso do ARG? Em primeiro lugar, os números apresentados pela *42 Entertainment* como argumento para explicar o sucesso do case não se sustentam a uma análise mais aprofundada. Em seus números oficiais, a empresa contabiliza mais de 10 milhões de participantes em mais de 75 países. Em números absolutos é provável que estejam certos, porém, a forma de contabilização desses números revela claras inconsistências, visto que o simples acesso a qualquer um dos websites que foram utilizados durante o ARG (centenas, também segundo números da empresa) entra na conta como participação, não importando o nível de envolvimento desse participante, tampouco a frequência com que acompanhou os acontecimentos.

Em Jogos de Realidade Alternada a maior parte dos participantes únicos responsáveis pelo grande volume de acesso aos websites envolvidos são de espectadores ocasionais, muitas vezes de usuários que, inseridos no centro de uma narrativa desconhecida e uma abordagem não usual, sequer voltarão a acessar aqueles sites, não gerando, dessa maneira, o marketing espontâneo e o envolvimento afetivo com a marca, considerados os diferenciais dessas campanhas. Os participantes que realmente fazem a diferença em campanhas dessa natureza são aqueles mais dedicados, os já mencionados VUPs, participantes ativos na construção da experiência e futuros agentes na geração de publicidade gratuita para o filme. Assim, torna-se difícil a tarefa de traduzir em números que não sejam distorcidos uma experiência como o *Why So Serious?*.

Então, pode-se supor que os resultados alcançados em bilheteria justifiquem a realização de um ARG como *Why So Serious?*, porém, mesmo essa relação direta de causa e consequência não joga totalmente a favor do ARG. É fato que *Batman: O Cavaleiro das Trevas* obteve resultados impressionantes em bilheteria, entretanto, só a realização do ARG, obviamente, não dá conta de tal êxito comercial. Do lançamento do filme de Nolan até o presente momento, onze filmes obtiveram melhores resultados em bilheteria²², sendo um deles sua sequência *The Dark Knight Rises*, sendo que nenhum deles realizou Jogos de Realidade Alternada complexos e demorados como *Why So Serious?*. Tais dados não implicam numa crença de fim dos ARGs ou algo do tipo, apenas sugerem que tal forma de expressão também está sujeita à lógica do mercado. Sobre essa lógica, Octavio Ianni já escreveu:

Na medida em que se desenvolve, o capitalismo tanto revoluciona as outras formas de organização social e técnica do trabalho e da produção com as quais entra em contato, como transforma reiteradamente as formas de organização social e técnica do trabalho e da produção já existentes em moldes capitalistas. (...) A dinâmica desse modo de produção cria e recria, contínua e reiteradamente, as forças produtivas e as relações de produção, seja pelo desenvolvimento extensivo como pelo intensivo. As novas tecnologias, por exemplo, podem tornar as outras tecnologias obsoletas, da mesma forma que podem tornar obsoletas outras formas de mobilização da força de trabalho. (IANNI, 2000, p. 179)

²² The Hobbit: An Unexpected Journey (Warner Bros., 2012), The Dark Knight Rises (Warner Bros., 2012), Skyfall (Sony, 2012), Iron Man 3 (Buena Vista, 2013), Marvel's The Avengers (Buena Vista, 2012), Alice in Wonderland (Buena Vista, 2010), Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides (Buena Vista, 2011), Toy Story 3 (Buena Vista, 2010), Transformers: Dark of the Moon (Paramount, 2011), Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2 (Warner Bros., 2011) e Avatar (Fox, 2009). Fonte Box Office Mojo, disponível em <http://www.boxofficemojo.com/alltime/world/>

Portanto, não é senão como consequência natural dessa dinâmica capitalista que experiências como Jogos de Realidade Alternada estão sendo reconfiguradas de modo a serem absorvidas pelas formas de produção contemporâneas, que por sua vez se utilizam dessa nova forma de expressão para se adaptar melhor ao contexto de convergência cultural. Ao elencar os pontos positivos de *Why So Serious?*, o pesquisador norte-americano Aaron Smith elencou os que se seguem: capacidade de narrativas transmídia serem ideais para audiências fragmentadas, o que aumentaria as chances dos anúncios atingirem seu público-alvo; de oferecerem diversos pontos de entrada na história, expandindo o potencial do marketing realizado; além de estimular o envolvimento do público que, ao perceberem seu papel ativo na experiência que vivenciam, estabeleceriam laços mais fortes com a marca, produto ou personagem central da campanha ou história (SMITH, 2008). O que os conglomerados perceberam foi que poderiam obter os mesmos resultados em termos financeiros e de envolvimento entre público e marca sem necessariamente empreender campanhas tão grandes ou complexas como as que envolvem ARGs. Assim, a complexidade da experiência passa a ser diluída quando os conglomerados que detêm os meios de produção percebem que conseguem atingir os mesmos fins ao desenvolverem campanhas mais pontuais que ofereçam as mesmas recompensas que um ARG poderia oferecer.

3.10 O ESTADO ATUAL DOS JOGOS DE REALIDADE ALTERNADA

Em Julho deste ano, 2013, foi ao ar o site trask-industries.com, página das Indústrias Trask, empresa fictícia pertencente ao universo de histórias do grupo X-Men, ícones dos quadrinhos de super-heróis. No site, os perfis dessa indústria e de seu fundador, Bolívar Trask, são traçados resultando num discurso que qualquer um familiarizado ao universo dos X-Men reconhece de imediato: O combate à ameaça que os mutantes (dentre os quais os X-Men) representam para os seres humanos. Tal artefato diegético explora parte do enredo do próximo filme da franquia dos super-heróis mutantes, *X-Men – Dias de um Futuro Esquecido* (*X-Men: Days of Future Past*, Brian Singer) que será lançado no primeiro semestre de 2014.

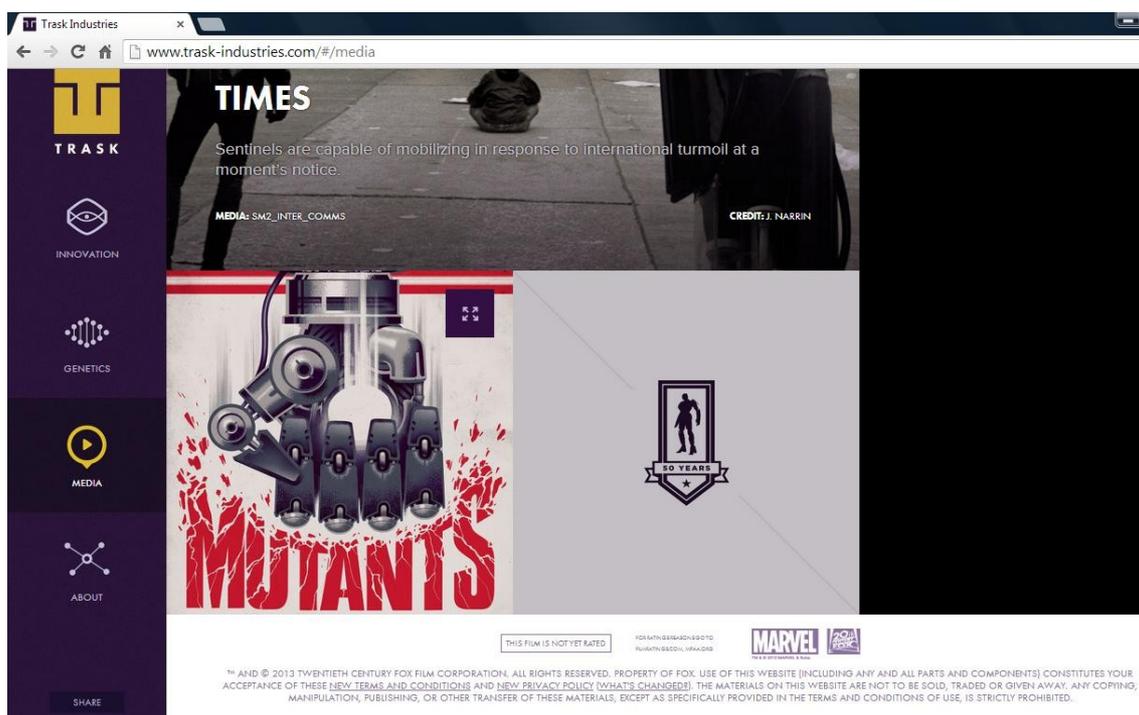


Figura 9 – Site das Indústrias Trask com as informações institucionais não diegéticas em sua aba inferior.

Fonte: trask-industries.com

O site das Indústrias Trask não difere em quase nada dos sites fictícios comumente utilizados em ARGs como artefatos diegéticos: possui identidade visual própria e não menciona em seus vídeos e textos o filme, mantendo seu discurso interno à diegese. Entretanto, um detalhe o coloca em outro patamar em relação a artefatos diegéticos de Jogos de Realidade Alternada. Numa aba inferior na página, informações sobre o projeto cinematográfico ao qual está atrelado revelam que o site faz parte de uma campanha publicitária, ou seja, o princípio TINAG não é utilizado e o mistério decorrente do mesmo não se instaura, não há o acordo tácito entre realizadores e participantes que transforma um website num código para um seletivo grupo de fãs *hardcore*. O que em si não seria suficiente para se desconsiderar a possibilidade do site fazer parte de um ARG, uma vez que o princípio TINAG foi sendo abandonado com a progressiva popularização dos Jogos de Realidade Alternada, motivo pelo qual foi considerado nesta dissertação como uma característica que pode ou não ser encontrada em ARGs, o que configura seu caráter marginal. Porém, outra característica ausente no site das Indústrias Trask o define enquanto um artefato diegético

pertencente a uma campanha viral e não a um ARG. No site não há nenhum enigma escondido, nenhum código a ser quebrado que leve a outro artefato, servindo como um *habbit hole*, no linguajar dos participantes de ARG. O site se encerra em si mesmo, não sendo o ponto de entrada para nada que não a campanha publicitária do filme.

Entretanto, a situação pode mudar de figura a partir do momento em que outro elemento aponte para outra direção. Pode ser que isso tenha acontecido neste mês de Novembro com o lançamento do site thebentbullet.com que revela novos elementos da trama do filme. Dessa vez é explorada uma inserção da trama do filme na História oficial norte-americana quando o personagem Magneto está preso há anos pelo envolvimento no assassinato do presidente John Kennedy em 1963. O site é desenvolvido como a página de um documentário que retoma esse momento histórico e suas consequências, sempre diegéticas. Pode ser que desse site algo maior surja, entretanto, dadas as evidências, o mais provável é que se trate apenas de uma campanha publicitária mais convencional e que esse recente site seja, tal como o das Indústrias Trask, apenas mais um artefato de marketing transmídia, ainda que um bem elaborado e com elementos narrativos. Experiências como essa podem ser analisadas como herdeiras dos Jogos de Realidade Alternada, sem que, no entanto, isso signifique que os ARGs são uma forma narrativa já morta, uma vez que, existindo os meios para que ela se desenvolva nada impede que seja resgatada e realizada novamente.

The screenshot shows a web browser displaying the homepage of 'The Bent Bullet'. The browser's address bar shows 'www.thebentbullet.com/#!/home'. The website header includes the 'The Bent Bullet' logo, navigation links for 'WATCH THE VIDEO', 'READ THE FULL ARTICLE', and 'SIGN-UP', and a share icon. The main content area features a large image of a newspaper clipping with the headline 'JFK AND THE MUTANT CONSPIRACY'. The text on the clipping reads: 'Half a century ago, Magneto was implicated in the mutant plot to assassinate President John F. Kennedy. The events of that fateful day in November have been a point of contention between humans and the mutants ever since.' Below the clipping is a 'Continue' button. At the bottom of the clipping, it says 'A FICTITIOUS EXPERIENCE FROM THE WORLD OF X-MEN: DAYS OF FUTURE PAST'. The footer contains the Marvel logo, copyright information for 2013 Twentieth Century Fox Film Corporation, and a disclaimer about the site's content. A small box in the bottom right corner states 'THIS FILM IS NOT YET FATED'.

Figura 10 – Site do documentário fictício The Bent Bullet.

Fonte: thebentbullet.com

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os Jogos de Realidade Alternada foram aqui apresentados como uma forma de narrativa multiplataforma que tem na quebra de código com função narrativa e na intensa transtextualidade pautada por aquilo que aqui se convencionou chamar mitologia pop suas duas características principais. No método de análise empregado, optou-se pela não utilização de uma abordagem estritamente narratológica, e sim pela navegação por disciplinas e áreas do conhecimento de modo a reunir um aporte teórico multifacetado e coerente dentro da proposta e dos objetivos traçados. Os objetos de análise escolhidos, os ARGs *Zona Incerta* e *Why So Serious?* proporcionaram dois modelos de análises que, apesar de contemplarem as duas características básicas dos Jogos de Realidade Alternada, apresentam duas estruturas diversas ao se tomar como parâmetro sua natureza multiplataforma: o primeiro um ARG intra-composicional, ou seja, fechado em si mesmo; e o segundo inter-composicional, parte de uma narrativa multiplataforma mais extensa que envolve ARG, o filme *Batman: O Cavaleiro das Trevas* e a franquia cinematográfica capitaneada por Christopher Nolana como um todo.

Durante o percurso da pesquisa alguns questionamentos pairaram sobre os objetos, sem, no entanto, que lhes fosse apresentada alguma resposta direta e objetiva. O motivo para isso é que esta dissertação não pretendeu em momento algum resolver assunto de tamanha complexidade como a natureza por trás dos Jogos de Realidade Alternada. ARGs possuem características tanto de jogos quanto de narrativas e podem ser observados como as duas coisas ao mesmo tempo. O que seria a quebra de código com função lúdica e narrativa se não uma característica comum aos jogos? E a intensa transtextualidade também não estaria presente na narrativa transmídia, assim como a dispersão textual em múltiplas plataformas? A resposta às duas perguntas é sim, entretanto é impossível ignorar que essas características acrescidas daquelas marginais já exploradas, como o princípio TINAG, por exemplo, compõem um conjunto que merece, no mínimo, um olhar mais atencioso. A busca por esse olhar foi o foco aqui. A metodologia empregada na escolha dos objetos e distinção nas formas de análise se pautaram por esse princípio.

O *Zona Incerta* recebeu uma abordagem mais expositiva porque o principal objetivo do segundo capítulo era expor um panorama de como um ARG se relaciona com as mídias e

seus participantes. Uma vez que a discussão teórica apresentada no primeiro capítulo transitou por alguns campos do conhecimento sem necessariamente se deter aprofundadamente em nenhum deles, fez-se necessário focar as análises dos objetos em pontos e abordagens mais específicos para que o detalhamento de cada experiência não fosse prejudicado. Assim, utilizou-se o Zona Incerta como exemplo de uma narrativa para multiplataforma, mantendo-se o foco da apresentação do objeto em sua fragmentação e dispersão textual por diversas mídias, para que, a partir desse ponto de partida, fossem alcançados outros pontos de interesse para a pesquisa como a relação dos participantes com o ARG e a noção de quebra de código com função lúdica e narrativa.

Já no ARG *Why So Serious?* foi investigado o intrincado caminho que os múltiplos enredos encontrados no jogo de realidade alternada trilharam desde suas origens nos quadrinhos até sua reconfiguração transmidiática nas múltiplas plataformas. Assim, a análise se deteve sobre as relações transtextuais existentes entre quadrinhos, ARG, filmes, e como essas relações refletem a constituição daquilo que Angela Ndalianis chamou de emblema alegórico do poder das corporações que o produzem. Tal vasto universo narrativo derivado de uma propriedade intelectual como o Batman proporciona ao conglomerado que o possui uma infinidade de possibilidades comerciais e artísticas indo das adaptações e licenciamentos mais simples às experiências narrativas mais complexas e coordenadas como o ARG *Why So Serious?*. Dessa maneira, esboça-se um cenário que este trabalho procurou tatear, no qual o apelo dos signos serializados junto a sua base de fãs reverberam no mercado, que então se movimenta no sentido oposto, reverberando assim no apelo dos signos serializados junto a sua base de fãs. Esse é um aspecto que pode ser aprofundado em trabalhos posteriores.

Um dos pontos nevrálgicos para o entendimento das reflexões aqui apresentadas é a noção introduzida sobre mitologia pop. Considerando cultura pop como a cultura derivada dos meios de comunicação de massa, mitologia pop seria então o conjunto dos ícones culturais construídos em larga escala durante todo o século XX e início do século XXI. Sem entrar no mérito do desequilíbrio de influências entre as nações mais ou menos economicamente desenvolvidas na criação e exportação desses mitos contemporâneos, a presente dissertação se limitou a apresentar esse universo e tentar delimitar suas fronteiras. Aqui, encontra-se talvez o caminho mais adequado ao desenvolvimento de trabalhos futuros. A análise aprofundada de

trabalhos de teóricos como Claude Lévi-Strauss e Roland Barthes sugerem um norte inicial para essa abordagem.

Por hora, mesmo tendo a plena consciência de que as relações de consumo que formataram tais mitos nunca deixarão de fazer parte de suas constituições enquanto signos de uma sociedade de consumo, a posição aqui defendida é a de que uma vez que esse mitos estão inseridos no imaginário popular eles passam a pertencer tanto ao universo mítico dessa cultura popular globalizada, dentro da já mencionada mitologia pop, quanto pertencem aos conglomerados de mídia aos quais pertencem. Ou seja, por mais que os fãs não possam, a princípio, produzir histórias oficiais do Batman ou outro ícone qualquer, são eles que irão definir, direta ou indiretamente, quais textos dentro daquele universo ficcional podem ser considerados canônicos ou devem ser descartados na construção daquele mito específico. Desse modo, pode-se inferir que os fãs são quem de fato possuem tais mitos, uma vez que os conglomerados são desintegrados, fundidos, divididos constantemente com o capital que os mantém trocando de mão a todo o momento, mas os mitos, uma vez enraizados no seio de um povo, de uma sociedade, sobrevivem e se adaptam, mudando de máscara sempre que necessário, mas quase nunca deixando de existir.

Os Jogos de Realidade Alternada foram aqui considerados novas narrativas para múltiplas plataformas e esclarecer o que isso significa é o objetivo principal. Retomando a introdução, essas narrativas são novas por estarem inseridas num contexto neobarroco de convergência cultural e midiática e, principalmente, por trazerem embutido na forma como são estruturadas o dna da convergência, a aura multiplataforma, o estigma transmídia. Não se buscou aqui nenhum caminho que apontasse para a futurologia prescritiva ou o exacerbado louvor tecnológico, do contrário esta dissertação procurou reafirmar a força e permanência da arte de contar histórias em nossa época. Em seu texto *O Narrador: Considerações Sobre a Obra de Nikolai Leskov*, Walter Benjamin defende que a difusão da informação era decisivamente responsável por aquilo que ele observava como declínio da arte narrativa (BENJAMIN, 1994), segundo o autor, “metade da arte narrativa está em evitar explicações” (BENJAMIN, 1994, p. 203). Ao contrário do que previu Benjamin, a difusão da informação não findou por eliminar o papel do contador de histórias, nem a importância do *storytelling*. Tais práticas sobreviveram e se adaptaram às transformações que o culto à informação trouxe. Nesta dissertação procurou-se observar alguns desses casos nos quais a arte de contar histórias

permaneceu ativa, imersa numa cultura de convergência pautada pelo intenso trânsito entre as mídias, mitos e histórias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

AUGROS, Joël. *El Dinero de Hollywood: Financiación, Producción, Distribución y Nuevos Mercados*. Barcelona: Paidós, 2000.

BRUCK, Connie. *Master of the Game: Steve Ross and the Creation of Time Warner*. New York: Penguin Books, 1994.

CALABRESE, Omar. *A Idade Neobarroca*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1987.

CAMPBELL, Joseph. *As Máscaras de Deus: Mitologia Criativa*. São Paulo: Editora Palas Athena, 2010.

CASTRO, Cosette. “Conteúdos Digitais”. In: *Enciclopédia INTERCOM de Comunicação*. São Paulo: INTERCOM, 2010. Vol. 1.

COUTINHO, S. C. *Números Inteiros e Criptografia RSA*. Rio de Janeiro: IMPA, 2005.

DENA, Christy. *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. Sydney: University of Sydney, 2009.

DINEHART, Stephen E. *Transmedial Play*. Los Angeles: University of Southern California (USC), 2006.

GENETTE, Gerard. *Palimpsestos: A Literatura de Segunda Mão*. Belo Horizonte: Editora Viva Voz, 2006.

HOBBSAWM, Eric. *Era dos Extremos: O Breve Século XX: 1914-1991*. São Paulo, Companhia das Letras, 2002.

IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

JENKINS, Henry, “*Transmedia Storytelling 101*”. *Confessions of an Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins*, 2003. Disponível em www.henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html. Acesso em 13 de

setembro de 2011.

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

JENKINS, Henry. “*Transmedia 202: Further Reflections*”. *Confessions of an Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins*, 2011. Disponível em http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html Acesso em 12 de junho de 2012.

JONES, Gerard. *Men of Tomorrow: Geeks, Gangsters, and the Birth of Comic Book*. New York: Basic Books, 2005.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Antropologia Estrutural*. Rio de Janeiro: Editora Tempo Brasileiro, 1973.

LOPES, Ana Cristina M.; REIS, Carlos. *Dicionário de Teoria da Narrativa*. São Paulo: Editora Ática, 1988.

MASSAROLO, João. *Estratégias Contemporâneas de Storytelling: Televisão, Marketing e Produção Transmídia*. Em elaboração.

MASSAROLO, João; ALVARENGA, Marcus V. T. *A Indústria Audiovisual e os novos arranjos da economia digital*. In MELEIRO, Alessandra (org.) *Cinema e Mercado: indústria cinematográfica e audiovisual brasileira*. (Coleção Cinema e Mercado, vol III). São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

MCGONIGAL, Jane. *This is Not A Game: Immersive Aesthetics and Collective Play*. Artigo disponível em <<http://www.seanstewart.org/beast/mcgonigal/notagame/paper.pdf>>

MCGONIGAL, Jane. *This Might Be a Game: Ubiquitous Play and Performance at the Turn of the Twenty-First Century*. Tese de doutorado. B.A. (Fordham University). 1999

MEIRA, José Antônio. “Suporte Digital”. In: *Enciclopédia INTERCOM de Comunicação*. São Paulo: INTERCOM, 2010. Vol. 1.

MONTOLA, Markus; STENROS, Jaakko e WAERN, Annika. *Pervasive Games in Media Culture*. Burlington: Elsevier Inc., 2009.

NDALIANIS, Angela. *Neo-Baroque Aesthetics and Contemporary Entertainment*.

Massachusetts, Estados Unidos: The MIT Press, 2004.

PAGE, Ruth; THOMAS, Bronwen. *New Narratives: Stories and Storytelling in the Digital Age*. Lincoln: University of Nebraska Press, 2011.

ROSENFELD, Anatol. *O Teatro Épico*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

SMITH, Aaron. *The Dark Knight: Transmedia Brilliance*. Artigo online disponível em <<http://asmith50.wordpress.com/2008/07/27/the-dark-knight-transmedia-storytelling-brilliance-part-1/>>

TOFFLER, Alvin. *The Third Wave*. New York: Bantam Books, 1981.

FILMES

Batman Begins. Direção: Christopher Nolan. Produtoras: Warner Bros., Syncopy, DC Comics, Legendary Pictures, Patalex III Productions Limited, 2005 (140 min.)

Batman – O Cavaleiro das Trevas (The Dark Knight). Direção: Christopher Nolan. Produtoras: Warner Bros., Legendary Pictures, Syncopy, DC Comics, 2008 (152 min.)

X-Men: Dias de Um Futuro Esquecido (X-Men: Days of Future Past). Direção: Bryan Singer. Produtoras: Twentieth Century Fox Film Corporation, Marvel Entertainment, Dune Entertainment, Bad Hat Harry Productions, Donner`s Company, Marv Films, Ingenious Media, Big Screen Productions, Ingenious Film Partners, Dune Entertainment III, 2014.

ARGs

Zona Incerta. Revista Superinteressante/Ambev. 2007

Year Zero. 42Entertainment/Trent Reznor. 2007

Why So Serious?. 42Entertainment/Warner Bros. 2007-2008

Snow Town. Jan Libby. 2011

QUADRINHOS

Batman: O Cavaleiro das Trevas (The Dark Knight Returns). Escritor/Desenhista: Frank Miller. DC Comics, 1986.

Batman: Ano Um (Batman: Year One). Escritor: Frank Miller; Desenhista: David Mazzuchelli. DC Comics, 1987.

Batman: A Piada Mortal (Batman: The Killing Joke). Escritor: Alan Moore; Desenhista: Brian Bolland. DC Comics, 1988.

Batman: O Longo Dia das Bruxas (Batman: The Long Halloween). Escritor: Jeph Loeb; Desenhista: Tim Sale. DC Comics, 1996-1997.