

Jogos em Terceiro Lugar: ARGs, Culturas Urbanas e Sociabilidade

LUIZ ADOLFO DE ANDRADE

Jornalista e game designer. Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia. Pesquisador do Grupo de Pesquisa em Cibercidades (GPC).
luizadolfo@ufba.br

Resumo

O presente estudo busca compreender os modos pelos quais a comunicação pode se relacionar com a cultura urbana através das novas tecnologias, acentuando o potencial de sociabilidade oferecido pelos terceiros lugares. Os terceiros lugares são locais públicos e de acesso irrestrito, associados constantemente à comunicação, sociabilidade e qualidade de vida. A hipótese sustenta que as novas tecnologias de comunicação podem infiltrar conteúdo visual e informacional nestes lugares, revelando uma tipologia de espaço chamada neste artigo de *informacional*. Esta dimensão tende a atuar como mediadora de práticas comunicativas originais, conectando objetos, lugares, usuários em mobilidade e estáticos, além de produzir espacialização, aumentando consideravelmente o potencial de comunicação e sociabilidade oferecido por determinado lugar. A análise é feita a partir da experiência disponível em jogos do tipo *alternate reality game (ARG)*, considerando as dinâmicas percebidas em suas partidas *live action*.

Palavras-chave: Jogos eletrônicos. Terceiro lugar. Culturas urbanas. Comunicação. Sociabilidade.

Introdução

Comunicação e sociabilidade são funções indissociáveis da cultura urbana, que podem revelar novas formas para uso do espaço e produção de lugares. Neste caso, uma modalidade em especial, chamada *terceiro lugar*, se destaca por oferecer elementos para a descarga do *stress* diário, provendo ao homem um senso de exclusividade e pertencimento através da sociabilidade e comunicação, aumentando a qualidade de vida nas grandes cidades.

Os *terceiros lugares* são locais públicos e de acesso irrestrito, como os museus, praças, bares, cafés, dentre outros, onde a comunicação social é vista como característica fundamental. Apesar de estarem constantemente associados ao aumento à qualidade de vida, muito pouco de discutiu sobre a relação dos terceiros lugares com as novas tecnologias. Este debate torna-se emergencial, sobretudo nesta primeira década do século XXI, marcada pela ascensão da computação ubíqua, pervasiva e senciente.

Em face desta constatação, o objetivo do presente estudo consiste em compreender os modos pelos quais a comunicação pode se relacionar com a experiência urbana através das novas tecnologias, acentuando o potencial de sociabilidade oferecido pelos *terceiros lugares*. Nossa hipótese sustenta que as tecnologias de comunicação relacionadas à computação ubíqua podem *infiltrar* conteúdo visual e informacional nestes lugares de um modo particular, revelando uma tipologia de espaço que chamamos neste artigo de *informacional*. Este espaço tende a atuar como mediador de práticas comunicativas capazes de conectar objetos, lugares, usuários em mobilidade e estáticos, produzindo espacialização e aumentando consideravelmente o potencial de comunicação e sociabilidade oferecido pelos lugares.

Nossa análise será construída com base a experiência disponível nos *alternate reality games* (ARGs), considerando as dinâmicas percebidas em suas partidas *live action*¹. Estes games são considerados facilitadores, por serem produzidos com base nos princípios da computação ubíqua. No mesmo sentido, os jogos estão sempre associados à sociabilidade, expressa na forma de times e comunidades criadas em torno da disputa, e também à produção de espaço, resultado da criação de um *círculo mágico*.

Entendemos como sociabilidade a característica que define a aptidão para criar e manter redes sociais e de seus recursos tecnológicos, pelas quais que se estabelecem atividades individuais ou coletivas, fazendo circular informações relacionadas aos seus interesses, gostos, e opiniões (BAECHLER, 1995). Espacialização trata-se de uma expressão que define mudanças no espaço criadas através de processos de fluxos, produzindo sentido (LEMOS, 2009b). Fluxos são eventos em mobilidade, dotados de tempo, espaço e matéria (SHIELDS, 1991). O lugar, por sua vez, é

¹ Partidas de ARGs disputadas no espaço urbano, nas quais os jogadores lidam com dispositivos GPS, *smartphones*, *note books* etc.

o espaço dotado de sentido, a ordem que os elementos, homens e objetos são distribuídos nas relações de convivência, na sociedade (De CERTEAU, 1984). Toda nossa experiência social com o mundo e com o outro acontece nos lugares (LEMOS, 2009a), que podem ser concebidos como *mediadores*, indicando para o homem a forma de uso do espaço.

Para desenvolver nossa discussão, iniciamos apresentando o debate em torno conceito de *terceiro lugar*, seguido de uma exploração entre computação ubíqua, comunicação e experiência urbana. Em seguida, exploramos o mecanismo de espacialização operado pelos jogos, caracterizado pela criação do chamado *círculo mágico*. Na seqüência, apresentamos o formato dos *alternate reality games*, ressaltando a experiência urbana disponível nestes jogos e sua relação com *espaço informacional*. Finalizando, procuramos sustentar nosso argumento citando passagens em ARGs considerados representativos – *Zona Incerta*, *Desenrola* e *A Fórmula do Conhecimento*. A análise é feita considerando as partidas disputadas em locais concebidos como terceiros lugares, buscando compreender como os jogadores percebem a dimensão que chamamos de informacional e sua relação com a comunicação social.

O atual momento em que vivemos pode ser considerado a era da computação ubíqua, que tende a potencializar a comunicação social de um modo que ainda estamos conhecendo através das novas tecnologias aplicadas à experiência urbana. Portanto, análises sobre estes fenômenos podem oferecer uma considerável contribuição aos estudos acerca da sociabilidade contemporânea e sua relação com a produção de espaço.

Discutindo a noção de terceiro lugar

A expressão *terceiro lugar*² foi proposta por Oldenburg e Brisset (1982) para descrever uma modalidade de lugar externa ao lar e ao local de trabalho³ do homem, que sustentam a vida em comunidade. Trata-se dos bares, cafês, museus, praças, parques, dentre outros lugares que oferecem elementos necessários para a descarga do stress diário, provendo ao seu usuário um senso de exclusividade e pertencimento através da sociabilidade e da comunicação, sem a rigidez das normas e regras que existem nos clubes, por exemplo. Para os autores, os terceiros lugares funcionam como os únicos espaços públicos de interação social que proporcionam um contexto de sociabilidade, espontaneidade, expressividade e comunicação.

Posteriormente, Oldenburg (1989) pontuou como características essenciais dos *terceiros lugares*: (i) são lugares que estão situados em “terrenos neutros”, onde todas as pessoas são

2 Tradução do original em inglês *third places*.

3 Respectivamente chamados primeiro e segundo lugares, traduzidos do inglês *first place* e *second place*.

“bem-vindas”; (ii) são niveladores, pessoas de diferentes condições sócio-econômicas podem participar; (iii) comunicação é a principal atividade, mesmo que o lugar apresente fins secundários como beber, comer ou jogar, a comunicação está sempre presente; (iv) são lugares de acesso fácil, não existem barreiras políticas, físicas, financeiras à entrada de pessoas; (v) representam um “lar longe do lar”, por causa da sua atmosfera agradável e sensação de bem estar causada em seus freqüentadores; finalmente, (vi) são dotados de uma face lúdica e divertida, em que o talento e a inteligência são sempre valorizados. Estas características fazem dos *terceiros lugares* propostos por Oldenburg geradores de experiências únicas de comunicação e sociabilidade (JEFFRES et al., 2009).

Outros pesquisadores examinam as características dos terceiros lugares fazendo associações com diversos temas relacionados à vida em sociedade, como a saúde pública (BAUM; PALMER, 2002; FRUMKIN, 2002), bem estar coletivo dos habitantes das metrópoles (TOLBERT et al., 2002), empregabilidade, uma vez que a instalação de firmas, empresas e organizações em locais específicos são positivamente associadas aos terceiros lugares e ao capital social (TOLBERT, 2005) e meio ambiente, considerando que as indústrias emitem menos toxinas em cidades com mais igrejas, associações de moradores e terceiros lugares (GRANT et al., 2004).

Por outro lado, pouco se discutiu acerca da relação entre terceiros lugares e tecnologia. A literatura disponível consiste apenas em uma exploração sobre uso das funções dos celulares nos terceiros lugares (MacCOLL; RICHARDSON, 2007), pensando o dispositivo como uma *terceira tela*, em analogia às ideias de primeira tela, que seria o aparelho de televisão, e a segunda, o computador (GOGGIN, 2006). Contudo, para entender as nuances da experiência urbana, na contemporaneidade, é necessário explorar as alternativas que mesclam espaços urbanos e eletrônicos, considerando os fluxos de informação e serviços tensionados pelas novas tecnologias de comunicação (GRAHAM; MARVIN, 1997).

A relação entre computação ubíqua, comunicação e experiência urbana

Computação ubíqua, representada pela sigla UBICOMP, é uma expressão criada pelo cientista Weiser (1991, 1994) que representa o estágio alcançado pela microinformática, no início deste milênio. Trata-se do campo das ciências da computação que desenvolve pesquisas para integrar as redes e as funções de computadores aos objetos e ao ambiente do homem. Seu objetivo é amenizar algumas das limitações dos computadores pessoais, especialmente dos *desktops*,

tornando seu uso mais simples e exigindo menor distanciamento do usuário em relação ao lugar em que está inserido.

Nos últimos anos, a UBICOMP vem se manifestando através da *computação senciente*, que se refere à possibilidade de interconexão entre computadores, corpos e objetos, que passam a ser reconhecer de maneira autônoma nos espaço urbano⁴; e da *computação pervasiva*⁵, que acena para a possibilidade de infiltrar *microchips* nos objetos e nos corpos arranjados no espaço urbano. A disseminação da UBICOMP, através de computação pervasiva e da ciência de contexto, poderá ser notada em breve pela sociedade. Muitos serviços estarão se tornando incrivelmente mais disponíveis, facilitando a comunicação no espaço urbano, que se torna devedora da criação um fluxo informacional intenso entre objetos, lugares, usuários em movimento e estáticos.

Contudo, esta relação entre comunicação, mobilidade e experiência urbana não é algo novo. A mobilidade, por exemplo, contribuiu decisivamente para o surgimento dos subúrbios, abrindo novas alternativas para moradia e aumentando a qualidade de vida nas grandes cidades (MACIOCCO, 2008). O primeiro subúrbio comunitário da história somente se tornou possível após a instalação do serviço regular de balsa a vapor entre Brooklin e Manhattan, em Nova Iorque, inaugurado em 1814 (FRUMKIN, 2002). Na virada do último milênio, pesquisas apontam que um em cada dois norte-americanos reside nestas áreas⁶. A mobilidade também está presente nas diferentes gerações midiáticas – telégrafo, TV, internet etc. – modelando nosso imaginário, nossas relações econômicas (McQUIRE, 2008) e reconfigurando os padrões espaciais e temporais da nossa experiência social, permitindo visão e ação à distância (LEMOS, 2009a). As telecomunicações, por exemplo, amenizaram a aglutinação de pessoas que já ocorria nos centros das grandes cidades há décadas atrás, facilitando a tarefa do trabalho diário e permitindo que o trabalhador se relacionasse de sua casa com o local de serviço, pelo telefone (NILLES, 1991).

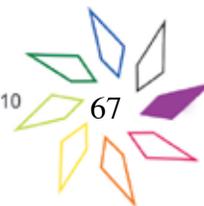
Mobilidade é a capacidade de movimento entre diferentes lugares, percebida em objetos, pessoas e idéias (HANSON, 1995; CRESSWELL, 1996). Trata-se de um termo *multifacetado*, estruturado em valores sociais e geográficos, relacionado à produção de espaço (KELLERMAN, 2006) através de suas dimensões física, que corresponde ao movimento de corpos, e informacional, que se refere ao deslocamento de informação através dos meios de comunicação (LEMOS, 2007, 2009a).

A disseminação da computação ubíqua induz ao aumento expressivo na capacidade de comunicação que se instala nos terceiros lugares, considerando que estas tecnologias acentuam

4 É o caso, por exemplo, das portas e luzes automáticas, sensores RFID e Bluetooth.

5 Caso dos smartphones, aparelhos GPS, dentre outros portadores de microchips internos conectados às redes sem fio.

6 Dados disponíveis em: <<http://www.census.gov/population/estimates/metro-city/ma99-06.txt>>.



consideravelmente a mobilidade da informação e a capacidade de mobilidade física de seus usuários. Assim, podemos pensar que a mobilidade percebida nos usuários da UBICOMP produz espacialização a partir de atividades realizadas nos lugares do mundo real.

Jogos e produção do espaço

A discussão sobre produção de espaço e através dos jogos remonta ao trabalho de Johan Huizinga, no qual ele afirma que cada modalidade lúdica acontece em um espaço próprio e temporário criado junto do mundo real, porém fora da vida ordinária e caracterizado por regras específicas. Huizinga reconhece que os jogos em geral forçam seus usuários a se *desligarem* conscientemente do cotidiano e adentrar uma atividade voluntária, caracterizada por uma supressão do espaço-tempo e realizada em lugares específicos – quadras, tabuleiros, ruas (HUIZINGA, 2005, p. 15-23).

Esta tipologia de espaço recebeu um tratamento mais cuidadoso em 2003, quando Kate Salen e Eric Zimmerman publicaram seu tratado de desenvolvimento e análise generalista dos processos pelos quais o jogo se dá. Neste caso, a análise feita pelos autores considera desde o suporte lúdico analógico, como as cartas e os tabuleiros, à hipermídia. Trata-se de onde o jogo começa e acontece, com espaço e tempo demarcados, que apresenta as regras, significados e configurações a quem aceita participar do desafio. A partir daí, a espacialização criada pela experiência em determinado jogo passou a ser chamado de *círculo mágico* (SALEN; ZIMMERMAN, 2004, p. 97-117).

Na opinião de Jesper Juul (2008, p. 57) “o espaço do jogo é apenas um dos tipos de espaços governados por regras especiais, e como outros tipos de espaço, o espaço do jogo é social em sua origem”. O círculo mágico, portanto, se trata da terminologia usada para representar a espacialização criada por um jogo em específico. Pode ser concebido como sistema simbólico mediador, que auxilia no diálogo do jogador com o espaço, o jogo e a realidade. Essa mediação pode se apresentar de forma fluida, desenhando fronteiras que se mostrem borradas, no sentido de que não podem ser plenamente identificadas (FALCÃO et al., 2010). Cabe, portanto, explorar o formato dos *alternate reality games* e entender como pode acontecer esta mediação, considerando que os ARGs são experimentados muitas vezes em espaços simbólicos, públicos, destinados a outras atividades.

Explorando os alternate reality games

Desde o início do século XXI que o potencial da computação ubíqua vem sendo testado insistentemente em projetos de jogos eletrônicos que aliam tecnologia, sociabilidade, mobilidade e espaço urbano. Em meio ao variado repertório⁷ de nomes encontrados, os *alternate reality games* podem ser apontados como gênero mais representativo em face do grande número de projetos já realizados. Os ARGs surgiram em 2001, nos Estados Unidos⁸, e rapidamente se tornaram populares em todo mundo. Somente no Brasil, existem mais de trinta projetos de alternate reality games produzidos desde 2004⁹.

Os *alternate reality games* mesclam em sua jogabilidade espaços físicos e eletrônicos, *borrando* as fronteiras entre estes ambientes. Estes jogos exploram as funcionalidades das diversas aplicações da Ubicomp em paralelo ao alto nível de sociabilidade, usabilidade e estética oferecidos pelos os jogos eletrônicos (BJORK, 2001). Nestes casos, as tecnologias relacionadas à computação ubíqua fornecem suporte para o jogo, permitindo a interação de seus participantes em mobilidade pelo ambiente urbano, que disponibiliza diversos serviços inteligentes e conectados em rede (SCHNEIDER; KORTUEM, 2001).

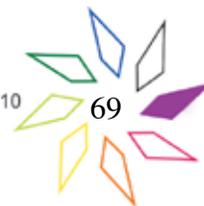
Os ARGs são jogos enraizados na internet que transbordam para o espaço urbano através de intervenções performáticas envolvendo personagens, chefes de fase, *tokens* enigmas, *puzzles*, dentre outros elementos e sistemas configurados de acordo com a lógica dos jogos eletrônicos (McGONIGAL, 2006). Estes jogos são fundamentados em um modelo onde os participantes escolhem atuar como se o mundo ficcional do *game* fosse parte da realidade (WAERN; DENWARD, 2009). Suas dinâmicas acontecem na forma de experiências sociais que circulam por diversos contextos e ambientes colaborativos, abarcando elementos típicos dos jogos eletrônicos¹⁰ e outros formatos usados para contar histórias (DENA, 2007). A mecânica característica dos ARGs envolve diferentes ferramentas de comunicação – emails, mídias sociais, SMS, websites,

7 Existe uma série de nomes usados para fazer referência aos inúmeros games com base na UBICOMP, como pervasive games, ubiquitous games; augmented/mixed reality games; mobile games; alternate reality games, crossmedia games; and augmented tabletop games.

8 O primeiro ARG da história foi *The Beast*, criado para promover o filme inteligência artificial. Quase no mesmo ano, foi lançado pela Electronic Arts o jogo Majestic. Em seguida, saíram Art Of H3ist (relacionado ao automóvel Audi A3) e I Love Bees (financiado pela Microsoft para promover o game Halo II), dando início à uma extensa produção de ARGs em todo o mundo.

9 Informações disponíveis em: <www.argbrasil.net>.

10 Personagens, sistemas de fases, puzzles, tokens, affordances, boss level etc.



telefonia móvel etc. – que servem para conectar personagens¹¹ e jogadores em um universo ficcional, no qual o público deve resolver quebra-cabeças, investigar mistérios, dentre outros desafios para conseguir avançar na história. (DENA, 2007; HALL, 2009).

Neste sentido, pode-se destacar o potencial dos ARGs para transformar o modo pelo qual entendemos o espaço, pois estes games fomentam outros tipos de apropriação de lugares públicos, diferentes da qual cada um foi, inicialmente, projetado. As normas, convenções sociais e o espaço simbólico por onde estes jogos circulam são reconfigurados pela aplicação das técnicas de game design, fixando uma nova perspectiva para observar o ambiente das cidades (MONTOLLA et al., 2009, p. 77-88). O profissional¹² responsável por estes jogos dispõe de ferramentas e recursos específicos de *game design* para alterar a dimensão simbólica dos lugares, transformando-os espaço para jogos.

Por exemplo, museus e prédios públicos passam a esconder tesouros; telefones mediam diálogos com personagens, tornando-se ferramentas importantes para conectar narrativa e jogadores; portas recebem combinações para serem abertas, dentre outros procedimentos que tencionam mobilidades físicas e informacionais. Para poder acontecer, o jogo do tipo ARG precisa impor seus elementos e regras no lugar onde será disputado, criando fluxos de mobilidade física e informacional e produzindo, assim, espacialização. Neste caso, o uso das funções relacionadas à computação ubíqua pode reconfigurar e lugar, deixando sua estrutura apta a suportar estes jogos.

No Brasil, somente no ano de 2006 que os ARGs começaram a ser adotados como objeto de estudos, porém analisados de maneira mais superficial diante do que acontece no exterior. Em um primeiro momento, estes jogos foram tratados por Vicente Mastrocolla (2006, 2008) como um gênero de história ficcional que une elementos da vida real às ações de caça ao tesouro, interpretação teatral, *adventuregames* e comunidades virtuais. Os ARGs definidos pelo autor como desafios estruturados em séries intensas de puzzles espalhados por *websites*, pistas em jornais, telefonemas feitos pelos seus personagens, criando uma experiência na qual o jogador deve vestir uma *máscara* de personagem para vivenciar, de maneira mais profunda, a trama da narrativa (MASTROCOLLA, 2008, p. 5)

Em seguida, podemos destacar o trabalho de Vicente Gosciolla (2009) que usa o formato dos ARG para propor seu conceito de *realidade permeável*. Segundo Gosciolla, esta noção serve para traduzir os resultados de articulações entre o mundo real e o mundo virtual, mas está um passo além do que chamamos de ciberespaço por integrar mais objetivamente o mundo real às suas estruturas.

11 É particularmente interessante assinalar que, para reduzir seu status ficcional, os personagens destes games são interpretados por atores.

12 Chamado muitas vezes de *puppetmaster*; em analogia aos titereiros e seus fantoches

Recentemente, em artigo publicado por Falcão et al. (2010), no qual são discutidos alguns dos principais ARGs produzidos no Brasil, fica constatado que jogabilidade destes *games* pode transportar as características técnicas do *design* clássico de jogos eletrônicos – *puzzles*, missões, interfaces e sistema narrativo progressivo – para o espaço urbano com base em três elementos convergentes: (i) o lúdico, presente nos *puzzles* e demais enigmas que perpassam, em diferentes escalas, toda a experiência; (ii) as tecnologias de comunicação, que por meio da computação ubíqua e pervasiva oferecem dispositivos móveis usados como suportes para jogar as partidas no espaço urbano; e o mais importante deles (iii) a ficção, que dá sentido aos elementos criados especialmente para o jogo e os colocam como peça integrada à experiência urbana.

O ARGs podem ser compreendidos, portanto, como jogos eletrônicos produzidos de acordo com o contexto criado pela disseminação da computação ubíqua. A interface original deste modelo com o espaço físico estimula alternativas para apropriações do ambiente urbano. Em meio a esta dinâmica, nuances de uma nova tipologia de espaço são reveladas pelo fenômeno lúdico.

O espaço informacional na experiência urbana

O espaço criado pelos ARGs dialoga com certos conceitos que buscam relativizar experiência urbana e conteúdo informacional. Em um primeiro momento, Beslay e Hakala (2005) utilizaram a metáfora da bolha¹³ para ilustrar esta zona de troca informacional entre lugares, objetos e usuários, configurando o que os autores chamam de *ambientes inteligentes* – uma visão dos lugares em que os seres humanos estarão em posição central em face do conhecimento, da sociedade e das tecnologias da informação e da comunicação. Manovich (2006) chama este espaço de *umentado*. Trata-se do espaço físico revestido de informação multimídia, oferecendo conteúdo visual e informacional para cada usuário. Adam Greenfield chama estes lugares de *ambientes de informática*, caracterizados pela informação processada e dissolvida no comportamento social que fica disponível livremente em qualquer ponto do espaço, fomentando a idéia de serviços atentos a contextos e localização de usuários (GREENFIELD, 2006, p. 25-27).

A noção de territórios informacionais refere-se às áreas criadas em zonas de intersecção entre o ciberespaço e o espaço urbano, em que o acesso e o controle informacional se realizam a partir de dispositivos móveis e redes sem fio. Os lugares dotados de sensores, dispositivos e redes sem fio abertas são transformados pela territorialidade informacional emergente, que pode ser entendida como uma pele eletrônico-digital acoplada aos lugares, fomentando uma

13 Tradução do original *Bubble*, em inglês.

relação particular do mundo “real” com banco de dados, redes e dispositivos eletrônicos sem fio incrustados nas coisas (LEMOS, 2007, 2009a, 2009b).

Santaella (2008a, 2008b) apresenta o conceito de *espaço intersticial*, que tende a dissolver as fronteiras entre espaço físico e virtual, criando um terceiro domínio que se refere às bordas entre espaços físicos e digitais; Um espaço intersticial ocorre quando não se precisa mais sair do espaço físico para entrar em contato com ambientes digitais. Souza e Silva (2008) propõe a terminologia *espaços híbridos* para pensar os espaços criados pelas dinâmicas dos usuários de dispositivo móveis constantemente conectado à internet e a outros usuários. A autora, contudo, afasta sua proposta de termos como realidade aumentada, realidade virtual e realidade misturada, aproximando da proposta de espaço intersticial, de Santaella. Souza e Silva destacam que a possibilidade de estar sempre conectado à internet quando se move através de uma experiência na cidade transforma o espaço pelo envolvimento de contextos remotos (eletrônicos) dentro do contexto atual (cidade). Essa possibilidade de conexão é relacionada tanto às interações sociais e de conexões com o espaço de informação, isto é, a internet.

Todos estes conceitos colocam em jogo uma nova tipologia espaço criada pela disseminação da computação ubíqua que chamamos de *informacional*. Neste caso, podemos entender que o potencial comunicativo dos lugares é ampliado por novas funções experimentadas através de atividades que fomentam a sociabilidade e a mobilidade. As atividades realizadas no espaço informacional criam lugares temporários, que puderam ser experimentados nas partidas de ARGs disputadas em ambientes entendidos como *terceiros lugares*.

Discussão: os casos de Zona Incerta, Desenrola e a Fórmula do Conhecimento

As passagens descritas a seguir podem revelar traços do espaço descrito como informacional, mostrando que os lugares podem adquirir outras formas de uso e apropriação. A escolha neste artigo priorizou partidas disputadas em locais que se ajustam ao conceito de *terceiro lugar*, de três ARGs considerados representativos.

Zona Incerta¹⁴ foi um jogo produzido pelo Núcleo Jovem da Editora Abril e utilizado na promoção do refrigerante Guaraná Antártica, no ano de 2007. Trata-se do maior projeto e investimento em *alternate reality game* já feito no Brasil. A trama girava em torno de um cientista

14 <<http://www.zonaincerta.com.br/>>.

brasileiro, Miro Bittencourt, seqüestrado por agentes ligados à Arkhos Biotech¹⁵, empresa que roubou a fórmula do Guaraná Antártica. Os jogadores deveriam ajudar Gastão e Olívia, irmão e ex-noiva de Miro, a encontrar o cientista e recuperar a fórmula do produto.

Em uma das partidas mais importantes de Zona Incerta, os jogadores deveriam se dirigir à Praça Benedito Calisto, em São Paulo, para receber informações sobre a localização dos elementos desaparecidos. Em seguida, o grupo se dirigiu até a Praça Buenos Aires, na mesma cidade, em busca mais pistas. O sucesso nesta missão só foi possível por que os jogadores utilizaram ferramentas de navegação WAP¹⁶ e GPRS¹⁷, que permitem acessar as mesmas funções disponíveis na internet – web, chat, sms, email etc. – em *smartphones*.

Podemos encontrar procedimento semelhante em *Desenrola*¹⁸, ARG relacionado ao Instituto OI Futuro, produzido pela Raccord¹⁹ e disputado no Rio de Janeiro, durante os meses de janeiro e fevereiro de 2009. O desafio principal era ajudar os jovens Celo e Paola a libertar o amigo *Orelha*, seqüestrado pelo traficante Formiga, que aliciava menores para trabalhar no tráfico de drogas. Depois de quatro semanas de intensas investigações, o público conseguiu ajudar a dupla na tarefa de encontrar provas contra o bandido e entregá-las à polícia, em segurança. Na última fase de *Desenrola*, os jogadores deveriam ir até o prédio do Instituto Oi Futuro, especificamente no Museu das Telecomunicações, encontrar os personagens do jogo²⁰ para descobrir as últimas pistas contra o criminoso, que estavam escondidas no local.

Os participantes só conseguiram êxito nesta partida utilizando o potencial do *espaço informacional*, que os conectou a internet e ao público que não estava no prédio do Oi Futuro. Durante esta ação, a produção do ARG entregou *smartphones* aos atores presentes, para auxiliar na tarefa de encontrar nove itens espalhados, junto com o público presente ao edifício. Assim, os aparelhos recebiam mensagens enviadas via *bluetooth* do próprio lugar, como se fosse parte do plano de Celo e Paola, ou via web, de jogadores externos ao prédio, por uma rede *wi-fi* aberta no Oi Futuro. Desta forma, os presentes puderam acessar a planta do Museu das Telecomunicações²¹, localizado no interior do prédio, e descobrir o esconderijo dos itens. Além disso, os celulares

15 <<http://www.arkhosbiotech.com>>.

16 Sigla para Wireless Application Protocol ou Protocolo de Aplicações sem Fio, em português.

17 General Packet Radio Service ou pacote para envio de informações por redes móveis.

18 <www.desenrola.com>.

19 <www.raccord.com>.

20 Na ocasião, os personagens.

21 <<http://www.oifuturo.org.br/museu/site.html#/museu/home>>.

também ajudaram na comunicação entre o público interno e externo ao Instituto Oi Futuro, para discutir os achados e tirar conclusões²².

Finalmente, podemos destacar uma partida disputada no ARG *A Fórmula do Conhecimento*, produzido pelo *Realidade Sintética*²³ em parceria com a *Engenhonovo Comunicação*²⁴, na cidade de Salvador, nos meses de maio e junho de 2009. Durante cinco semanas, jogadores de todo o Brasil foram desafiados a ajudar uma bela jovem, Beatriz Salerno, na busca por um importante segredo de família, desaparecido junto com seu tio-avô, Hélio Bonfim, no início de 2009. Tratava-se de uma fórmula mágica, desenvolvida há décadas por um antepassado, que teria poderes de atuar na mente do homem, deixando-o mais sensível à absorção de conhecimento.

Em partida *live action* realizada na Praça do Campo Grande²⁵, os jogadores foram submetidos a três desafios específicos: encontrar um telefone público dentre os muitos no local, dispondo apenas do número para discagem; achar e decifrar um mapa escondido por Hélio Bonfim; decodificar um enigma criado a partir de algarismos romanos gravados nas laterais no Monumento ao Dois de Julho. Só foi possível resolver estas tarefas por que os jogadores encontraram uma rede sem fio no local para acessar a internet. Desta forma, eles conseguiram se comunicar com jogadores localizados em outras cidades, além de tentar descobrir a senha correta para abrir um dos sites ligados jogo²⁶.

Conclusão

O êxito obtido nas partidas descritas acima pode ser atribuído ao potencial oferecido pelo que chamamos de espaço informacional, que ampliou a dimensão comunicativa disponível em locais concebidos como terceiros lugares. A comunicação entre público e personagens do jogo se deu dentro do contexto criado pela computação ubíqua onde o espaço físico é preenchido com informação eletrônica. Os locais onde as partidas foram disputadas – Praças Benedito Calisto, Buenos Aires, Campo Grande, Instituto Oi Futuro e Museu das Telecomunicações – se enquadram na definição de terceiro lugar, discutida nesta pesquisa. Podemos concluir, portanto, que um jogo do tipo ARG tem seu lugar criado em uma espacialidade temporária e *informacional*, que

22 Toda experiência no instituto Oi Futuro foi registrada pelos jogares em vídeo disponível no link <<http://www.youtube.com/watch?v=csEn9dc4kgc>>.

23 <<http://www.cifras.com.br/noticia.asp?1711>>.

24 <www.engenhonovo.com.br/>.

25 <http://www.youtube.com/view_play_list?p=F14D80076E53E7E6&search_query=arg++formula+do+conhecimento+campo+grande>.

26 <www.gnosiologia.wordpress.com>.

pode atuar como mediadora do processo conectando elementos jogo, audiência e realidade pelas tecnologias de comunicação.

O presente estudo tratou de fenômenos comunicativos emergentes no século XXI, pensando em modos de relacionar experiência urbana e elemento lúdico a partir do potencial de comunicação e sociabilidade oferecidos pelos *terceiros lugares*. Trabalhamos com a hipótese de que as tecnologias de comunicação relacionadas à computação ubíqua podem *infiltrar* conteúdo visual e informacional nos lugares de um modo particular, revelando uma tipologia de espaço que chamamos neste artigo de *espaço informacional*.

Para comprovar nossa hipótese, consideramos partidas realizadas em locais que se ajustam ao conceito de *terceiro lugar*, durante ARGs representativos. Ao final, entendemos que as dinâmicas realizadas nestes momentos do jogo revelam um espaço favorável à comunicação e à sociabilidade, criando novos sentidos de lugar a partir de práticas sociais. Por enquanto, estamos experimentando esta espacialidade através de nossa relação com o entretenimento, especialmente *alternate reality games*. Em breve, este potencial poderá ser usado em relações econômicas, políticas, dentre outras, aumentando a qualidade de vida de quem vive nas grandes cidades. Estes pontos cabem ser explorados mais adiante, em futuras pesquisas para as quais o presente estudo pode contribuir.

Games in Third Place: ARGs, Urban Cultures and Sociability

Abstract

This study aims at understanding the ways in which the communication may relate to the urban culture through new technology, enhancing the potential for sociability offered by Third Places. Third Places are public places and unrestricted access, coupled with constant communication, sociability and quality of life. The hypothesis argues that new communication technologies can infiltrate visual and informational content in these places, revealing a face named here as the *informational dimension of place*. This dimension tends to act as a mediator of original communicative practices, connecting objects, places, mobile and static users, besides producing spaces, increasing the potential of communication and sociability offered by a particular place. The analysis is based on the experience available in games like alternate reality game (ARG), considering the dynamics perceived in their matches called live action.

Keywords: Games. Third Places. Urban culture. Communication. Sociability.

Referências

BAECHLER, J. Grupos e sociabilidade. In: BOUDON, R. (Ed.). **Tratado de Sociologia**. Lisboa: Asa, 1995. p. 57-95.

BAUM, F.; PALMER, C. Opportunity structures: urban landscape, social capital and health promotion in Australia. **Health Promotion International**, v. 17, p. 351-361, 2002.

BESLAY, L., HAKALA, H. **Digital territory**: bubbles. Draft Publication, European Community, 2005. Disponível em: <<http://cybersecurity.jrc.es/docs/DigitalTerritoryBubbles.pdf>>. Acesso em: set. 2008.

BJÖRK, S. **Activity-based mobile interfaces**: towards a user model for hybrids between mobile phones and PDAs. In: WORKSHOP PAPER AT CHI 2001 ACM SIGCHI ANNUAL CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, 2001, Seattle, Washington, USA.

DeCERTEAU, M. A. **Invenção do cotidiano**. São Paulo: Vozes, 1984.

DENA, C. Creating alternate realities: a quick primer In: BORRIES, F.; WALZ, S.; BOTTIGER, M. **Space time play**: computer games, architecture and urbanism: the next level. Basel: Birkhauser Verlag AG, 2007.

FALCÃO, T. et al. Locative media and playful appropriations or how electronic games help to redefine the meaning of space. In: FIRMINO, R.; DUARTE, F.; ULTRAMARI, C. **ICTs for mobile and ubiquitous urban infrastructures**: surveillance, locative media and global networks. Hershey: Igi Global, 2010. No prelo.

FRUMKIN, H. Healthy places: exploring the evidence. **American Journal of Public Health**, v. 93, p. 1451-1456, 2002.

GOGGIN, G. **Cell phone culture**: mobile technology in everyday life. London: Routledge, 2006.

GOSCIOLA, V. Sociabilidades e realidades permeáveis. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 13, n. 25, p. 27-43, 2009.

GRAHAM, S.; MARVIN, S. **Telecommunications and the city**: eletronic spaces, urban places. London: Routledge, 1997.

GRANT, D.; JONES, A. W.; TRAUTNER, M. N. Do facilities with distant headquarters pollute more?: how civic engagement conditions the environmental performance of absentee managed plants. **Social Forces**, v. 83, n. 1, p. 189-214, set. 2004.

GREENFIELD, A. **Everyware**: the dawning age of ubiquitous computing. Berkeley (USA): New Riders, 2006

GROSNEY, J. W. **Beyond realities**: a guide to alternate reality game. Thomson Course Technology, 2005.

HALL, A. C. O. I am trying to believe: dystopia as utopia in the year zero alternate reality game. **Eludamos. Journal for Computer Game Culture**, v. 3, n. 1, p. 69-82, 2009.

HANSON, S. Getting there: urban transportation in context. In: _____. (Ed.). **The geography of urban transportation**. New York: Guilford, 1995.

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

JEFFRES, L. et al. The impact of third places on community quality of life. **Applied Research Quality Life**, n. 4, p. 333-345, 2009.

JUUL, J. The magic circle and the puzzle piece. In: GÜNZEL, S. et al. (Ed.). **Conference proceedings of the philosophy of computer games**. Potsdam: Potsdam University Press, 2009.

KELLERMAN, A. **Personal mobilities**. New York: Roulledge, 2006.

LEMOS, A. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos dispositivos híbridos móveis de conexão multirredes (DHMCM). **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 10, p. 23-40, 2007.

_____. **Cultura da mobilidade**. In: ENCONTRO DA ABCIBER, 3., 2009, São Paulo. São Paulo: PUC, 2009a.

_____. Pervasive games and processes of spacialization communication, informational territories and mobile technologies. **Canadian Journal of Communication**, 2009b. No prelo.

MACIOCCO, Giovanni. **Fundamental trends in city development**. New York: Springer, 2008. (Serie Urban and Landscape Perspectives, v. 1).

MacCOLL, Ian; RICHARDSON, Ingrid. Third places and third screens. **SIMTech07**, Melbourne, p. 26-27, nov. 2007.

MASTROCOLLA, Vicent. ARGs: uma nova ferramenta de entretenimento, comunicação e marketing. **Revista da ESPM**, São Paulo, ano 12, v. 13, n. 5, p. 94-103, 2006.

_____. **Um jogo de nós mesmos**: como as mecânicas lúdicas permeiam a comunicação e o marketing. 2008. Disponível em: <http://www.vincevader.net/games/artigo03_um_jogo_de_nos_mesmos.pdf>. Acesso em: jan. 2009.

McQUIRE, S. **The media city**. London: Routledge, 2008.

MANOVICH, Lev. The poetics of augmented spaces. **Visual Communication**, v. 5, n. 2, p. 219-240, 2006.

McGONIGAL, J. **This might be a game**. Tese (Doutorado) – Universidade de Berkeley, Berkeley, CA, EUA, 2006.

_____. Ubiquitous gaming: a vision for the future of enchanted spaces. In: BORRIES, F.; WALZ, S.; BOTTGER, M. **Space time play**: computer games, architecture and urbanism: the Next Level. Basel: Birkhauser Verlag AG, 2007.

MONTOLA, M.; STENROS, J.; WAERN, A. **Pervasive games**: theory and design. Oxford: Morgan Kaufmann Editor, 2009.

NILLES, J. Telecommuting and urban sprawl: mitigator or inciter? **Transportation**, Netherlands, v. 18, n. 4, p. 411-432, Dec. 1991.

OLDENBURG, R. **The great good place**. New York: Marlowe, 1989

_____; BRISSETT, D. The third place. **Qualitative Sociology**, v. 5, p. 265–284, 1982.

SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. **Rules of play**: game design fundamentals. Cambridge: MIT Press, 2003.

SANTAELLA, Lucia. A ecologia pluralista das mídias locativas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 3, n. 37, dez. 2008a.

_____. A estética política das mídias locativas. **Nômadás**, Bogotá, n. 28, abr. 2008b.

SCHNEIDER, J.; KORTUEM, G. **How to host a pervasive game**: supporting face-to-face interactions in live-action roleplaying. In: WORKSHOP ON DESIGNING UBIQUITOUS COMPUTING GAMES, 2001, Atlanta, Georgia.

SHIELDS, R. **Places on the margin**: alternative geographies of modernity. London: Routledge, 1991.

SOUZA E SILVA, Adriana. Alien-revolt: a case study of the first location-based mobile game in Brazil. **IEEE Technology and Society Magazine**, v. 27, n. 1, p. 18-28, 2008.

SZULBORSKY, David. **This is not a game**: a guide to alternate reality gaming. [S.l.]: New Fiction Publishing, 2005.

TOLBERT, Charles M. II. Minding our own business: local retail establishments and the future of southern civic community. **Social Forces**, v. 83, n. 4, p. 1309-1328, 2005.

_____ et al. Civic community in small-town America: how civic welfare is influenced by local capitalism and civic engagement. **Rural Sociology**, v. 67, p. 90-113, 2002.

WAERN, A.; DENWARD, M. **On the edge of reality**: reality fiction in 'Sanningen om Marika'. Proceedings of DiGRA, 2009. Disponível em: <<http://www.digra.org/dl/db/09287.50584.pdf>>.

WEISER, Marc. The computer for the 21st century. **Scientific American**, v. 265, n. 3, p. 66-75, 1991.

_____. The world is not a desktop. **Interactions**, New York, v. 1, n. 1, p. 7-8, jan. 1994.

Correspondência

LUIZ ADOLFO DE ANDRADE

Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea

Rua Barão de Geremoabo, s/n - Ondina

40170-115 - Salvador - Bahia

Fone: (71) 3283-6193

luizadolfo@ufba.br

Recebido em 25.07.2010

Aprovado em 11.08.2010