

Um código para jogar: mídia locativa, espaço e lugar

Luiz Adolfo de Paiva Andrade¹

Resumo:

Este artigo discute a experiência disponível nos jogos de realidade alternativa (ARG), considerando apropriação de mídias locativas e o papel do espaço no processo de mediação. A hipótese sustenta que o uso de tecnologias e serviços baseados em localização pode renovar a relação da comunicação social com o espaço, que passa a ser concebido como a base da mediação, consumada pela criação de um lugar. Para desenvolver a discussão, foi realizado um estudo de caso de CodeRunner, indicado ao prêmio de melhor jogo para plataformas móveis no Golden Joystick Awards em 2012.

Palavras-chave:

Jogos Digitais; Mídia Locativa; Mobilidade; Lugar; Espaço.

Abstract:

This article discusses the experience available in alternate reality games (ARG) considering the use of locative media and the role of space in the process of mediation. The hypothesis holds that the use of location-based technologies and location-based services can renew the relationship of the media with the space, which is now viewed as the basis of mediation, accomplished by creating a place. To develop the discussion, we conduct a case study of CodeRunner, one of the best mobile game in the Golden Joystick Awards (2012).

Keywords:

Games; Locative Media; Mobility; Space; Place.

1 Introdução

Qual a função do espaço em processos de comunicação social? Em detrimento a uma visão minimalista, que o enxerga como pano de fundo, o espaço pode figurar como suporte em determinadas mediações, servindo de base para a ação de emissores e receptores. Neste caso, o espaço deixa de ser considerado um resíduo, um pano de fundo, para assumir papel de

¹Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea (cibercultura) pela Universidade Federal da Bahia. Professor do curso de Comunicação Social da Universidade do Estado da Bahia. e-mail: luizadolfoandrade@gmail.com

protagonista, potencializando um fenômeno concebido como “virada espacial nos estudos de mídia” (FALKHEIMER & JANSSON, 2006). Esta mudança na forma de pensar o espaço se torna evidente quando olhamos para processos envolvendo as mídias locativas, expoentes da cultura digital e das novas tecnologias de comunicação e informação. O sentido de mídia locativa emana a partir do uso criativo de tecnologias e serviços baseados em localização, como GPS, *smartphones*, redes sem fio, mapas, *browsers* de realidade aumentada, etiquetas e aplicativos georreferenciados etc. (LE MOS, 2009; FARMAN, 2012).

Os jogos de realidade alternativa, conhecidos mundialmente pela sigla ARG², são experiências dotadas de grande popularidade nas quais as mídias locativas podem figurar. Disputados há mais de dez anos³, os ARGs são *games* que utilizam o potencial dos meios de comunicação, entre os quais destaco as mídias locativas, para produzir uma impressão característica de “mundo paralelo” na mente dos jogadores, borrando fronteiras entre realidade e ficção. Para criar este efeito, os *designers*⁴ podem utilizar tecnologias e serviços baseados em localização para conectar o mundo lúdico ao espaço urbano. Deste modo, os jogos de realidade alternativa combinam localização e mobilidade aos componentes típicos da cultura dos *videogames*, como narrativa, interações com caracteres, chefes de fase, sistema progressivo de puzzles, mecânicas (labirintos, perseguições, *role play*, apertar botões para correr, saltar, atirar etc.), dentre outros, usando a cidade como cenário para a ação dos jogadores.

O presente artigo discute a experiência oferecida pelos jogos de realidade alternativa, considerando a apropriação das mídias locativas e a função do espaço no processo lúdico de mediação. A hipótese sustenta que o uso de tecnologias e serviços baseados em localização pode renovar a função do espaço na comunicação, que passa a ser concebido como a base da mediação, consumada pela criação de um lugar. Esta hipótese poderá ser verificada em ARGs onde figuram mídias locativas, produzindo uma

² Sigla relativa a *alternate reality game*.

³ O primeiro ARG da história foi *The Beast*, disputado nos Estados Unidos em 2001. No Brasil, os primeiros passos foram dados com *Vivo em Ação* (2004) e *Prenoma* (2005). Atualmente, os jogos de realidade alternativa evoluíram para o formato de aplicativo, podendo ser baixados e jogados em *smartphones* e *tablets*.

⁴ Estes profissionais que trabalham com ARGs também são chamados de *puppetmaster*, em alusão ao ofício de *titereiro* ou *mestre de marionetes*.

combinação que impede o uso aleatório do espaço durante o jogo. Diferente do que acontece em outros jogos digitais, como os videogames, nos quais o jogador pode usar qualquer espaço para a interação, os elementos de localização são determinantes para o curso das ações.

Para desenvolver este trabalho, utilizei como método de pesquisa o estudo de caso, analisando o jogo *CodeRunner*⁵ (2012). Trata-se de um ARG produzido pelo estúdio independente *Rocketchicken*⁶ para *iPhone* e *iPad*, que foi um dos indicados ao prêmio de melhor jogo⁷ de 2012, categoria mobile, na trigésima edição do *Golden Joystick Awards*⁸, importante festival anual de jogos digitais. O estudo foi feito ao longo do segundo semestre de 2013, jogando nas cidades de Salvador (BA), Juazeiro (BA) e Petrolina (PE) com celular *iPhone* 4S. Em complemento, realizei entrevista por e-mail com Ryan Chapman⁹, um dos responsáveis pela criação e desenvolvimento de *CodeRunner*. Os jogos são vistos como facilitadores para o entendimento de questões relativas ao espaço e às mídias locativas, pois seu processo de mediação peculiar está relacionado à criação de um lugar, chamado comumente de *círculo mágico*.

Início minha argumentação apresentando a definição de mídia locativa, enfatizando sua relação com modelo da computação ubíqua. Em seguida, realizo uma discussão em torno da ideia de espaço social, dialogando com as noções de espacialização, lugar e círculo mágico, buscando entender parte da mediação oferecida por tecnologias e serviços baseados em localização. No terceiro momento, argumento sobre a relação entre mídia e cidade, refletindo no impacto causado pelas mídias locativas no espaço urbano, que criou as bases para jogar *CodeRunner*. Por fim, descrevo essa experiência buscando demonstrar a importância do espaço e do lugar neste tipo de mediação.

O espaço urbano é um terreno fértil para a sociabilidade, forma lúdica de interação social definida por Simmel (2006, p. 80) como “o espaço onde o indivíduo pode sair da formalidade e entrar no âmbito do jogo, da brincadeira, da conversa despreziosa”. No século XXI, a cidade está sendo invadida por

⁵ Disponível em: <<http://itunes.apple.com/app/coderunner/id463639902>>

⁶ Disponível em: <<http://www.rocketchicken.com>>

⁷ <<http://www.marketwired.com/press-release/orwellian-spy-game-challenges-angry-birds-for-major-award-1708263.htm>><http://www.rocketchicken.com/our-team/>>

⁸ <http://en.wikipedia.org/wiki/Golden_Joystick_Award>

⁹ <<http://www.rocketchicken.com/our-team/>>

computadores, redes sem fio e softwares, causando reconfigurações no espaço e nas formas emergentes de mediação (TOWNSEND, 2013). Deste modo, tecnologias digitais como as mídias locativas estão ajudando a soterrar alguns mitos trazidos pela cibercultura em seus primórdios, como o fim da geografia (MOSCO, 2005) e o apagamento dos lugares (LEMOS, 2010), colocando em jogo um código para a reafirmação do espaço nos processos de comunicação social.

2 Mídia locativa, mobilidade e computação ubíqua

A expressão mídia locativa serve para indicar alternativas de uso criativo de tecnologias e serviços baseados em localização, como forma de agregar conteúdo infocomunicacional a pontos específicos no espaço (LEMOS, 2008; SANTAELLA, 2008, FARMAN, 2012). De modo geral, as mídias locativas podem ser definidas como

mídias de localização e da mobilidade. O fluxo comunicacional se dá localmente, identificando a posição do usuário e propondo serviços locais. Lugar e o contexto são elementos essenciais, exigindo a copresença de usuário, dispositivos, lugares, softwares. Isso favorece novos usos do espaço. (LEMOS, 2010, p. 1).

Esta noção dá ênfase a dois aspectos fundamentais para compreender a comunicação social realizada através de TICs como mídias locativas. O primeiro é a localização, que determina o ponto exato no espaço onde a mediação deve ocorrer. O segundo é a mobilidade, uma necessidade natural do homem concebida por Kellerman (2006, p. 20) como *utilidade intrínseca*, relacionada ao prazer de movimentar corpo e informação pelo espaço. Para André Lemos (2009a, p. 28-29), existem três dimensões inter-relacionadas através das quais a mobilidade pode se manifestar na vida social contemporânea: (i) física, que consiste no deslocamento dos corpos no espaço; (ii) informacional, relacionada ao movimento da informação através dos meios de comunicação; (iii) imaginária, que corresponde à capacidade cognitiva do ser humano em “mover-se por meio da imaginação”.

O paradigma da computação ubíqua, apresentado no início dos anos noventa para fazer referência ao *computador do século XXI*, criou as bases para

o surgimento das mídias locativas e para jogar ARGs. Este modelo definiu uma linha de computadores embarcados no ambiente e nos objetos comuns, de uso mais simplificado e com maior impacto na vida social. No futuro próximo, os computadores deixarão a condição de *máquinas em cima da mesa* para se infiltrar em toda a dimensão do cotidiano, saindo das estações de trabalho para oferecer suporte em nosso contato diário com o mundo e com as outras pessoas (WEISER, 1991; WEISER & SEELY-BROWN, 1997).

Cem computadores em uma sala pode parecer uma visão intimidante no início, da mesma maneira que imaginar centenas de fios percorrendo o interior de paredes parecia impossível muitas décadas atrás. Contudo, da mesma forma que os fios nas paredes, essas máquinas serão invisíveis à consciência comum. As pessoas irão simplesmente usá-las de forma inconsciente para realizar as tarefas diárias.¹⁰ (WEISER, 1991, p. 68-69).

As mídias locativas podem ser consideradas rebentas do modelo da computação ubíqua, pois integram *microchips* a sistemas de localização na configuração de tecnologias e serviços como *smartphones*, aplicativos, etiquetas, mapas etc., usados na comunicação social. Em *CodeRunner*, por exemplo, o aplicativo integra o sistema de posicionamento global (GPS)¹¹ aos seus sistemas de navegação e ferramentas de comunicação, identificando a localização do jogador para impor os *puzzles* do jogo. Enquanto realiza cada um dos trabalhos no ARG, o jogador pode compartilhar conteúdo usando um serviço locativo chamado *dead drop*: etiquetas georreferenciadas específicas do jogo, que são fixadas pelo usuário no mapa, sendo visualizado na tela do *smartphone*.

Em um primeiro olhar, pode-se pensar de forma equivocada que a experiência em *CodeRunner* não é coletiva, pois o jogador percorre sozinho partes da cidade para fixar *dread drops* de acordo com o que é imposto nos *puzzles* e nas missões. Entretanto, as etiquetas georreferenciadas permitem que um jogador deixe mensagens usando conteúdo original do jogo, que acaba auxiliando outros participantes no cumprimento dos trabalhos e no

¹⁰ Trad. minha para “Hundreds of computers in a room could seem intimidating at first, just as hundreds of volts coursing through wires in the walls did at one time. But like the wires in the walls, these hundreds of computers will come to be invisible to common awareness. People will simply use them unconsciously to accomplish everyday tasks” (id.).

¹¹ Sigla para sistema de posicionamento global, um modelo de navegação baseado em uma constelação de 24 satélites desenvolvidos pelo governo dos Estados Unidos entre 1970 e 1993, que podem prover informações relativas a tempo e localização.

entendimento da narrativa. Desta forma, o ARG opera um processo social concebido como espacialização, que pode revelar parte de seu potencial para comunicação.

3 Espaço, lugar e jogos: traçando o círculo mágico

O trabalho de Edward Soja dá pistas que evidenciam a ideia da reafirmação do espaço, no âmbito das ciências sociais aplicadas. Para Soja (1989, p. 4), analisar o espaço, que sofre transformação constante no âmago da vida social, pode ser um procedimento mais revelador que a análise do tempo. Henri Lefebvre (1991), outro importante referencial, propõe a noção de *espaço social* para se referir às instâncias de mediação que são criadas através de processos envolvendo ação socializante realizada sobre o espaço, em função do tempo. Para Lefebvre (1991), os laços sociais só podem ser percebidos quando interpretados como *relações espaciais*, amarradas em três tipologias de espaço que variam de acordo com modelos de práticas e representações.

O primeiro estilo de espaço social é chamado de *espaço percebido*, podendo ser verificado a partir das *práticas espaciais* realizadas nos eventos que envolvem determinados tipos de construção social coletiva. É o caso dos cultos religiosos, concertos musicais, comícios, competições esportivas, jogos, brincadeiras, dentre outros exemplos em que a *ação social que é percebida* torna-se determinante para a compreensão do sentido atribuído ao espaço. A segunda modalidade chama-se *espaço concebido*, sendo potencializada pelas *representações de espaço* vinculadas às relações de produção e a consequente ordem imposta por elas - conhecimento, sinais, códigos e relações. Trata-se de espaços conceituados, como o espaço de cientistas, urbanistas, engenheiros, tecnocratas etc., onde se pode identificar o que é *vivido* de acordo com o que é *concebido*. Por fim, Lefebvre aponta o *espaço vivido* como terceiro tipo de espaço social, que se relaciona ao lado “clandestino da sociabilidade”, sendo experimentado através de sua associação direta a imagens e símbolos. Trata-se do espaço apropriado clandestinamente por gangues, moradores de rua, camelôs etc.

Partindo das bases estabelecidas por Lefebvre, Rob Shields (1991, p.

31) propõe a noção de *espacialização* para se referir “ao processo de contínua construção do espaço em nível do imaginário das práticas sociais (...) uma espacialização se torna visível justamente através do sentido que as pessoas associam aos lugares no dia a dia”¹². Para Shields, a noção de espacialização define um processo social de produção de sentido, que se manifesta através de diferentes atividades realizadas em nossa vida comum. Uma espacialização congrega espaço, tempo e sociabilidade para criar uma instância temporária de mediação, chamada lugar.

Michel de Certeau (1984, p. 200) define lugar como produto de uma configuração instantânea de posições, em que os elementos são distribuídos de acordo com relações de coexistência, seguindo a *lei do próprio*¹³: eles se acham uns ao lado dos outros, cada qual ocupando seu *lugar* específico. Diferente do espaço, um lugar é concreto, visível e simbólico, composto por três elementos: (i) localização, que corresponde à posição ou ao ponto no espaço ocupado pelo lugar, determinado por coordenadas de latitude e longitude; (ii) local, que se relaciona à cidade ou à maneira como um lugar aparece, incluindo prédios, ruas, parques, dentre outros aspectos tangíveis, como elementos de estrutura e infraestrutura; (iii) sentido, que emana dos simbolismos que podem ser associados a um lugar, considerando os sentimentos e emoções que ele evoca. Estes significados são substancialmente temporários, produzindo sentido individual ou compartilhado baseado na mediação e na representação (CRESSWELL, 2004, p. 7). Neste escopo, os lugares podem figurar como mediadores em nossa experiência urbana, atribuindo sentido ao espaço com base em um processo de produção social, concebido como espacialização.

Os jogos podem ser encarados como operadores de espacialização, pois são experiências consumadas a partir da criação de um lugar (LEMOS, 2009b), concebido como *círculo mágico*. Trata-se de uma expressão metafórica usada para definir o lugar mágico criado no tempo e no espaço para a realização de uma atividade especial, como os jogos (HUIZINGA, 2005; SALEN &

¹² Trad. minha para “I use the term social spatialisation to designate the ongoing social construction of the spatial at the level of the social imaginary (collective mythologies, presumptions) as well as interventions in the Landscape (...)The manner in which spacialization is most visible is in spatial practices and in the connotations people associate with places and regions in everyday talk.” (id.)

¹³ Trata-se de um princípio natural que exclui a possibilidade de dois corpos ocuparem o mesmo lugar no espaço.

ZIMMERMAN, 2012). O círculo mágico é um elemento simbólico - mediador entre jogo, jogador e realidade -, traçado por uma linha tênue que o separa temporariamente da vida comum, sendo desfeito quando o desafio é encerrado. A criação deste lugar acontece em todas as modalidades, desde suportes lúdicos analógicos, como tabuleiros e cartas, até a hipermídia e as mídias locativas, caso dos *videogames* e dos ARGs.

Contudo, o círculo mágico criado em jogos de realidade alternativa pode ser considerado um domínio dotado de características originais frente outros jogos digitais. Por exemplo, sua “borda” é comparada a uma *membrana permeável*, onde pessoas e objetos comuns podem livremente entrar e sair. No seu interior, esses elementos sofrem a ação de procedimentos específicos chamados *regras de transformação*, capazes de transformá-los temporariamente em peças do jogo (NIEUWDORP, 2005).

Outro diferencial desta tipologia de lugar são suas três expansões originais (MONTOLA et alii, 2009; MONTOLA & WAERN, 2012), nomeadas: (i) expansão temporal, responsável por equilibrar as configurações de tempo do ARG às do mundo real, tolhendo do jogador a opção de “pausar as ações”, procedimento comum, por exemplo, nos jogos de *videogame*; (ii) expansão espacial, capaz de conectar os componentes do mundo lúdico (narrativa, puzzles, personagens, mecânicas, dentre outros) ao espaço urbano e à vida comum, onde estão inseridos também os jogadores; (iii) expansão social, que faz o conteúdo do ARG afetar “não jogadores”, aquelas pessoas que estão presentes onde o *círculo mágico* é traçado, mas que não têm consciência do desafio.

Catalisados pelo efeito da expansão social, esses “não jogadores” podem interferir de modo mais ativo em uma partida de ARG, por exemplo, dificultando as ações ou influenciando o comportamento dos jogadores através de gritos, oferecendo alguma informação importante ou ainda usando a alternativa da “troca de papéis”. Trata-se de uma especificidade destes jogos em permitir que as pessoas alternem constantemente seu “papel” durante uma partida, ora assumindo a postura de jogador, ora a de espectador. Esta característica da expansão social reflete o estilo original de sociabilidade que um jogo de realidade alternativa pode oferecer.

O uso criativo da expansão social configura uma estratégia eficaz e

divertida para criar envolvimento mais profundo do público com o jogo, que usa o potencial das mídias locativas para invadir a cidade e surpreender os não jogadores, fazendo-os confundir as ações do jogo com eventos do mundo real. O *espaço percebido* em jogos de realidade alternativa adquire sentido a partir da sociabilidade, tornando-se um lugar especial, dotado de regras de transformação, que atuam do lado das expansões espacial, temporal e social. Para dar suporte a este tipo de sociabilidade, a cidade pode oferecer componentes de infraestrutura para criar a jogabilidade em projetos como *CodeRunner*.

4 Mídia locativa e cidade

Parte do trabalho desenvolvido por Ithiel de Sola Pool é dedicada à análise dos impactos causados pelo telefone no espaço urbano. Para Sola Pool (1977, p. 140-144), o telefone contribuiu de forma decisiva para um fenômeno concebido como “crescimento vertical da cidade”, culminando no surgimento dos chamados “arranha-céus”. Com o telefone, os diretores puderam controlar a produção de seus empregados a distância, tirando seus escritórios das fábricas para instalar em grandes edifícios ao lado de outros parceiros profissionais, otimizando assim as reuniões de negócios. Sola Pool também percebeu que o telefone causou a substituição dos mensageiros humanos em muitos ambientes de trabalho, por exemplo, colocando os supervisores em contato permanente com o pessoal nos andaimes das construções e nos pavimentos dos prédios mais altos.

Seguindo esta linha de raciocínio, a disseminação do modelo da computação ubíqua através das mídias locativas pode revelar nuances do *impacto social dos computadores*, no século XXI. O pioneirismo neste debate remonta ao trabalho de William Mitchell (1995), que propõe a expressão “cidade de bits” para desenhar a metrópole no século XXI, impregnada de computadores e informação digital. Trata-se de um ambiente modelado de acordo com padrões de conexão e acesso à internet, sem fazer com que os usuários abandonem necessariamente os valores do espaço físico. Neste cenário, os lugares podem ser criados ao lado de softwares conectados a portas,

prédios, ruas, calçadas, praças, objetos etc.

Depois de Mitchell, Graham e Marvin (1996) analisaram a incidência das redes de computadores na infraestrutura das cidades, iluminando uma alternativa para a convergência entre telecomunicação e informática. Segundo os autores, o potencial do espaço urbano para a comunicação social foi reconfigurado pelos avanços na era dos fluxos eletrônicos e das redes telemáticas, uma vez que as telecomunicações digitais são mais precisas, flexíveis e quase sempre custam menos que as telecomunicações analógicas.

Em seguida, Ben Russel (1999, p. 1-5) revelou as primeiras evidências dos impactos causados por tecnologias e serviços baseados em localização, na cidade. Russel percebeu que o surgimento das mídias locativas fez a internet vazar do ciberespaço para o mundo real, tornando possível *anexar ao espaço urbano* conteúdo informacional, que usuários podem abrir, acessar e salvar. A interação nestes ambientes acontece de forma natural e intuitiva, sem que a sociedade perceba o verdadeiro potencial do equipamento com o qual está lidando (GREENFIELD, 2006). Sob esta perspectiva, é possível enxergar tecnologias e serviços baseados em localização como indissociáveis da experiência urbana, canalizando fluxos de pessoas, informações e ideias graças à reconfiguração sofrida pela infraestrutura da cidade, que passou a incorporar redes e sistemas de computadores (McCULLOUGH, 2005).

Experiências como os ARGs colocaram em jogo alternativas para uso criativo do potencial oferecido pelas mídias locativas. Por exemplo, os serviços de etiquetagem e mapeamento (COYNE, 2010; McCULLOUGH, 2013) são apropriados como mecânicas na jogabilidade de *CodeRunner*. O primeiro consiste em uma atividade sociocultural coletiva emergente no século XXI, feita com base na produção de etiquetas com informação georreferenciada, que são anexadas ao espaço em atenção a localizações específicas. Para McCullough (2013, p. 201), a etiquetagem introduziu um modo mais fácil e rápido de “anexar informação” na cidade que as telas, trazendo definitivamente o ciberespaço para o nível das ruas e criando um estilo de “informática urbana”.

Na mesma direção, o mapeamento usando tecnologias baseadas em localização como o GPS revolucionou o consumo dos mapas, facilitando a interpretação do conteúdo e otimizando a navegação no espaço urbano. Para

Eric Gordon e Adriana Souza e Silva,

A noção de mapeamento mudou de ‘algo que pode espacializar a informação social’ para ‘algo que pode socializar a informação social’. Quando a informação é georreferenciada, torna-se o contexto e o conteúdo para interação social.¹⁴ (GORDON & SOUSA E SILVA, 2011, p. 28).

O uso criativo de serviços baseados em localização como mapeamento e etiquetagem opera na produção de um efeito concebido como “sintonização do lugar” (COYNE, 2010). Em analogia à afinação de um instrumento musical, a ideia da sintonização ilumina um caminho para promover alterações temporárias no sentido de um lugar a partir de informação digital “anexada” ao espaço pelas mídias locativas. Mapeamento e etiquetagem são ferramentas com alto poder de “sintonização”, que funcionam a partir de experiências envolvendo apropriações das mídias locativas.

5 Jogos digitais, mídias locativas e cidade: o caso de *CodeRunner*

A narrativa de *CodeRunner* gira em torno do roubo de um celular que pertencia ao político Charlie Barker. Do telefone, foram extraídos arquivos comprometedores – fotos (fig. 1), vídeos, diálogos em SMS (fig. 2), etc. – que revelam o romance de Barker com Katherine Beaucamp, assistente voluntária de sua campanha para presidência do “Departamento de Privacidade”, um serviço secreto de espionagem. O jogador assume a função de agente e tem como objetivo principal recolher as provas contra Barker, que foram disseminadas pela internet depois do furto do aparelho.

¹⁴ Trad. minha para: “More specifically, mapping has changed from something that can spatialize social information to something that can socialize social information. Once information is geo-located, becomes the context and the content for social interaction” (id.).

Fig. 1: Foto de Barker e Katherine

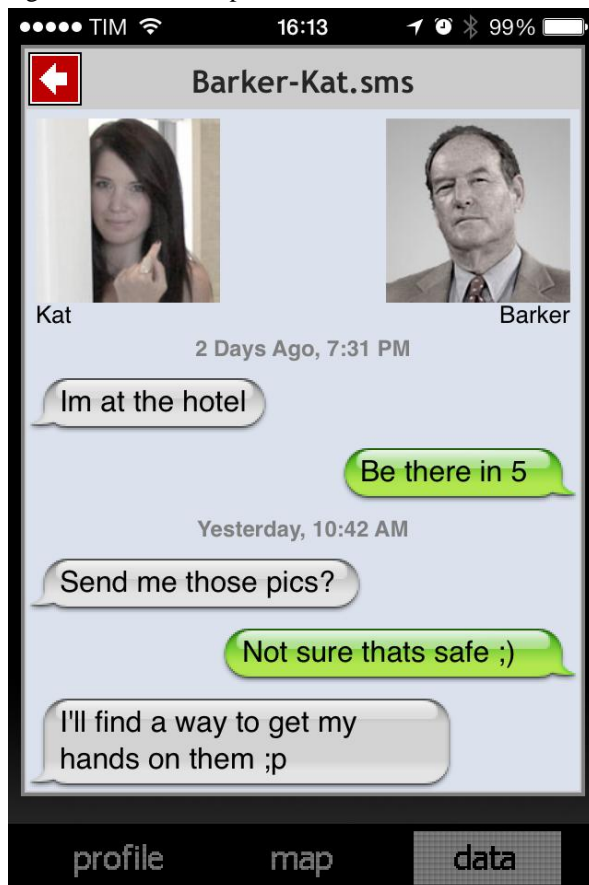


Fonte: *Screen shot de CodeRunner*

A interface de usuário é composta de um mapa (fig. 3) configurado através da base de dados disponível no *MapKit*, uma API¹⁵ desenvolvida pela *Apple* para criação de *softwares* com conteúdo georreferenciado. A partir da localização do jogador, são impostas missões seguindo um sistema progressivo de dificuldade. A navegação é feita com base no sistema GPS, que marca a posição do jogador e indica os pontos para onde ele deve se dirigir em busca de novas evidências. À medida que avança nas fases de *CodeRunner*, o jogador recebe mensagens de voz, vídeo e texto enviadas pelos personagens, que indicam novos trabalhos ou oferecem ajuda sobre a missão em curso. O aplicativo possui ainda um banco de dados que permite gerenciar e armazenar todo o conteúdo coletado ao longo do percurso.

¹⁵ Sigla de *Application Protocol Interface*.

Fig. 2: SMS enviada por Katherine

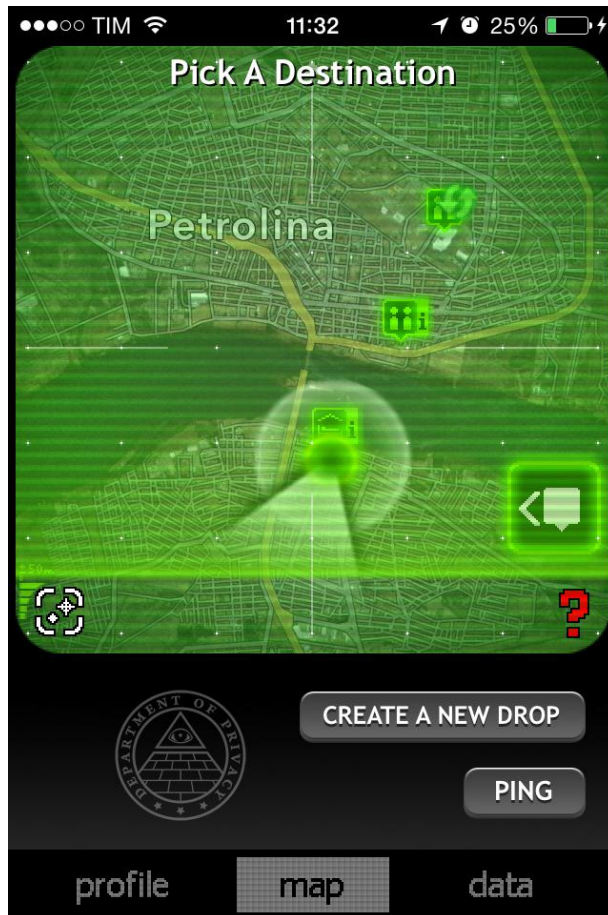


Fonte: *Screen shot de CodeRunner*

As missões obrigam o jogador a percorrer distâncias no espaço físico em torno de sua localização, visitando outros pontos marcados no mapa para acessar novas provas que denunciam o romance secreto de Charlie Barker com sua assistente. Para compartilhar este conteúdo, o jogador deve usar ferramentas locativas específicas do jogo chamadas *dead drop*¹⁶: são etiquetas georreferenciadas que podem ser fixadas no mapa (fig. 4), indicando uma localização próxima de sua posição. Depois de criado, o jogador deve inserir conteúdo do jogo na *dead drop* e criptografá-lo usando uma senha aleatória. Estas informações podem ser baixadas por outros jogadores que visitarem o local e descobrirem a senha. Para facilitar a decodificação e acesso, as senhas são geralmente criadas utilizando dados disponíveis no local indicado pela etiqueta – nome de rua, ponto turístico, prato no cardápio e um bar, placas, letreiros de estabelecimento.

¹⁶ Todas as *dead drops* criadas em *CodeRunner* podem ser visualizadas no *website*: <http://www.coderunnergame.com/map/>

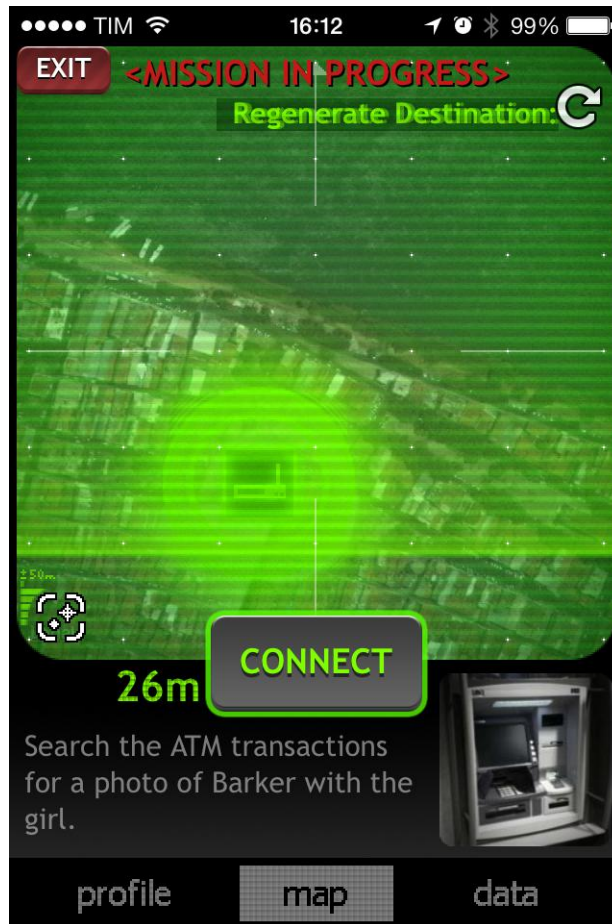
Fig. 3: etiquetas: *dead drop* e jogador



Fonte: *Screen shot de CodeRunner*

As mecânicas que compõem a jogabilidade de *CodeRunner* são todas fundamentadas no potencial das mídias locativas, envolvendo serviços e tecnologias de localização como etiquetas georreferenciadas, mapas, GPS, *smartphones* e redes sem fio. Neste escopo, podemos entender que as mecânicas realizadas neste ARG estimulam os jogadores a usarem a mediação pela internet com base nos valores do espaço físico. Tanto as *dead drops* quanto o mapa podem revelar a importância da localização do jogador, na cidade, para acesso e compartilhamento de evidências sobre o mistério central do jogo.

Fig. 4: jogador recebendo missão



Fonte: Screen shot de *CodeRunner*

Sob este ponto de vista, pode-se perceber que as mídias locativas, ao lado do processo de espacialização e a ação das regras de transformação, operam na produção do efeito de “sintonização”, alterando temporariamente o sentido dos lugares para atribuir a cenários e objetos envolvidos pelo círculo mágico uma função paralela, que só faz sentido para quem participa de *CodeRunner*. Chamo este processo de produção de sentido, que integra a estrutura de interação e mediação do círculo mágico dos ARGs, de *enquadramento lúdico*. Oportunamente, o enquadramento lúdico pode ser apontado como uma das razões pelas quais estas experiências são denominadas *jogos de realidade alternativa*.

Outro aspecto importante de jogos como *CodeRunner* são os efeitos propagados pelo uso combinado das três expansões - temporal, espacial e social. Deste modo, o lúdico pode invadir o espaço urbano, tirando do jogador o controle sobre tempo do jogo e sincronizando suas configurações às do mundo real. A expansão social, em particular, habilita um estilo próprio de

sociabilidade manifestado em procedimentos como a *troca de papéis*, permitindo que o conteúdo do ARG afete pessoas sem a consciência do jogo, convidando-as para assumir uma postura mais ativa.

Por fim, as dimensões da mobilidade nos ajudam a entender parte da comunicação que viabiliza a sociabilidade em *CodeRunner*. A dimensão imaginária pode ser atribuída aos efeitos da narrativa sobre a mente dos jogadores, que os estimula no sentido de planejar o deslocamento (mobilidade física) para cumprimento das missões, como forma de progredir no ARG. A dimensão informacional se manifesta considerando as ferramentas de comunicação do jogo, seja com relação à história, que conecta personagens aos jogadores, ou considerando a sociabilidade destes participantes, usando as etiquetas *dead drop*. Atuando em sinergia, as dimensões imaginária e informacional podem determinar a mobilidade física dos jogadores, na cidade, na busca por evidências sobre o caso Barker.

6 Considerações finais

Jogos de realidade alternativa que se apropriam do potencial oferecido pelas mídias locativas traduzem a lógica da reafirmação do espaço nos processos de comunicação. No estudo de *CodeRunner*, foi possível notar que o espaço onde está situado o jogador tornou-se a base para fixação das etiquetas *dead drop*, usando como referencial a localização e a interface de usuário, no aplicativo. Este procedimento de etiquetagem evidenciou que a mediação de conteúdo neste ARG só pode ocorrer na localização apontada pela etiqueta *dead drop*. Esta característica, que foi percebida ao longo da minha experiência em *CodeRunner*, pode ser estendida a todos os estilos de mediação fundamentados no potencial de serviços baseados em localização.

Seguindo na experiência em *CodeRunner*, foi possível observar que as mídias locativas utilizadas na ação social dos jogadores potencializou a espacialização necessária para desenhar o círculo mágico. A partir da criação deste lugar temporário, disseminou-se o efeito de sintonização que foi produzido pela figuração das regras de transformação e do enquadramento lúdico. Sob este ponto de vista, foi possível conceber o lugar como importante

mediador nos jogos de realidade alternativa, tornando-se o pilar de um processo de produção de sentido que tem o espaço como base da ação socializante.

As mídias locativas foram as principais ferramentas usadas na configuração da jogabilidade em *CodeRunner*, seja na forma de tecnologias baseadas em localização, como GPS, *smartphone* e redes sem fio, ou de serviços locativos, como o mapa e as etiquetas *dead dropp*. A experiência neste ARG permitiu confirmar a hipótese inicial, comprovando a importância do espaço e dos lugares no processo de comunicação social envolvendo as mídias locativas.

Em *CodeRunner*, foi possível verificar a incidência de dois elementos fundamentais na comunicação através das mídias locativas. O primeiro é a localização, que pode ser visualizada no mapa e indicada pelas etiquetas, na interface. A etiquetagem foi o procedimento que permitiu indexação de conteúdo informacional à localização, mas que só produz sentido dentro do contexto do jogo. O segundo aspecto é a mobilidade, que se manifestou em diferentes momentos do jogo, por exemplo, na necessidade do jogador em usar a imaginação para criar as etiquetas georreferenciadas. A mobilidade física apareceu no deslocamento do jogadores sobre o espaço, monitorada pela informação no mapa. A forma de acesso ao conteúdo de uma *dead drop* atualizou a noção de mobilidade informacional, considerando que as informações do jogo foram inseridas e baixadas naquele lugar.

O presente estudo discutiu a experiência realizada nos jogos de realidade alternativa *CodeRunner*, considerando as mídias locativas como ferramentas de comunicação *ingame*. Ao final, foi possível concluir que o uso lúdico de tecnologias e serviços baseados em localização produziu um código original para interação em jogos digitais, envolvendo mídias locativas, espaço e lugar. Após a experiência em *CodeRunner*, pude notar que *smartphones*, GPS, mapas e etiquetas georreferenciadas são ferramentas importantes para a ação social dos jogadores em ARGs, revelando nuances da lógica da reafirmação do espaço em processos de comunicação.

O trabalho aqui realizado não esgota as possibilidades de reflexão sobre os jogos de realidade alternativa. É importante identificar e compreender outras formas de sociabilidade que podem emergir das ferramentas utilizadas em

CodeRunner. No caso das etiquetas, é possível disponibilizar alternativas para um jogador compartilhar informações próprias ou criadas por outros usuários. Já a ação de mapeamento pode revelar mais nuances da sociabilidade envolvendo ARGs e mídias locativas, por exemplo, oferecendo a possibilidade de um dos jogadores criar suas próprias histórias usando os sistemas criados para o jogo. Por fim, as expansões podem auxiliar também na mediação do jogo com a realidade, conectando o espaço lúdico à cidade, balizando as configurações de tempo e afetando a consciência de pessoas consideradas “não jogadores”.

REFERÊNCIAS:

ADAMS, P. **Geographies of Media and Communication: A critical introduction**. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.

COYNE, R. **The Tuning of Place: sociable space and pervasive digital media**. Cambridge/London: The MITPress, 2010.

CRESSWELL, T. **Place: a short introduction**. Victoria: Blackwell, 2004.

De CERTEAU, M. **A Invenção do Cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

FARMAN, J. **Mobile Interface Theory: Embodied Space and Locative Media**. New York: Routledge, 2012.

GORDON, E.; SOUZA E SILVA, A. **Netlocality: why location matters in a networked world?** Oxford: Wiley-Blackwell, 2011.

GRAHAM, S.; MARVIN, S. **Telecommunication and the city**. Eletronic spaces, urban places. Routledge: New York, 1996.

GREENFIELD, A. **Everyware**. The dawning age of ubiquitous computing. Berkeley: New Riders, 2006.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

LEFEBVRE, H. **The Production of Space**. Oxford: Blackwell, 1991.

LEMOS, A. Você está aqui! Mídia Locativa e teorias das “Materialidades da Comunicação” e “Ator-rede”. **Comunicação e Sociedade**, a. 32 - n. 54. São Bernardo do Campo: 2010

_____. **Cultura da Mobilidade.** Trabalho apresentado no III Encontro da Abciber. São Paulo: PUC, 2009a.

_____. Pervasive Games and Processes of Spacialization Communication, Informational Territories and Mobile Technologies. **Canadian Journal of Communication**, 2009b.

_____. Mídias Locativas e Territórios Informacionais. In: Santaella, L., Arantes, P. **Estéticas Tecnológicas.** Novos Modos de Sentir. São Paulo: EDUC., 2008, pp. 207-230.

MITCHELL, W. **City of Bits:** space, place and the Infobahn. Cambridge/London: The MITPress, 1995.

McCULLOUGH, M. **Ambient Commons.** Attention in the Age of Embodied Information. Cambridge/London: TheMitPress, 2013.

_____. **Digital Ground.** Architecture, pervasive computing and Environmental knowing. Boston: MITPRESS, 2005.

MONTOLA, M.; WAERN. Dinâmicas participativas nos jogos socialmente expandidos. In: ANDRADE, L. A.; FALCÃO, T. **Realidade Sintética: Jogos Eletrônicos, Comunicação e Experiência Social.** São Paulo: Scortecci Editora, 2012.

MONTOLA, M.; STENROS, J.; WAERN, A.: **Pervasive Games:** theory and Design. Oxford: Morgan Kaufmann editor, 2009.

MOSCO, V. **The Digital Sunblime:** Myth, power and cyberspace. London/Cambridge: MITPress, 2005.

NIEUWDORP, E. The pervasive interface. Tracing the magic circle. In: **Proceedings of the DiGRA Conference: Changing Views – Worlds in Play** (Vancouver, June), S. De Castell and J. Jensen (eds.). 2005.

RUSSEL, B. Headmap Manifesto. In: **Headmap** (org.), 1999.

SALEN, K. & ZIMMERMANN E. **Regras do Jogo:** fundamentos de design de jogos, vol.1: Principais conceitos. São Paulo: Blucher, 2012.

SANTAELLA, L. Mídias locativas: a internet móvel de lugares e coisas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre: nº 35, 2008.

SIMMEL, G. **Questões fundamentais da sociologia.** Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

SHIELDS, R. **Places on the Margin:** Alternative Geographies of Modernity. London: Routledge, 1991.

SOJA, E. **Post-Modern Geographies:** the Reassertion of Space in Critical Social Theory. New York: Versoin, 1989.

TOWNSEND, A. **SmartCities: BigData, Civic Hackers, and the quest for a new utopia.** New York: W.W. Norton & Company, 2013.

WEISER, M. The computer for the 21st century. In: **Scientific American** (pp. 66-75). 265(3), 1991.

WEISER, M.; SEELY- BROWN, J. **The Coming Age of Calm Technology.** Palo Alto: XEROX, 1997.