UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES

LUCAS GAROFALO LOPES

Desfocando as linhas
ARG - A estrutura imperceptível do jogo

v.1

São Paulo

2009

LUCAS GAROFALO LOPES

Desfocando as linhas

ARG - A estrutura imperceptível do jogo

v.1

Dissertação apresentada à Escola de
Comunicação e Artes da
Universidade de São Paulo para
obtenção do título de Mestre em
Ciências da Comunicação

Área de Concentração:
Estudo dos Meios e da Produção
Mediática

Orientador: Prof. Dr.
Gilson Schwartz

São Paulo

2009

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Lopes, Lucas Garofalo

Desfocando as linhas: ARG - A estrutura imperceptível do jogo / Lucas Garofalo
Lopes. - - São Paulo : L. G. Lopes, 2009.
100 p.

Dissertação (Mestrado) - Departamento de Cinema, Rádio e Televisão/Escola de
Comunicações e Artes/USP.

Orientador: Schwartz, Gilson

Bibliografia

1. ARG 2. Jogo 3. Narrativa 4. Videogame 5. Ficção I. Título.

Nome: LOPES, Lucas Garofalo

Título: Desfocando as linhas: ARG - A estrutura imperceptível do jogo

Dissertação apresentada à Escola de
Comunicação e Artes da
Universidade de São Paulo para
obtenção do título de Mestre em
Ciências da Comunicação

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento _____ Assinatura: _____

À Paula, Odete, José Rubens e Ana Maria, pelo incentivo, força e conselhos nesta jornada.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Gilson Schwartz por estes anos de ensinamentos, pela paciência e gentileza em me auxiliar neste caminho e pela receptividade com que acolheu este projeto.

A todos os professores que me receberam em suas aulas, e que me auxiliaram em todos os momentos.

“O Iluminismo está morto, o Marxismo está morto,
o movimento da classe trabalhadora está morto...
e o autor também não se sente muito bem.”

Neil Smith

Resumo

LOPES, Lucas Garofalo. *Desfocando as linhas: ARG - A estrutura imperceptível do jogo*. São Paulo, 2009. 99f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

Este projeto tem como objetivo analisar o gênero emergente de jogos conhecido como ARG. Utilizando a teoria nos campos do videogame e jogos em geral, se espera estabelecer características intrínsecas aos ARGs, assim como suas relações com os jogadores, com o mercado, a imprensa e o público em geral. Com isso se pode observar que os ARGs possuem características únicas, que os diferenciam dos videogames e outros jogos. Essas mesmas características os tornam promissores e ao mesmo tempo polêmicos por misturar a ficção e o jogo com a realidade. Por isso é necessário um maior rigor no desenvolvimento deste gênero de jogos para que estabeleça padrões reconhecíveis e alcance novos mercados.

Palavras-chave: ARG, Jogo, Narrativa, Videogame, Ficção

Abstract

LOPES, Lucas Garofalo. *Blurring the lines: ARG – the imperceptible structure of the game*. São Paulo, 2009. 99f. Dissertation (Master in Communication Sciences) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

This project aims to examine the emerging genre of games known as ARG. Using the theory in the fields of videogames and games in general, is expected to set up specific features of ARGs, as well as its relations with the players, the business market, the press and the general public. Through this, it's possible to see that the ARGs have unique characteristics, which are different from videogames and other games. These characteristics make them promising while controversial for mixing fiction and the game with reality. Therefore it is necessary more accuracy in the development of this genre of games to establish recognizable patterns and reach new markets.

Key words: ARG, Game, Narrative, Videogame, Fiction

Lista de Ilustrações

Ilustração 1 – captura de imagem do site www.iamtryingtobelieve.com	03
Ilustração 2 – imagem do jogo The Sims 3.....	18
Ilustração 3 – captura de tela do jogo Second Life.....	19
Ilustração 4 – captura de tela do jogo Façade.....	21
Ilustração 5 – camadas do discurso narrativo.....	23
Ilustração 6 – captura de tela do jogo Doom.....	24
Ilustração 7 – captura de tela do jogo Myst.....	25
Ilustração 8 – modelo de jogo de computador.....	28
Ilustração 9 – Senador Artur Virgílio critica empresa fictícia.....	43
Ilustração 10 – representação da estrutura do desenvolvimento dos ARGs.....	55
Ilustração 11 – captura de tela do jogo Full Throttle.....	56
Ilustração 12 – publicidade anuncia o choque do asteroide Pallas na Terra.....	64
Ilustração 13 – camiseta da turnê do Nine Inch Nails.....	84
Ilustração 14 – resultados do questionário 2 postados na comunidade ETS.....	97
Ilustração 15 – resultados do questionário 2 na comunidade NIN no Orkut.....	98

Lista de Tabelas

Tabela 1 – definições de jogo.....	08-09
Tabela 2 – relação das características com o jogo, jogador e o mundo.....	09

Lista de Siglas

ARG	Alternate Reality Game
CAVE	Cave Automatic Virtual Environment
LARP	Live Action Role Play
MMORPG	Massive Multiplayer Online Role Playing Game
MUD	Multi User Dungeons
MUVE	Multi User Virtual Enviroment
RPG	Role Playing Game
SMS	Short Message Service
TINAG	This Is Not A Game

Sumário

Introdução.....	01
1. Isso não é um jogo.....	03
1.1. O que é um jogo.....	06
1.2. Jogo, brincadeira e narrativa.....	16
1.3. Jogo, narrativa e o tempo.....	22
1.4. Jogos e jogos de computador.....	28
1.5. Representação e simulação nos jogos.....	32
1.6. Evolução da narrativa nos videogames.....	35
1.7. Afinal, isso é um jogo?	37
2. Categorias e modelos de negócios.....	39
2.1. Promocional/marketing.....	40
2.2. Independente.....	44
2.3. Comercial.....	46
2.4. Merchandising.....	49
2.5. Educativo/treinamento.....	50
2.6. Outras categorias.....	51
3. Elementos dos ARGs.....	54
3.1. Mídias, Métodos e Tecnologia.....	54
3.1.1. Conteúdo.....	56
3.1.2. Contato.....	58
3.1.3. Conflito.....	61
3.2. Desenvolvedores.....	63
3.3. Jogadores.....	66
3.3.1. Ferramentas e comunidades.....	67
3.3.2. Jogando em comunidade.....	68
3.3.3. Níveis de engajamento.....	69
3.3.4. Papéis dos jogadores.....	70
3.4. História e Experiência.....	71

3.4.1. TINAG.....	71
3.4.2. Autoria interativa.....	74
4. Pré-ARGs.....	76
5. Questões psicológicas.....	79
6. Questões éticas e legais.....	81
7. Estudo de Caso: Year Zero.....	84
8. Conclusões.....	91
Referências.....	95
APÊNDICE A – Resultados do questionário 2.....	97
APÊNDICE B – Questionário 3 e resultados.....	99

Introdução

A evolução e convergência de tecnologias e mídias, alavancadas principalmente pela informática e o surgimento da internet, são responsáveis pela criação de uma nova linguagem e por sua vez um novo tipo leitor, que não deve mais receber este nome.

Segundo Lucia Santaella, “A linguagem do mundo digital só existe quando o usuário atua e interfere na mensagem” (SANTAELLA, 2001). Esta nova linguagem está em constante transformação e é tão plural que torna complexo o surgimento de convenções para esta linguagem. Convenções estas como as estabelecidas para mídias mais antigas, por exemplo o livro que possui número de páginas, uso de parágrafo e divisão em capítulos.

Diante desta realidade, o novo leitor do mundo digital não apenas lê, mas interfere, interage, joga e cria a linguagem que experimenta. Além de deixar de ser um leitor passivo, esse leitor deve acompanhar as transformações desta linguagem para compreender e atuar conscientemente sobre ela.

Este leitor, interator, jogador, ou qualquer denominação que lhe atribuam existe não apenas pelo advento da tecnologia, mas também pelas próprias mudanças sócio-culturais, filosóficas características dos dias atuais.

Neste paradigma emerge um gênero de jogo que se utiliza de muitos atributos desta linguagem digital para misturar ficção com realidade, caça ao tesouro, narrativa, interatividade, quebra cabeças, videogame, marketing e comunidades online, envolvendo milhares a milhões de jogadores simultaneamente.

Uma nova forma de entretenimento baseada principalmente na internet popularmente conhecida como *Alternate Reality Game* ou *ARG*, também já foram denominados como *Immersive Game* e *Interactive Fiction*, entre outros.

A própria indefinição do nome adotado ao gênero reflete a falta de características que definam o que é e o que não é um ARG. Sua breve história mostra que a cada novo jogo do gênero, novas características são apresentadas, resultando em ARGs muito díspares entre si.

Um gênero que vem gerando as mais variadas reações entre jogadores, imprensa e o público geral que entra em contato com os ARGs. As reações vão do mais deslumbrado otimismo ao mais alarmado pessimismo.

Dave Szulborski, autor do primeiro livro dedicado a esses jogos e desenvolvedor de ARGs independentes declara o gênero como “[...] um emergente gênero de jogo e uma das primeiras formas de arte e entretenimento desenvolvidas a partir e exclusivamente para a internet.” (SZULBORSKI, 2005, p.2)

Jane McGonigal, acadêmica que pesquisa o que chama de jogos imersivos e fez parte da equipe que criou ARGs como *I Love Bees*. Ela diz que em suas palestras, é comum que os ouvintes recebam o assunto com reações que vão do cinismo a apreensão. McGonigal (MCGONIGAL, 2003, p.2) exemplifica uma destas reações: “‘Existe uma doença mental exatamente com os mesmos comportamentos e padrões de pensamentos que os jogadores que você descreve.’ Foi o primeiro comentário que recebi após uma palestra.”

Para tornar possível a compreensão destas reações é necessário um aprofundamento sobre o assunto, tanto empírico quanto teórico, analisando estudos de caso que vão desde o surgimento do gênero até os casos mais atuais.

Para isso, este projeto objetiva construir uma introdução ao universo dos ARGs, analisando este gênero através da literatura na área de jogos e videogame. Dentro destas teorias, levantar uma questão recorrente ao videogame e que não deixa de ser fundamental ao objeto de estudo: a relação entre jogo e história.

A recente literatura específica sobre os ARGs também fornece uma base para a construção de um quadro comparativo entre estudos de caso, além situar e explicar o papel dos diversos atores envolvidos nestes jogos, como os jogadores, os desenvolvedores e os mercados envolvidos.

Isso possibilitará a exploração das relações entre jogos com o mercado e seu público, classificando os diferentes tipos de jogos criados até o momento de forma a facilitar a contextualização e futuros estudos.

Obviamente este projeto não aspira ser uma obra definitiva sobre o gênero, então conscientemente e por questões objetivas, optou-se por não se aprofundar em alguns temas relacionados ao gênero, mesmo alguns de relevante importância encontrados no processo de pesquisa do objeto de estudo. Ainda sim estes temas serão mencionados, com a esperança de que possam ser melhor explorados futuramente.

1. Isso não é um jogo

Imagine que um amigo te envia o endereço de um website que, em relatos, diz que o governo americano está utilizando uma droga chamada Parepin nos reservatórios de água com o intuito de tornar o sistema imunológico das pessoas mais forte em casos de ataques terroristas com armas químicas e biológicas. Porém o website diz que a informação do governo não é verdadeira e que a droga é utilizada para tornar as pessoas mais obedientes e tem causado uma série de alucinações.

ilustração 1: captura de imagem do site <www.iamtryingtobelieve.com>

Em uma sessão deste site, existe um email de contato do autor do site. Apesar de achar toda esta teoria da conspiração absurda, você decide enviar um e-mail e logo em seguida recebe outro em resposta automática dizendo (NINWIKI, 2009):

Obrigado pelo interesse. Agora está claro para mim que o Parepin é um agente completamente seguro e efetivo desenvolvido para nos proteger do bio terrorismo. A Administração está atuando pelo interesse dos cidadãos; sugerir o contrário foi irresponsável e eu estou profundamente arrependido disto. Eu estou bebendo a água. Então você também deveria.

Se este e-mail não te deixou tranquilo sobre o assunto e você quer saber mais, não se preocupe, você acabou de ser fisgado por um ARG.

O ARG, abreviatura de alternate reality game ou jogo de realidade alternativa, é uma forma de jogo/entretenimento que utiliza muitas mídias para fragmentar uma narrativa que deve ser descoberta e reordenada por seus jogadores.

Em cada fragmento de história, existe a possibilidade de encontrar pistas, mensagens criptografadas, arquivos escondidos e quebra cabeças que levem a novos fragmentos, assim prosseguindo com o desenvolvimento do jogo e sua história.

Normalmente esse processo é complexo e também envolve missões, eventos ao vivo e interações diversas entre jogadores e personagens do jogo. Para isso se faz necessário que os jogadores colaborem no intuito de um objetivo comum, que é a resolução do ARG ou desfecho da história¹.

Desde já assumindo que os ARGs são um gênero de jogo, um de seus principais diferenciais em relação a outros jogos está na forma como são projetados e apresentados. Com o intuito de fazer a linha entre a realidade e a ficção se tornar menos nítida, seus desenvolvedores utilizam o princípio conhecido como *This Is Not A Game*², ou apenas TINAG, onde a obra é projetada objetivando não revelar claramente seus desenvolvedores, o produto que divulga (quando é utilizado como campanha de marketing) e mesmo não revelando a si mesmo como um jogo. Dave Szulborski (SZULBORSKI, 2005 p.2), explica esse conceito e como os jogos costumam atingir este objetivo: “Um jogo de realidade alternativa atinge esse objetivo ignorando os paradigmas que muitas pessoas possuem dos jogos em geral e dos videogames em particular, e então transcendendo a mídia utilizada para apresentá-lo.”

Já Jane McGonigal (MCGONIGAL, 2003, p.2) define a retórica do TINAG como: Eles fazem de tudo para eliminar os vestígios dos limites do jogo, seja físico, temporal ou social, e camuflam as metacomunicações que poderiam de outra forma anunciar que aquilo é um jogo.

Para que isso seja possível, os desenvolvedores de ARGs utilizam variadas mídias e métodos para fragmentar a narrativa, dificultando a distinção do que faz ou não parte do jogo, suas regras e objetivos, desfocando principalmente os limites realidade e ficção.

Entre as mídias e ferramentas mais utilizadas para projetar um jogo do gênero estão: websites, blogs, e-mails, telefone, mensagem de texto em telefone celular, eventos, anúncios em revistas e outdoor, áudios, vídeos, quebra cabeças, entre outras formas criativas já utilizadas para entrar em contato com o jogador.

¹ Nem todos os ARGs tem como objetivo o encerramento da história. Alguns casos possuem objetivos mais abertos, onde os jogadores criam suas próprias histórias.

² Isto não é um jogo

Contando com uma diversidade diferente de mídias, métodos, desafios e narrativas entre cada jogo do gênero, os ARG tornam-se um objeto abrangente para uma definição clara e definitiva, até para os já familiarizados com este universo.

Mas antes de tentar definir aqui o que é um ARG, é interessante analisar as algumas formas de interpretação já feitas sobre o gênero. Szulborski (SZULBORSKI, 2005, p.7) mostra em seu livro *This Is Not A Game* a visão de David Thomas que escreve em seu site³:

Eu dou um passo a frente e digo que *I Love Bees* não é nada além de uma boa e velha história de mistério... não pense que é um jogo ou um quebra cabeça... não existe nada com que se possa jogar. Não há um sistema de regras para usufruir. Uma coleção de sites que espalha pistas e dicas de possibilidades enigmáticas. Mas não há para fazer além de seguir além. As pessoas criaram um jogo de ‘tentar descobrir o que é’. Mas o site, o mistério em si, não é um jogo em nenhum aspecto.

É possível apenas seguir a história de um ARG, tornado-o nada além que uma narrativa fragmentada. Mas essa não é a forma com que boa parte dos fãs do gênero jogam. O conteúdo do jogo não é simplesmente entregue aos jogadores. Para se ter acesso aos conteúdos do jogo é necessário resolver quebra cabeças, interagir com personagens do jogo que podem fornecer informações e até participar de missões no mundo real onde é necessário que se viaje até uma certa coordenada para atender uma chamada telefônica.

Os jogadores dos ARGs tendem criar comunidades com o objetivo de cooperar e trocar informações sobre o jogo. Apenas quando essas etapas já foram solucionados por essas comunidades, esse conteúdo pode ser apenas seguido.

Ao se perguntar “o quê” é um ARG, David Thomas chega a uma resposta simplista. Talvez se perguntando “como” ele é jogado e desenvolvido ele não chegasse à conclusões precipitadas. Szulborski (SZULBORSKI, 2005, p.7) mostra que em resposta ao artigo de David Thomas, Cody Brown escreve em seu site⁴:

Eu não poderia discordar mais... Eu me sinto seguro em dizer que toda experiência que se segue neste gênero é definitivamente de um jogo. Agora dizer que *I Love Bees* não é um jogo é dizer que *The Beast* não é um jogo. Concluir que não é um jogo porque não há um sistema de regras para usufruir não se sustenta porque a atividade do jogo toma lugar em ambiente digital, onde o sistema de regras é onipresente... As regras de *The Beast* fazem parte do dia-a-dia do jogador de tal forma que se alguém tentar escrever as

³ www.buzzcut.com

⁴ www.avantgaming.com

regras de The Beast, ele terá que incluir a Lei da Gravidade ou as regras do Serviço Postal Americano.

Existe nesta declaração uma confusão entre atividade/interfaces do jogo e suas regras propriamente ditas.

Brown afirma que um jogo, por utilizar o ambiente digital como plataforma, tem suas regras definidas pelas regras deste ambiente. É o mesmo que dizer que qualquer jogo de cartas de baralho possui a mesma regra por se tratar da mesma interface de jogo.

Outro ponto equivocados é admitir que regras do jogo, por fazerem parte do dia-a-dia, já são compreendidas pelos jogadores. Neste ponto Brown confunde as atividades do jogo com suas regras. Voltando às cartas de baralho, uma pessoa que saiba manuseá-las, embaralhar e distribuir as cartas, não sabe necessariamente por este motivo, jogar poker.

Dizer que às regras do jogo seriam incluídas as leis da gravidade também extrapola a idéia de regra específica do jogo. Desta forma um jogo que acontece em ambiente real, como o futebol, deveria ter descrito em seu livro de regras, além da lei da gravidade, a lei da inércia entre outras que governam o universo, segundo Newton.

Para tentar esclarecer melhor esta questão é necessário definir a diferença entre jogo e história. A partir de então, tentar explorar o que surge a partir da intersecção entre os dois.

1.1. O que é um jogo

Os ARGs já causaram certa confusão, levando alguns a analisá-lo apenas como uma história onde não existe nada para se jogar, enquanto outros declararam que é um jogo com um sistema de regras onipresente ao mundo real e virtual. Para prosseguir nesta questão é inevitável que se adote, ao menos em âmbito deste projeto, uma definição mais clara do que é um jogo.

Esta necessidade se torna ainda mais específica no caso do ARG, pois, por ele ser um jogo jogado em espaços e mídias variados em um mesmo jogo, não pode ser comparado em muitos sentidos a um videogame.

Os videogames, que convencionalmente são centralizados em apenas uma interface, possuem elementos que inviabilizam sua análise como unidade, como suas histórias e a jogabilidade ou o jogo propriamente dito.

Nos ARGs esta inviabilidade é concreta, pois é possível observar estes jogos pela sua totalidade ou por seus fragmentos ou unidades.

Por este motivo é necessário uma definição que leve em consideração casos de jogos contemporâneos e suas características, identificando mesmo os casos limítrofes, que de uma forma geral já são reconhecidos como tais.

Jesper Juul afirma existir um modelo clássico de jogo, um padrão utilizado para a criação de jogos que parece ser constante por milhares de anos. Embora os jogos de computador fossem inicialmente baseados exclusivamente neste modelo clássico, pode-se apontar algumas formas nas quais eles tem evoluído em relação a suas raízes não eletrônicas.

Neste intento, Juul assume que uma boa definição para jogos não deve nem ser muito ser ampla, que possa considerar qualquer coisa como um jogo, nem estreita demais. Que possibilite abranger tanto casos de jogos antigos quanto contemporâneos, identificando estes como: jogos, não jogos e casos limites.

Para isso sugere que esta definição descreva três coisas: 1) os tipos de sistemas definidos pelas regras do jogo (o jogo). 2) A relação entre o jogo e o jogador (o jogador). 3) A relação entre jogar um jogo e o resto do mundo (o mundo). (JUUL, 2003)

Com base em definições de diversas fontes, mostradas na tabela abaixo, Juul analisa as semelhanças e diferenças entre elas para chegar a sua própria definição.

Fonte	Definição
Johan Huizinga 1950, p.13.	[...]uma atividade livre, conscientemente fora da vida “normal” sendo “não séria”, mas ao mesmo tempo absorve o jogador intensamente e absolutamente. É uma atividade não relacionada com qualquer interesse material e nenhum lucro pode ser adquirido por ela. Procede dentro de seu próprio limite de tempo e espaço, de acordo com regras fixas e de forma ordenada. Promove a formação de grupos sociais que tendem a cercar-se de sigilo e enfatizar suas diferenças com o mundo “normal” através de disfarces ou outros meios.
Roger Caillois 1961, p.10-11.	[...]uma atividade que é essencialmente: livre (voluntária), separada [no tempo e no espaço], incerta, improdutiva, governada por regras, faz de conta.
Bernard Suits 1978, p. 34.	Jogar um jogo é engajar-se em uma atividade orientada à realização de um situação, utilizando apenas meios permitidos pelas regras, onde as regras proíbem os meios mais eficientes em

	favor dos menos eficientes, e tais regras são aceitas apenas porque elas tornam possível esta atividade.
Avedon & Sutton Smith 1981, p.7.	Em seu nível mais elementar podemos definir jogo como um exercício de sistemas de controle voluntário em que existe uma oposição entre as forças, confinados por procedimentos e regras a fim de produzir um resultado de desequilíbrio.
Chris Crawford 1981, capítulo 2.	Eu percebo quatro fatores comuns: representação ["um sistema formal fechado que subjetivamente representa um subconjunto da realidade"], a interação, conflito, e segurança ["os resultados de um jogo são sempre menos nocivos que as situações usadas como modelo"].
David Kelley 1988, p.50.	um jogo é uma forma de recreação constituída por um conjunto de regras que especificam um objetivo a ser atingido e os meios permitidos para alcançá-lo.
Katie Salen & Eric Zimmerman 2003, p.96.	Um jogo é um sistema no qual jogadores engajam-se em um conflito artificial, definido por regras, que leva a um resultado quantificável.

Tabela 1: definições de jogo (JUUL, 2003)

Juul (JUUL, 2003) então organiza sua definição:

Um jogo é um sistema formal baseado em regras com resultados variáveis e quantificáveis, onde são atribuídos diferentes valores à diferentes resultados, onde o jogador se empenha para influenciar o resultado, então se sente ligado ao resultado, e as consequências desta atividade são opcionais e negociáveis.

Esta definição pode ser dividida em seis características onde cada característica tem relação com o jogo, com o jogador ou com o mundo.

	o jogo como sistema formal	O jogador e o jogo	O jogo e o resto do mundo
a) Regras			
b) Resultados variáveis e quantificáveis			
c) Valorização dos resultados			
d) Esforço do jogador			
e) Ligação do jogador ao resultado			
f) Consequências negociáveis			

Tabela 2: relação das características com o jogo, jogador e o mundo (JUUL, 2003)

a) Regras fixas

Jogos tem regras e elas tem de ser suficientemente bem definidas para que possam ser programadas em um computador ou suficientemente bem definidas para que não haja discussão sobre elas a cada vez que se joga.

b) Resultados variáveis e quantificáveis

Para algo funcionar como um jogo, as regras do jogo devem fornecer diferentes resultados possíveis. Isto é bastante simples, mas para um jogo funcionar como uma atividade de jogo, ele deve se adaptar as habilidades do jogador.

Se os jogadores sempre alcançarem um empate ou um jogador experiente jogar com toda sua habilidade contra um principiante, isto realmente não funciona como uma atividade de jogo.

Finalmente, um resultado quantificável significa que o resultado de um jogo é projetado para ser além de qualquer discussão, sendo que o objetivo de *Pac Man* é coletar muitos pontos e não se mover no labirinto de forma “graciosa”.

c) Valorização dos resultados

Isto simplesmente significa que alguns dos possíveis resultados do jogo são melhores que outros.

Os valores dos diferentes resultados do jogo podem ser atribuídos de diferentes formas:

- pode ser uma declaração em conteúdo interno do jogo como em uma introdução com uma caixa de texto com os dizeres "Defenda a Terra";
- pode estar nas instruções do jogo;
- pode ser sinalizados pelo fato de algumas ações dentro do jogo resultarem em uma pontuação mais elevada que outras;
- em virtude de existir apenas uma forma progredir e fazer as coisas acontecerem dentro do jogo;
- ou pode estar implícita a partir do início – se o jogador é atacado por monstros hostis geralmente significa que ele tem de defender-se contra eles.

Existe uma tendência clara em grande parte dos jogos de que os resultados positivos são mais difíceis de se alcançar do que os negativos, e isso torna o jogo mais desafiador.

d) Esforço do jogador

O esforço do jogador é uma outra forma de afirmar que os jogos são desafiadores, ou que os jogos contêm conflito, ou que são interativos. É uma parte das regras da maioria dos jogos (exceto pelos jogos de puro azar) em que as ações dos jogadores podem influenciar o estado do jogo e seu resultado.

e) Ligação do jogador ao resultado

A ligação do jogador com o resultado do jogo é uma característica psicológica da atividade de jogar, o que significa que existe uma convenção pela qual o jogador se sente parte do resultado do jogo e responsável por ele.

Um jogador pode se sentir feliz se for bem sucedido em um jogo e triste se não o for. O que está intrinsecamente ligado ao esforço do jogador, mas não só, sendo que um jogador pode se satisfazer sendo vencedor de um jogo de puro azar, como em um jogo de dados, onde seus esforços não influenciam o resultado do jogo.

Esta categoria é menos formal que o restante, pois depende mais da atitude do jogador perante o jogo.

f) Consequências negociáveis

Um jogo é caracterizado pelo fato de que opcionalmente se pode atribuir consequências dele à vida real. Esta atribuição pode ser negociada diferentemente de jogo para jogo, de lugar para lugar e de pessoa para pessoa. Assim, enquanto é possível se apostar no resultado de qualquer jogo que normalmente é jogado apenas por diversão, não se pode entrar em um cassino e jogar sem apostar dinheiro.

A única maneira de um jogo ter consequências negociáveis é tendo as regras e ações necessárias para se jogar predominantemente inofensivo. Qualquer jogo envolvendo armas reais tem fortes consequências não-negociáveis.

O Jogo e os ARGs

Para retornar a questão dos ARGs como jogo, se contextualizará os ARGs, de uma forma geral, dentro das características levantadas por Juul.

a) Regras fixas

Como esta característica, de acordo com Juul, se relaciona exclusivamente com o jogo, os ARGs vistos isoladamente, são projetados com regras que determinam quais ações os jogadores devem proceder no sentido de caminhar para a resolução do jogo.

Porém estas regras não são mostradas de início aos seus jogadores, sendo que os jogadores descobrem “como” se joga a medida em que o jogo se desenvolve e mais informação sobre ele é revelada.

De maneira geral não existem manuais ou informações sobre as regras de cada ARG, de como os jogadores podem ou não proceder diante de cada conflito que o jogo apresenta.

Pelas regras não serem suficientemente definidas, um ARG normalmente não pode ser interpretados em sua plenitude por um código de programação, como é o fato de outros jogos como por exemplo o xadrez. Pelo fato dele não ser completamente baseado em regras, boa parte deles não é lógica e não pode ser simulado. Eles se baseiam grande parte na narrativa, então contam muito mais com representação e dependem da interpretação dos jogadores.

Os jogadores de ARGs também, por não conhecerem de fato suas regras por completo, devem usar de bom senso e estabelecer sua conduta com o jogo individualmente e junto à comunidade que se forma para jogar esses jogos. Muitas vezes isso se torna problemático, pois nestes jogos é muito mais complexo identificar uma conduta fora das regras, como um jogador trapaceiro, em um sistema de regras tão mutável.

b) Resultados variáveis e quantificáveis

Neste sentido os ARGs se mostram adaptáveis as habilidades dos jogadores. Isto não acontece da mesma forma como é comum em videogames, onde é possível selecionar a dificuldade do jogo, antes de iniciar a atividade de jogo propriamente dita.

Os ARGs são jogos “únicos”, e com raras exceções, é possível jogar novamente um ARG, por isso não existem versões de um mesmo jogo com diferentes dificuldades. Porém o que acontece nos ARGs é que cada jogador tem a oportunidade de escolher como se engaja no jogo. Este jogador pode, por exemplo, visitar alguns sites e acompanhar o desenvolvimento do jogo através das comunidades que o jogam, envolvendo-se esporadicamente em um desafio ou quebra cabeça apresentado pelo jogo. Ou também dedicar muito do seu tempo e de seus esforços para acompanhar todo o andamento do jogo se envolvendo diretamente em cada desafio e evento.

Como mencionado anteriormente, houve quem analisasse os ARGs como histórias onde os jogadores/leitores podem apenas seguir seus fragmentos. Porém este é apenas um dos níveis de engajamento apresentados pelos jogadores de ARGs, e os que apresentam este nível mínimo de engajamento podem ser considerados mesmo como leitores. Mas isso não torna o ARG apenas uma história pois o desenvolvimento do jogo depende de jogadores mais engajados que realmente usufruem da atividade de jogar, ou seja, sem jogadores que realmente “joguem” os ARGs, eles não acontecem.

Os vários tipos de jogadores de ARGs serão melhor explorados ainda neste projeto. Por hora é importante dizer que nos ARGs não existem empates, ou jogadores experientes que jogam contra principiantes, como Juul levanta como fatores que descaracterizam a atividade de jogar. Neste sentido os jogadores jogam colaborativamente com um mesmo objetivo.

O objetivo destes jogos normalmente não é simples como coletar pontos ou enfrentar inimigos. E também não é claro no princípio do jogo, cabendo aos jogadores descobrirem, através dos emaranhados caminhos deste labirinto.

c) Valorização dos resultados

Como dito anteriormente, cada ARG acontece apenas uma vez, então seu resultado também é apenas um. Dentro das possibilidades de atribuição de resultados sugerida por Juul, os ARGs se assemelham mais aos jogos com apenas uma forma de progredir, sendo que outras ações não levam no sentido da resolução do jogo. Porém ainda não é exatamente isto.

Por exemplo, em um hipotético ARG é necessário descobrir a senha do e-mail de um personagem do jogo para se ter acesso a informações necessária para o progresso no jogo. Para se descobrir esta senha seria necessário resolver um quebra cabeça.

Porém, como os ARGs utilizam ferramentas de uso cotidiano de seus jogadores, esta conta de e-mail realmente existe então um jogador que possua um maior conhecimento de informática pode utilizar um software para descobrir a senha do e-mail ao invés de tentar decifrar o quebra cabeça.

Essa atitude que pode parecer exemplificar um jogador trapaceiro, mas em alguns casos é até aguardada pelos desenvolvedores, que por interesse de não ter seus jogos parados por causa que nenhum jogador consegue resolver um conflito, fornecem mais de uma maneira de se encontrar os conteúdos que são vitais para o prosseguimento e resolução do jogo.

De outra forma a comunidade serve para regular como o jogo é jogado. Se esse jogador conseguiu a senha do e-mail do personagem de uma forma que a comunidade julga fora das regras, essa comunidade não aceita essa informação e continua na tentativa de resolver o quebra cabeça que fornecerá a informação necessária de forma “lícita”. Isso acontece muitas vezes porque os jogadores sentem que desta forma, a ilusão de que eles fazem parte da narrativa do jogo se preserva.

d) Esforço do jogador

Existe uma grande variação qualitativa neste ponto. Existem ARGs onde os jogadores são praticamente responsáveis pelo conteúdo do jogo como é o caso de *World Without Oil*, e outros onde as ações dos jogadores não influem significativamente no estado e no resultado do jogo como o caso de *Lost Experience*, onde os jogadores, por intermédio do jogo, descobriam informações relacionadas ao seriado televisivo *Lost*, mas não interferiam com sua história e seus personagens. Entre os dois extremos existem ARGs onde essa influência dos jogadores varia em qualidade e quantidade.

e) Ligação do jogador ao resultado

Os ARGs normalmente não possuem cenários de vitória e derrota. Isto se deve muito ao fato de que os jogadores não jogam intermediados por um avatar⁵, por isso, nem sempre tomam parte nas ações do jogo. Os jogadores não precisam sobreviver, lutar contra monstros.

⁵ avatar é a representação gráfica ou textual de um usuário em um ambiente virtual.

Porém os jogadores sentem-se intimamente ligados ao resultado, pois sentem-se parte da história do jogo e também responsáveis pelos acontecimentos ocorridos nos jogos, mesmo que indiretamente.

Isso é claro, depende do nível de engajamento de cada jogador, como afirmado por Juul, ou seja, um jogador que apenas acompanhou o desenvolvimento do jogo, sem quase nenhum engajamento, não sentira ligação com o resultado.

f) Consequências negociáveis

Esta questão é especialmente crítica nos ARGs.

Pelas definições do modelo clássico do jogos, eles acontecem em um espaço e tempo determinado e não fazem parte do cotidiano.

Pela falta de conhecimento de suas regras e de seus limites, os jogadores de ARGs nem sempre diferenciam o que faz parte do jogo e o que não faz, ou seja, qualquer conteúdo real⁶. Desta forma não conseguem negociar as consequências das atividades do jogo ou dos resultados dele.

Por causa desta ambiguidade, alguns jogadores chegam a publicar sites ou qualquer tipo de conteúdo como se fosse parte do jogo, tornando ainda mais difícil identificar o que faz parte oficialmente do jogo e o que não faz.

Voltando ao exemplo do jogador que invade a conta de e-mail do personagem do jogo. Se um segundo jogador tivesse criado um conteúdo não oficial do jogo, mas que fizesse os jogadores acreditarem que aquele conteúdo fazia parte do jogo. E este conteúdo dissesse aos jogadores que deveriam invadir uma certa conta de e-mail, afirmando que esta era uma conta de e-mail de um personagem do jogo. Mas na realidade esta conta de e-mail fosse de uma pessoa qualquer não envolvida com o jogo, os jogadores poderiam enfrentar algum tipo de consequência não negociada, pois estariam invadindo a privacidade de alguém acreditando que estavam jogando.

Por este motivo os desenvolvedores de ARGs ficam sempre atentos às comunidades de jogadores, tentando observar o que os jogadores relatam como conteúdos descobertos do jogo. Outro motivo é para saber se os jogadores estão resolvendo os desafios e quebra cabeças como foram planejado originalmente.

⁶ em oposição ao conteúdo ficcional do jogo.

Esta é uma visão pessimista para o poder de criação que os jogadores exercem ou podem exercer sobre os ARGs. Existiram ARGs como *Majestic* que encorajavam seus jogadores a criar aventuras ou sub-tramas à história original do jogo, em um programa chamado *BIOS*, como menciona Szulborski (SZULBORSKI, 2005 p.117): “A coisa mais incomum sobre a abordagem da EA sobre as ficções e sites criados pelos fãs, é que eles não só aceitaram, eles encorajaram e abraçaram a idéia, tornando algumas das melhores histórias da BIOS parte do jogo em si.”

Juul sinaliza esta como uma das características dos jogos que não vieram após o modelo clássico e por isso não seguem a risca todas as suas características:

A prática comum de incluir códigos de trapaça semi oficiais em jogos de computador modernos significa que o jogador, em muitos casos, é livre para modificar algumas regras básicas do jogo; o jogo adquire uma qualidade de um playground ou uma caixa de areia. (JUUL, 2003)

Apesar de Juul e Szulborski não estarem descrevendo especificamente a mesma situação, em essência a idéia é de que esses jogadores estão mais livres para influenciar e modificar os jogos e que seus desenvolvedores, algumas vezes, apóiam estas iniciativas e vêem como positivo a criação de conteúdo do jogo pelos jogadores e fãs.

Outra questão da relação dos jogos com o mundo real é que muitas vezes os ARGs, ou seus personagens se comunicam com os jogadores. Isso pode ser por meio de e-mail, mensagens de texto em celular, ligações telefônicas e etc. Apesar destas situações serem esperadas e desejadas pelos jogadores de ARGs, normalmente não existe uma autorização por parte dos jogadores para que possa haver este contato. Como exceção existem os jogos que de alguma forma são anunciados previamente, como *Majestic*, que em suas propagandas declarava o fato de que o jogo poderia se comunicar com seus jogadores por meios de comunicação tradicionais. (SZULBORSKI, 2005, p.192)

De uma forma geral é possível observar que os ARGs possuem grande parte das características levantadas por Juul, porém algumas delas funcionam de forma diferente no design dos ARGs.

Juul observa, ainda que alguns ARGs fogem à algumas características dos modelos tradicionais de jogos: “Talvez implícito no modelo tradicional de jogo é o fato de que um jogo é delimitado no tempo e no espaço, o jogo tem uma duração específica e

um localização específica. [...] *Assassin* quebram este conceito, assim como jogos de ‘mundo real’ como *Majestic*.” (JUUL, 2003)

Esta delimitação no tempo e no espaço é uma das características encontradas por Johan Huizinga para definir os jogos. (HUIZINGA, 2001)

Segundo suas definições sobre os jogos, os ARGs poderiam ser facilmente interpretados como não jogos, assim como simulações de resultados abertos como *The Sims*, *Sim City* e *Second Life*. Posteriormente às definições de Huizinga, é possível nomear dois principais fatores responsáveis por mudanças nos jogos, o computador e a internet.

Por este motivo foi escolhida uma definição atual, que mesmo não sendo definitiva, como talvez nunca seja, fornece argumentos que caracterizam os ARGs como jogos, entrando em concordância com o fato que já é popularmente aceito até pela adoção de seu nome: jogo de realidade alternativa.

1.2. Jogo, brincadeira e narrativa

Assim como os ARGs, outros tipos de jogos se caracterizam por serem limítrofes ou mesmo por não serem considerados jogos por alguns.

Jogos como *The Sims* e *Second Life* parecem fugir ao consenso geral do que se entende por jogo, principalmente pela falta de um objetivo específico que norteie o jogador.

Em língua inglesa os termos *play* e *game* descrevem atividades semelhantes, mas complementares. Possuímos termos similares em português que seriam: *brincadeira* e *jogo*.

Brincadeira normalmente é associado com atividades de crianças, enquanto *jogo* seria mais adulto. A razão é que os jogos possuem um componente social muito forte, e as crianças pequenas precisam primeiramente se socializar para realizar estas atividades. (FRASCA, 1999)

Os limites da brincadeira são mais difusos que os dos jogos, quem brinca pode começar, terminar e mudar de atividade sem nenhum aviso exterior.

Para melhor determinar as diferenças entre *jogo* e *brincadeira*, Gonzalo Frasca (FRASCA, 1999), inspirado pelo trabalho de Roger Caillois, adota os termos *paidea* e *ludus*, onde *paidea* é equivalente à *brincadeira* e *ludus* ao *jogo*.

Assim:

- *paidea* é uma atividade física ou mental que não tem qualquer objetivo útil imediato, nem objetivo definido, e cuja única razão de ser está baseada no prazer experimentado pelo jogador;
- *ludus* é um tipo particular de *paidea*, definido como uma atividade organizada sob um sistema de regras que define uma vitória ou uma derrota, um ganho ou uma perda.

Como definido, a diferença básica entre *paidea* e *ludus* é que o segundo é regido por regras que definem seu resultado.

Ludus e narrativa

Ludus então pode ser descrito pelo processo de : início > desenvolvimento > resultado (vitória ou derrota).

Neste esquema a sessão ou a atividade de jogo propriamente dita acontece fase de desenvolvimento, logo após o início do jogo.

De acordo com Frasca, este processo é similar à algumas estruturas narrativas, como a de uma história de aventura, que pode ser resumida como: uma tarefa é dada > a tarefa é aceita (ação) > tarefa não cumprida (derrota) / tarefa cumprida (vitória).

Neste esquema simples a atividade ou ação também só se torna possível a partir de que a tarefa é aceita.

Primeiramente a estrutura narrativa apresentada, não representa a narrativa em si, mas um conjunto de possibilidades narrativas oferecidas ao autor. A narrativa só acontece quando o autor escolhe que caminho do esquema seguir.

Ao contrário, no esquema do *ludus*, é representado o jogo em si em suas possibilidades. Nele, quem escolhe o caminho é o jogador.

Neste sentido, o autor do videogame *ludus* deve criar um número de ações ou caminhos possíveis para que o jogador possa realizar algum tipo de interação e não apenas seguir pela história. Mas não é este fato que torna o jogador um autor, pois ele não está criando histórias, ele apenas está escolhendo caminhos pré determinados, diferentemente do autor de narrativas literais ou de outra mídia qualquer, que pode utilizar uma estrutura narrativa, mas isso não restringe suas possibilidades.

Por isso, apesar das semelhanças na estrutura e de partilhar muitos elementos como personagens, ações conectadas, encerramento e cenários, os jogos *ludus* não são narrativas, pois o primeiro é um conjunto de possibilidades e o segundo, um conjunto de ações conectadas.

O que é semelhante à narrativa é a sessão de um jogo. Particularmente em videogames de aventura, uma sessão de jogo pode produzir trechos narrativos, e então narrativas. De qualquer forma, produzir narrativas não é ser narrativo, então não é correto dizer que videogames de aventuras são narrativas. (FRASCA, 1999)

Paidea e narrativa

Videogames *paidea* não possuem objetivos pré-determinados, então não existe uma trama vitoriosa como nos videogames de aventura. O jogador tem mais liberdade para determinar seus objetivos.

Em simuladores como *The Sims* e *Sim City*, o jogador pode determinar seus objetivos. Em *The Sims* os jogadores podem ser de artistas a ladrões, podem dar festas, ficar amigo da vizinhança e construir sua casa, simulando a vida de uma pessoa em um subúrbio americano. Em *Sim City* os jogadores devem construir e governar uma cidade, porém o objetivo é determinado pelo jogador no sentido de tornar esta cidade maior, mais segura, mais verde, etc.

ilustração 2: imagem do jogo *The Sims 3*

Provavelmente o tipo mais evoluído de videogame *paidea* são os MMORPGs e MUVES. Estes jogos são mundos virtuais para milhares a milhões de jogadores simultaneamente. Nestes universos, muitas ações são possíveis e os jogadores podem

criar cenários e objetos. Eles possuem temas variados, muitos são ficcionais como *World of Warcraft* e outros não são temáticos como *Second Life*, onde os jogadores criam quase que a totalidade do universo do jogo, tendo como base apenas ferramentas e códigos fornecidos pelos desenvolvedores.

ilustração 3: captura de tela do jogo *Second Life*

Esses jogos possuem uma enorme vantagem narrativa sobre os videogames *ludus* de aventura: personagens controlados por pessoas. O fato de uma pessoa real estar por trás de um avatar, proporciona um tipo de realismo e conversação superiores às oferecidas pelos jogos de aventura.

Frasca acredita que este fato, que por um lado é uma vantagem, também restringe o potencial dos MMORPGs e MUVes como uma mídia com afinidades narrativas.

Segundo Frasca (FRASCA, 1999), as pessoas nestes universos não se comportam como personagens de narrativas. Personagens de narrativa tem suas ações formadas pelos seus autores, e os jogadores destes jogos, mesmo que finjam ser outra pessoa ou seu personagem, geralmente não querem contar histórias, mas sim participar de atividades *paidea*. De outra forma, personagens de narrativas são geralmente motivados por objetivos diferentes, fazendo com que seu comportamento seja mais similar com atividades *ludus*.

Ou seja, de acordo com Frasca, os jogadores deste tipo de jogos estão mais interessados em participar de atividades sem fins definidos, ou mesmo apenas interagir socialmente.

Existem exceções como peças teatrais sendo encenadas no *Second Life*, ou filmes chamados *Machinima*, que são produzidos dentro da interface de vários jogos com gráficos tridimensionais.

De uma forma geral são transposições de mídias previamente desenvolvidas para estes ambientes virtuais. Obviamente existem muitas diferenças entre as mídias originais e estas transposições para uma mídia simulada que não são apenas técnicas. Mas de uma maneira geral é possível dizer que os jogadores assumem a posição definida pela mídia original, ou seja, se um jogador vai produzir um *Machinima*, ele assume a posição de ator ou câmera man, mudando as características e objetivos das atividades do jogo. Os personagens entre personagem e jogador se torna outra, como uma meta atividade de jogo.

Estas experiências, como no caso dos jogos de aventura, podem gerar narrativas, mas não são em si narrativas, ao menos para quem atua nelas. Para os jogadores que as observam, estas experiências podem ser narrativas, porém com características semelhantes às das mídias originais, onde seus expectadores são passivos.

Frasca afirma que os personagens, que são um importante componente de narrativas tradicionais, e que este potencial pode ser traduzido para os computadores. (FRASCA, 1999)

O problema levantado é que em jogos do tipo *ludus*, os personagens agem mais como personagens de narrativa, reagindo de forma determinada a certos estímulos, mas faltam à estes jogos um sentido mais significativo de mudança a estas ações, pois de forma geral, mesmo que seja possível algumas escolhas, elas foram criadas pelo autor do jogo.

No caso dos jogos paidea, a falta de profundidade e variedade de personagens, e a falta de objetivos destes jogos não favorecem o aparecimento de narrativas propriamente ditas, talvez experiências que possam ser contadas como narrativas em outras mídias, ou simulando outras mídias.

Porém é possível vislumbrar um novo potencial de personagens de narrativa em jogos em *Façade*⁷. Além de um jogo, *Façade* é um projeto de pesquisa cujo objetivo é criar uma experiência em 3D animada em tempo real de se estar num palco com dois atores (personagens controlados por inteligência artificial) motivados à situações dramáticas. Neste caso existe um mundo muito mais limitado para se explorar do que o

⁷ Disponível em: <<http://www.interactivestory.net/>>

mundo dos *MMORPGs* ou mesmo *The Sims*, porém a história e os personagens são mais profundos, e mesmo sendo criados por computador, eles reagem de maneira convincente a uma possibilidade ilimitada de ações e falas que o jogador estabelecer.

ilustração 4: captura de tela do jogo Façade

Ludus, Paidea e os ARGs

Dentro desta visão de jogo e brincadeira, *ludus* e *paidea*, pode-se dizer que os ARGs se comportam muito mais como uma atividade *ludus*, se assemelhando em muitos aspectos a um jogo de aventuras pontuado por quebra cabeças como é o caso de *Myst*, mas isso pode variar de caso a caso.

ARGs ditos convencionais como *The Beast*, possuem objetivos, regras e resultado, mesmo que esses fatores não sejam claros no início do jogo. Já ARGs como *World Without Oil* se assemelham mais com atividades *paidea*, pois as ações e objetivos são muito mais abertos, sendo que os autores fornecem apenas um conjunto de fatores para que os jogadores possam jogar e criar suas histórias.

Mesmo ARGs que em sua totalidade podem ser caracterizados por uma atividade do tipo *ludus*, possuem algumas de suas atividades que podem ser vistas individualmente como *paidea*. Como a atividade dos jogadores nas comunidades online, onde eles trocam informações sobre os jogos, organizam e criam conteúdo sobre o jogo.

Os personagens dos ARGs não são controlados pelos jogadores, então praticamente todas as suas ações são criação de um autor. Porém a diferença nos ARGs é que os jogadores entram em contato com os personagens de formas mais variadas e com isso podem influenciar na narrativa. Essa interação de jogadores já aconteceram de muitas formas diferentes em ARGs, desde troca de e-mails, conversas por mensagem instantânea, ligação telefônica ou mesmo encontros reais. Como os ARGs são jogos, e

suas histórias fictícias, esses personagens são interpretados por atores ou qualquer pessoa que os produtores consigam para o cargo.

Existem também interações que não são intermediadas por pessoas reais. Nestes casos são utilizadas gravações de telefone, e-mails de resposta automática e *chat bots*⁸, para o caso das mensagens instantâneas ou salas de bate papo. O problema destas interações automáticas ou geradas por programas de computador são os mesmos sofridos pelos jogos de aventura do tipo *ludus*, eles falham em emular ações e reações humanas.

1.3. Jogo, narrativa e o tempo

Para prosseguir na questão da narrativa e dos jogos é interessante que neste ponto adote-se uma definição para narrativa.

Segundo Tzvetan Todorov, as narrativas, independente da mídia que as apresentem devem seguir dois princípios para serem consideradas como tal: sucessão e transformação.(TODOROV, 1980)

Um texto que apenas apresente sucessão pode ser um texto descritivo, mas sem transformação, não é narrativo.

“A narrativa... exige o desenvolvimento de ações, de mudanças, a diferença. Toda mudança constitui, com efeito, um novo elo da narrativa.” (TODOROV, 1980)

Todorov afirma também que estas mudanças ou transformações, próprias da narrativa, recortam o tempo em unidades descontínuas, e o tempo opõe-se ao tempo dos acontecimentos.

Umberto Eco denomina o tempo do enredo como o tempo da história como ela é contada, com deslocções temporais, saltos para a frente e para trás, em oposição ao tempo da história que é ordenado linearmente, cronologicamente. (ECO, 1994)

Eco afirma que um texto narrativo pode não ter enredo, mas é impossível que não tenha história ou discurso. Ou seja, a narrativa pode até ser cronológica na sucessão dos fatos, mas precisa da história e o discurso, que é onde o autor imprime sua expressão. Uma fábula, por exemplo, pode não ter saltos no tempo da história e ainda sim ser narrativa, contando com história e discurso.

⁸ Personagens controlados pelo computador, com função específica de conversação.

Então o discurso narrativo se configura desta forma: (ECO, 1994)

ilustração 5: camadas do discurso narrativo

Apesar da história possuir um tempo cronológico, com uma sucessão linear dos fatos, o tempo da história mesmo que linear, não compreende necessariamente o tempo de leitura ou recepção desta história. Ele pode ser comprimido ou expandido, como característica do discurso do autor.

Um filme pode representar um ano da história em um minuto de discurso, assim como representar e um instante em vários minutos. Um livro ou uma história em quadrinho também pode comprimir um ano de história em apenas um parágrafo e um instante em capítulos.

Ainda de acordo com Eco, história e enredo não são funções da linguagem, mas estruturas quase sempre passíveis de tradução para outras mídias. Ele sugere que é possível recontar a mesma história de *Odisséia*, organizada através do mesmo enredo num filme ou numa história em quadrinho, pois nestas duas mídias existe sinalização de *flashback*⁹. Por outro lado, as palavras com que Homero conta a história são parte do texto homérico, ou seu discurso, e não é muito fácil parafraseá-las ou traduzir em imagens.

Isso quer dizer que as narrativas podem ser traduzidas entre mídias, principalmente em sua história e enredo, mas seu discurso muitas vezes é específico de cada mídia, pois nele está a expressão do autor.

Segundo Juul, ao ler um livro ou ver um filme, você constrói a linha narrativa através do discurso apresentado, na maioria das vezes de forma não cronológica. Tradicionalmente em mídias que suportam a narrativa, existe o narrador que reconta eventos previamente acontecidos. (JUUL, 1998)

⁹ interrupção de uma sequência cronológica narrativa pela interpolação de eventos ocorridos anteriormente

Em mídias narrativas tradicionais as narrativas são contadas através dos tempos da história, organizado pelo enredo e expressado pelo discurso, e fruída pelo leitor/receptor em tempos que variam de mídia a mídia. Como a narrativa é uma representação, que precisa ser expressada por um autor, este autor só pode narrar fatos ocorridos, ou seja, fatos passados.

No caso do cinema, um longa metragem possui por volta de 2 horas, e este é o tempo que o espectador leva para assistir o filme em uma sala de cinema. Se ele assiste ao mesmo filme em VHS ou DVD, em sua casa, ele pode parar de assistir e voltar a hora que quiser, além da possibilidade de avançar e retroceder no filme.

No caso dos livros, este tempo de fruição, ou de leitura vai variar de leitor para leitor, de obra para obra, e o leitor também tem a opção de parar sua leitura a hora em que quiser.

Nos videogames, mais especificamente nos jogos de ação como *Doom*, essa variação de tempo é difícil de ser encontrada. O tempo do jogo deve ser o presente, já que influenciemos e interagimos com personagens e espaços em tempo real. Toda vez que existe interatividade, esta diferença entre tempo da história, do enredo e o tempo de leitura implodem. (JUUL, 1998)

ilustração 6: captura de tela do jogo Doom

Desta forma o jogo constrói uma linha narrativa que é síncrona entre história, enredo e leitura. O tempo da história é o “agora”. O “agora” não apenas no sentido em que o jogador está vendo os eventos agora, mas no sentido que os eventos realmente acontecem agora, e o que vem em seguida não está determinado. (JUUL, 2001)

Então, além do discurso, o tempo de fruição é outro fator problemático de se traduzir entre mídias, pois dependem da relação dela com o fruidor.

Juul (JUUL, 2001) ainda afirma que :

É impossível influenciar algo que já aconteceu. Isso significa que você não pode ter interatividade e narração ao mesmo tempo. Por sua vez significa em prática que jogos quase nunca desempenham saltos no tempo como *flashbacks* e *flashforwards*¹⁰. Jogos são em sua maioria cronológicos.

Videogames de aventura já funcionam de forma diferente. Neles, existe um “vai e volta” entre história e interatividade. As interações nestes jogos são limitadas, pois a parte narrativa é sempre definida pelo autor, que cria um número finito de caminhos possíveis ou ainda apenas um caminho correto para se chegar ao resultado final.

Em *Myst* por exemplo, o jogador não interage de verdade com a narrativa. O jogador é um personagem menor da história que aparece no jogo muito após os eventos ocorridos e descritos no jogo. O jogo funciona com o jogador coletando vários artefatos, e através deles são contados trechos da história do jogo. Apesar destes trechos narrativos serem contados em tempo real, eles ocorreram muito antes do jogador entrar no mundo de *Myst*, e estes trechos de narrativa não são interativos. *Myst* utiliza um formato narrativo como uma história de detetive, onde o jogador deve revisitar lugares para resolver um evento acontecido anteriormente, através de vestígios deixados.

ilustração 7: captura de tela do jogo *Myst*

Outros videogames de aventura colocam o jogador como personagem principal da narrativa, mas o “ping pong” entre narrativa e interatividade continua o mesmo.

Façade pode ser considerado como um salto evolutivo na questão da relação dos jogos com a narrativa. Em *Façade*, assim como em *Myst*, o jogador é um personagem secundário da história. Esse personagem é convidado por *Grace* e *Trip*, o casal

¹⁰ interrupção de uma sequência cronológica narrativa pela interpolação de eventos ocorridos posteriormente

protagonista da história, para um jantar em seu apartamento. Seu papel é o de um antigo amigo do casal, e os personagens reagem a estímulos diversos de texto e interações no ambiente do jogo.

Essas interações fazem com que os personagens comecem a revelar seu passado e a crise que estão vivendo como casal. O jogador nesta situação pode escolher diversos objetivos para se nortear. Pode tentar ajudar o casal a se reconciliar como tentar acabar de vez com a relação deles.

As reações de *Grace* e *Trip* são muito convincentes, sendo comum ao se jogar, esquecer que são personagens controlados por computador, e que suas ações de alguma forma já foram pré estabelecidas pelo autor.

Em qualquer momento das conversas e ações do jogo, é possível interromper os personagens com alguma questão.

Além da evolução em questões narrativas, este jogo mostra um gênero pouco comum em videogames, que poderia ser comparado uma mistura de gêneros cinematográficos como o drama e a comédia romântica.

Apesar de, como *Myst*, o jogador ter a chance de revelar fatos já ocorridos na história, como o passado do casal, ele influencia de forma significativa e dramática no presente e futuro deles.

No caso de *Façade*, o tempo também é o “agora”, mas não só. Você interage e influi em tempo real no “agora” para revelar eventos passados. Mas ao invés de matar monstros e andar por um labirinto, você interage com personagens que simulam comportamentos humanos mais complexos.

Mesmo com estes fatos ainda parece correto concordar com a afirmação de Juul de que não se pode ter interatividade e narração ao mesmo tempo. Em *Façade*, o vai e volta entre narrativa e interatividade é muito menos perceptível, e se assemelha a uma experiência real de se estar em um teatro com dois atores motivados a situações dramáticas. Mesmo que todas as reações dos personagens tenham sido criadas por um autor, a quantidade de sequências de jogo possíveis, torna quase imperceptível a presença de ações pré concebidas.

Nesta questão os ARGs se assemelham mais a jogos de aventura, onde o autor cria uma história com pontos específicos de interatividade. O tempo nos ARGs também se assemelha a estes jogos, sendo que eles apresentam histórias onde os eventos e ações dos personagens normalmente são narrados como fatos já ocorridos. Como em outros

jogos, a diferença entre tempo da história, do enredo, discurso e fruição se minimizam quando existe interação do jogador com o jogo ou com seus personagens. Pois estes são os momentos onde as ações dos jogadores, certas vezes, influenciam na narrativa dos ARGs.

Assim como *Myst*, os jogadores coletam fragmentos que vão montando uma narrativa, mas nem sempre ela já está previamente definida. Em alguns ARGs, os desenvolvedores criam pontos não definidos da história, que dependerão das ações dos jogadores para o prosseguimento. Resumindo, os ARGs nem sempre se iniciam com seus conteúdos e narrativas completamente definidos pelos autores.

Essa característica que é denominada por Szulborski (SZULBORSKI, 2006 p.60) como autoria interativa é possível de se observar em jogos do tipo *RPG*¹¹ não baseados em computador. Nestes jogos existe a figura do mestre, um jogador que cria uma história de base, e a medida que os jogadores avançam, este mestre adiciona elementos e reage as ações dos jogadores.

Neste sentido é possível que o jogo tenha uma quantidade de caminhos apenas delimitado pela criatividade deste mestre, que atua como autor da história. Também as ações e personagens do jogo podem ter características mais humanas do que convencionalmente apresentados por jogos de computador e videogames, pois são sempre controlados pelo mestre ou pelos jogadores.

As regras destes jogos se tornam mais flexíveis e ambíguas, e funcionam de forma diferente das regras implementadas por um programa de computador.

Os ARGs podem contar com estas características porque, apesar de ser mediado normalmente pelo computador, esses jogos não possuem características programadas ou simulações.

A grade diferença dos ARGs para a maioria dos videogames está em seu tempo de fruição. Nos ARGs não é possível “pausar” ou “salvar” o jogo. Esses são jogados em comunidade e independem da vontade de jogadores individuais. O jogador precisa decidir qual o nível de engajamento com o qual jogará. Se um jogador, por exemplo, não pode jogar em um dia que ocorrerá um evento ao vivo do jogo, ele só poderá saber do evento por relatos de outros jogadores. Jogos como MMORPGs também continuam existindo quando jogadores individuais não estão jogando, porém a relação do jogador com o jogo é mais negociável, pois os eventos narrativos de jogos como estes são

¹¹ *Role Playing Game* ou Jogo de Interpretação de Papéis.

criados pelos jogadores e não pelos desenvolvedores dos jogos, que criam um conjunto de fatores e regras que estabelecem estes universos.

1.4. Jogos e jogos de computador

Apesar das semelhanças já apontadas entre jogos e narrativas, como personagens, eventos, motivação, cenário, etc. não é a narrativa que caracteriza o jogo ou jogo de computador como tal.

Neste capítulo trataremos *jogo de computador* como qualquer jogo que utilize o processamento de um computador para ser jogado, independente de ser em um *PC*, em um console caseiro como o *Playstation* ou um telefone celular.

Juul propõe então um modelo para jogos de computador no intuito de demonstrar que o que caracteriza os jogos não é a narrativa. Este modelo simplifica os componentes dos jogos e os divide em duas camadas: a camada do *programa* e o do *material*. (JUUL, 1998)

ilustração 8: modelo de jogo de computador

Estas duas camadas pertencem a tradições distintas. Enquanto a parte material como os gráficos, som e os fragmentos narrativos pertencem às mídias tradicionais e sua estética já é amplamente estudada e conhecida.

A camada do programa e sua relação com os jogos que é a parte nova neste contexto. O advento da computação influenciou os jogos de muitas maneiras. Os jogos de computador diferem em certos aspectos dos jogos convencionais não baseados no computador.

Janet Murray afirma que os ambientes digitais apresentam quatro propriedades essenciais. Eles são: *procedimental*, *participativos*, *espaciais* e *enciclopédicos*.

(MURRAY, 2003)

Apesar dos ambientes digitais descritos por Murray não serem necessariamente jogos, as propriedades apontadas pela autora auxiliarão a contextualização dos ARGs na relação entre os jogos e os jogos de computador.

Murray entende por *procedimental* o poder de processamento do computador, sua distintiva capacidade de executar uma série de regras. Esta característica se assemelha ao que Juul aponta como a parte *programa* dos jogos de computador.

Murray ainda afirma que o computador não foi projetado para transmitir informações estáticas, mas para incorporar comportamentos complexos e aleatórios.

Por *participativo* entende-se o que na maioria das vezes se pretende afirmar quando diz-se que os computadores são interativos. Ou seja, os computadores ou ambientes digitais respondem e reagem às informações que inserimos neles.

Os ambientes digitais são *espaciais*, pois caracterizam-se pela capacidade de representar espaços navegáveis. Estes espaços podem ser interpretados desde os emaranhado de documentos do ciberespaço até ambientes tridimensionais de simulação.

A propriedade de serem *enciclopédicos* é mais quantitativa do que qualitativa. Ela representa a capacidade cada vez maior de armazenamento de informação por meio dos computadores e da internet.

Fora a propriedade de serem *procedimentais*, que pode ser discutido, pode-se afirmar que os ARGs se enquadram nas outras propriedades, são *interativos*, *espaciais* e *enciclopédicos*. Isso considerando apenas suas partes digitais.

Quanto ao fato de serem procedimentais, alguns fragmentos dos ARGs podem necessitar do poder de processamento de um computador, como em um quebra cabeça ou um *chat bot* utilizado para simular a conversação de um personagem de um jogo. Outros fragmentos do jogo que necessitam precisam do processamento mas com objetivo indireto.

Para uma maior especificidade optar-se-á por uma segunda definição que trate diretamente de jogos de computador.

Jesper Juul oferece uma lista de características para destacar as diferenças entre jogos de computador e jogos não baseados no processamento do computador. São quatro características: *tempo*, *automação/complexidade*, *replay*¹², *níveis*.

Tempo: o computador é capaz de trabalhar e responder em tempo real aos estímulos e ações dos jogadores, simulando com forças físicas. Esta característica pode ser observada em jogos de tiro em primeira pessoa como *Doom*.

Automação / complexidade: o computador automatiza as regras dos jogos. E isto significa que você pode criar jogos muito mais complexos. É possível jogos em que milhares de unidades ou peças sejam controladas pelo poder de processamento do computador. Isto leva ao gênero estratégia em tempo real como *Age of Empires* e os simuladores com múltiplos fatores como *Sim City*.

Replay: a opção de retornar ao mesmo jogo, tanto no sentido de que o jogador pode voltar exatamente ao mesmo desafio, jogar o mesmo nível de um jogo novamente, e também no sentido de que em alguns jogos o jogador pode “salvar” sua posição no jogo. Você pode jogar o mesmo nível de um jogo como *Doom* e ser apresentado exatamente ao mesmo desafio. Isto não acontece em outros jogos como jogos de carta para uma pessoa onde a sorte tem um papel muito importante.

Níveis: Os primeiros jogos como *Pong* e *Spacewar* eram conceitualmente próximos a muitas máquinas de entretenimento existentes em feiras de diversão. A verdadeira revolução nos videogames começa com *Espace Invaders*, onde o jogador tem um desafio para uma pessoa e pode melhorar com a prática e derrotar os alienígenas, passando para novos níveis.

Os jogos para múltiplos jogadores como MUDs e MMORPGs descartam as duas últimas características, pois não existe progressão de níveis e não é possível jogar

¹² Optou-se por manter o termo na linguagem original por não se encontrar um similar em português que signifique em apenas uma palavra jogar novamente.

um jogo exatamente igual, pois personagens controlados por jogadores podem ter reações diferentes a cada jogo.

ARGs de uma forma geral não podem ser considerados como *jogos de computador*, pois não necessitam grande parte das características específicas do computador.

Primeiramente, os ARGs não são centralizados no computador e nem em uma única interface como videogames convencionais e possuem fragmentos que realmente não são conteúdos de computador.

Apesar de em grande parte dos casos, os ARGs, serem jogados através de um computador, por ter parte de seu conteúdo distribuído por sites, muito de suas características não mudariam se existisse um ARG, por exemplo com seus conteúdos distribuídos apenas por mídias não eletrônicas como jornais e revistas. Talvez um jogo assim não fosse possível por questões técnicas, mas em teoria, não são as capacidades do computador que fazem dos ARGs jogos com características peculiares.

Isto se deve ao fato dos ARGs não contarem com a primeira e a segunda característica levantada por Juul para jogos de computador.

As regras específicas dos ARGs não são processadas ou automatizadas por um computador, elas são projetadas pelos autores e gerenciadas por eles no decorrer do jogo, e muitas vezes negociadas com os jogadores.

Ainda que seja possível enxergar algumas regras processadas pelo computador em fragmentos dos ARGs, como por exemplo, um jogador envia um e-mail para um site e recebe uma resposta automática. Esta resposta é enviada por um programa automatizado por computador, porém esta não é uma necessidade, sendo que o mesmo email poderia ser enviado por uma pessoa. Outros exemplos podem ser encontrados em certos quebra cabeças, mas não são esses elementos procedimentais que definem os ARGs.

Pode-se afirmar que sem o computador não seria possível se reunir em comunidade para resolver os quebra cabeças dos jogos e trocar informações vitais para estas atividades. Porém estas atividades típicas dos ARGs são muito mais características da internet do que do computador em si, com seu poder de processamento.

Um ARG não é instalado no computador ou jogado em um console de videogame caseiro. Ele não existe de forma centralizada em um computador.

Em relação aos *níveis* e ao *replay* os ARGs também não contam de forma geral com estas características sendo que a sessão de jogo em um ARG é única e pode-se até compreender os vários desafios de um ARGs como níveis, mas não são da mesma forma como é comum nos videogames.

O ato de se jogar um ARG se concentra muito mais na comunicação, seja entre jogadores e jogadores, jogadores e personagens do jogo e também entre jogadores e desenvolvedores, mesmo que de forma indireta. Além da comunicação, também a interpretação destes mundos ficcionais. Muito pouco da jogabilidade dos ARGs tem a ver com regras específicas do jogo controladas pelo computador.

1.5. Representação e simulação nos jogos

Para um entendimento do que é a simulação, optou-se por partir de dois conceitos. Kurt Squire entende que a simulação modela sistemas físicos ou sociais através de outro sistema de símbolos, como os de uma interface de computador (SQUIRE, 2003).

Na visão de Gonzalo Frasca, simular é modelar um sistema a partir de um diferente sistema que mantém alguns comportamentos do sistema original (FRASCA, 2003).

As definições se complementam, então utilizaremos a seguinte: *simulação é a recriação de comportamentos através da utilização de um sistema diferente de símbolos.*

Existe no campo das novas mídias uma discussão importante sobre o papel da representação e da simulação, da autoria e da co-autoria.

Gonzalo Frasca (FRASCA, 2003), dentro dessas novas possibilidades, divide os autores em duas categorias: os autores de simulação e os autores de narração. Os autores de simulação criam, ao invés de narrativas, um conjunto de regras para que norteiem as ações dos usuários ou jogadores dentro do campo da simulação, tornando-os mais livres para proceder uma interação concreta com resposta imediata.

O equilíbrio entre a narrativa e a simulação, no que comumente é chamado de *narrativa interativa*¹³ ainda permanece um “cálice sagrado como objetivo para as novas mídias” (FRASCA, 2003).

Como mencionado anteriormente, existe um impedimento temporal para a existência de narração e interatividade ao mesmo tempo.

Porém tanto a indústria do videogame quanto pesquisadores se empenham para desenvolver jogos que apresentem histórias mais profundas e que proporcionem aos jogadores ações mais significativas, que possam influir de forma concreta na história dos jogos.

Para muitos autores, narrativa por um lado limita as regras e os comportamentos da simulação, fechando a obra em um objetivo finalizante. Por outro lado, uma abertura maior à interação do usuário pode tornar a narrativa superficial, apenas como um adorno à simulação.

O objetivo, para muitos inalcançável, onde se quer chegar é uma aproximação que não prejudique as potencialidades da representação e da simulação.

Segundo Squire (SQUIRE, 2003) simulações por computador ou videogame permitem:

- manipular variáveis outrora inalteráveis - com simulações de sistemas naturais como *SimEarth*, os jogadores podem observar os efeitos da mudança dos níveis globais de oxigênio ou aumentar as temperaturas globais;
- visualizar fenômenos por uma nova perspectiva - na simulação *Hidden Agenda*, os jogadores podem assumir a posição de presidente em um país da América Central, assim possibilitando uma experiência de temas como economia, história, política, sociologia e cultura no processo;
- observar o comportamento de sistemas através do tempo - por exemplo, em simulações como *SimCity* ou *Civilization*, os jogadores podem observar o comportamento de sistemas sociais através de anos ou séculos;

¹³ Janet Murray utiliza o termo “ciberdrama”. Já Espen Aarseth, no livro *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature* usa o termo “ergodic literature”. Existem ainda outros termos para conceituar um objeto que apesar de suas proximidades, possui um significado diferente para cada autor.

- atribuir questões hipotéticas a um sistema - em simulações de história, como *Antietam*, jogadores podem simular eventos hipotéticos do tipo “o que aconteceria se...”.
- visualizar um sistema em três dimensões - Em *Digital Weather Station*, usuários utilizam ferramentas especiais 3D para visualizar sistemas de clima em três dimensões;
- comparar as simulações com seu entendimento de um sistema - simulações não representam a realidade, elas refletem a concepção de design da realidade. Como em *SimCity* onde os jogadores podem comparar seu conhecimento de sistemas urbanos com o desenvolvimento das cidades na simulação para encontrar incongruências ou verossimilhanças.

Estas características, algumas vezes somadas podem gerar resultados interessantes do ponto de vista narrativo como é o caso de jogos *The Sims* e *Façade*, previamente mencionados.

Estas simulações só são possíveis pelo poder procedimental do computador.

Os ARGs por sua vez não contam com simulações de uma forma geral. Seu conteúdo é praticamente composto de representações, sejam textuais, de imagens ou audiovisuais.

Não é possível, através dos ARGs, alcançar o que Squire afirma que as simulações permitem. Ao menos não da mesma forma. É possível “atribuir questões hipotéticas a um sistema” nos ARGs, mas de forma mais interpretativa e não recriando comportamentos.

Em questão de autoria dos ARGs, pode-se dizer que os autores estão mais próximos dos autores de narração do que dos autores de simulação, mas nem sempre é este o caso. Em jogos como *World Without Oil*, os autores criaram uma situação de base para nortear os jogadores e apresentaram algumas regras para o jogo, tornando-os mais próximos de autores de simulação do que de narração.

Agora mesmo em ARGs mais convencionais baseados largamente em narrativa, como *The Beast*, os autores não podem ser apenas nomeados como autores de narrativa, pois existe um processo na criação e desenvolvimento destes jogos, que Szulborski

chama de autoria interativa, que torna a relação deles com os jogadores completamente diferente para um produto mediado.

Os autores nestes casos acompanham os jogadores em suas ações observando como eles desenvolvem o jogo para então poder adaptar o jogo ao ritmo de desenvolvimento que os jogadores imprimem.

A questão de autoria interativa será abordada com mais profundidade posteriormente neste projeto, no capítulo “Autoria interativa”.

1.6. Evolução da narrativa nos videogames

Apesar dos ARGs de todas as diferenças mencionadas entre os ARGs e os videogames ou jogos de computador de uma maneira geral, é interessante observar de forma sucinta como os videogames evoluíram na questão de sua relação com a narrativa.

O videogame nasce na década de 50, contraditoriamente da tecnologia da Guerra Fria, em uma época em que apertar um botão não significava entretenimento, mas sim o fim do Mundo.

Em 1958, o pesquisador William Higinbotham, que trabalhou no desenvolvimento da bomba atômica, criou uma experiência interativa de entretenimento considerada o primeiro videogame da história. A experiência consistiu em transformar um osciloscópio, que era um aparelho tecnológico utilizado na guerra, em um jogo de tênis.

A evolução dos videogames gerou muitos jogos com temáticas espaciais e de destruição, refletindo os temores da Guerra Fria, como *Space Wars*, ou ainda reflexos de traumas da Segunda Guerra Mundial, como *Space Invaders*.

Pac Man, em 1980, foi o primeiro jogo de videogame protagonizado por um personagem, o que significa um grande salto na história das narrativas em videogame.

A Nintendo estabeleceu uma relação mais profunda com seu público criando seu principal protagonista Mario, um personagem de traços humanos que não tinha o estereótipo de um herói. Foi o primeiro jogo criado por um artista, ao invés de um programador, que estava mais preocupado em contar uma boa história.

O jogo *The Legend of Zelda* foi o primeiro a introduzir a evolução do personagem na sequência narrativa. Era a saga do Herói das Mil Faces, de Campbell, apresentada no cinema em *Star Wars*, agora no videogame.

No começo da década de 80, a indústria do videogame também começou a criar jogos para um novo mercado de microcomputadores caseiros. Os primeiros jogos tinham pouca ação e eram muito mais centrados na história, com enredos mais profundos e muitos quebra cabeças a serem resolvidos.

Um gênero muito importante para a evolução da narrativa em videogames são os God Games. Foram os primeiros jogos com histórias multiformes, onde cada decisão do jogador pode mudar o rumo história. Jogos como *Sim City*, *Populous* e *Civilization* foram os primeiros do gênero, onde o jogador tem o papel de um semi-deus, criando e arquitetando o sistema do jogo.

Na verdade o deus do jogo é seu criador, que fornece as ferramentas para o jogador criar dentro de um sistema fechado de regras. Esses jogos não possuíam objetivos pré-definidos, cabendo ao jogador decidir o que era certo ou errado na criação de seu mundo.

Os videogames a partir de então evoluíram seguindo as transformações culturais, adaptados cada vez mais a gêneros diferentes e com temas mais adultos. A capacidade de armazenamento, e de processamento de gráficos crescentes foram fatores muito importantes para se contar histórias cada vez mais profundas, emocionais e participativa.

Os gráficos 3D foram responsáveis pela simulação de ambientes navegáveis e uma experiência espacial cada vez mais fiel à realidade.

Mas nada transformou tanto o videogame quanto o advento da internet. Os jogos passaram a ser interfaces de relacionamento, além de entretenimento. A inteligência artificial de personagens pôde ser substituída por personagens manipulados por inteligências reais, ou seja, outro jogador que podia estar em qualquer lugar do mundo.

O que começou com os MUDs, que eram ambientes textuais para jogos de RPG, com a evolução dos gráficos 3D, evoluiu para os MMORPGs, capazes de comportar milhões de jogadores interagindo simultaneamente em ambientes virtuais, onde os próprios jogadores podem criar seus personagens e histórias.

Os MUVes são a última evolução dos ambientes virtuais de interação. Eles possuem características somadas dos MMORPGs, dos God Games e de ambientes virtuais de relacionamento (como *Orkut* e *Myspace*). Nestes ambientes, no qual se

enquadram jogos como *Second Life*, o jogador possui ferramentas para construir além de seu personagem, espaços, objetos e experiências através de linguagem específica de programação. Esta construção de conteúdo pelo usuário é o reflexo das tendências conhecidas comercial e popularmente como *web 2.0* levada aos ambientes virtuais, tornando-os cada vez mais de imersivos.

Esta tendência pode ser brevemente explicada pela condição dos usuários ou jogadores criarem seus próprios conteúdos nos ambientes digitais. Ela entra em concordância com as opiniões demonstradas por Jesper Juul e Dave Szulborski de que os jogadores estão mais livres para influenciar e modificar seus jogos.

Nesta tendência também o ARG se desenvolve, porém andando na contra-mão da história do videogame para alcançar um efeito de imersão.

As técnicas normalmente utilizadas em videogames para se alcançar um efeito desejado de imersão incluem gráficos cada vez mais foto-realistas, simulação de ambientes virtuais 3D em tempo real, visão em primeira pessoa, e efeitos sonoros produzidos entre outros.

Nos ARGs o jogador não submerge em um ambiente novo, mas sim, uma camada de ficção é adicionada a realidade do jogador.

Observadas suas características como um todo, exploradas suas diferenças em relação a videogames e jogos de computador, e observada sua relação com a evolução narrativa no videogame é oportuno voltar a questão inicial sobre os ARGs.

1.7. Afinal, isso é um jogo?

Sim.

Após as análises apresentadas das características dos ARGs dentro da teoria dos jogos e videogame é possível afirmar que os ARGs são jogos. Tanto de forma geral como em alguns de seus fragmentos específicos. Os ARGs são projetados como jogos, então se vistos independentemente de outros atores necessários para existência dos ARGs, claramente podem ser identificados como jogos.

Também é possível dizer que são narrativas, em boa parte de seus conteúdos. Os ARGs entram em concordância com as características narrativas levantadas por Todorov e Eco. Apesar das características levantadas serem simplistas e poderem

classificar quase qualquer jogo com história como uma narrativa, a diferença é que os ARGs dependem muito mais da narrativa do que a maioria dos videogames.

Em boa parte dos videogames e jogos de computador, a narrativa é utilizada como um adorno, e não possuem muita relação com as regras específicas do jogo. Como no caso de *Doom*, se substituíssemos o cenário espacial apocalíptico e seus monstros, por castelos e soldados nazistas (como em *Wolfenstein 3D*) ou por um rancho americano e invasores alienígenas (como em *Redneck Rampage*), o jogo continuaria sendo sobre explorar espaços e atirar em inimigos.

Nos ARGs, a narrativa e a comunicação são os pontos principais para a jogabilidade.

Como já declarado, os ARGs são jogos onde só é possível jogar uma vez, porém depois de finalizado, muito de seu conteúdo continua disponível. Após o encerramento, normalmente as comunidades criam uma “memória” do jogo. Algum website que organiza todos os conteúdos do jogo possíveis de se coletar em um só lugar de forma cronológica de quando foram encontrados, ou na ordem cronológica da história do jogo.

Neste momento, o ARG deixa de ser jogo e só resta a narrativa que pode ser visitada ou revisitada.

Além da jogabilidade e suas características intrínsecas, os ARGs possuem outras características que os diferenciam dos jogos de computador e videogames. As formas como são apresentados, comercializados e os objetivos com os quais são produzidos serão tratados a seguir.

2. Categorias e modelos de negócios

Desde seu surgimento até os mais recentes exemplos, os ARGs já se mostraram como um gênero muito plural, com jogos variando em objetivos, tempo de duração, forma de financiamento, mídias utilizadas e etc.

Muitas vezes esta amplitude de características dificulta a caracterização de algum jogo ou experiência como um ARG.

Mas neste intento,

Para Nova Barlow (IGDA, 2006, p.15) os ARGs podem ser divididos em categorias:

A definição de subgêneros no campo dos ARGs ajuda o observador a entender o que está atualmente disponível no contexto de outros jogos (tanto atuais quanto passados) que podem ser similares em natureza. Existem cinco subgêneros principais usados para este propósito, apesar que alguns jogos (em alguns casos intencionalmente) transitam entre categorias: promocionais, independentes¹⁴, comercializado, para um jogador, treinamento/educacional.

Esta divisão é útil para uma melhor compreensão e contextualização dos vários tipos de ARGs. Pode-se notar que esta divisão é baseada principalmente em dois fatores:

- objetivo que se deseja alcançar com o desenvolvimento do jogo;
- forma de financiamento e/ou remuneração para o desenvolvimento do jogo, o que está intrinsecamente ligada com o modelo de negócio utilizado.

Desta forma, o ARG denominado por Nova Barlow como “para um jogador” se diferencia dos restantes basicamente em sua jogabilidade, e será melhor descrito posteriormente neste projeto.

Apesar das categorias serem divididas com base nos fatores previamente explicados, elas acabam influenciando outras características do jogo, não meramente financeiras, como tempo de duração do jogo, quantidade e abrangência dos jogadores e cobertura da imprensa, só para citar algumas.

Com o intuito de utilizar esta divisão em categorias e explorar os modelos de negócio por trás delas, as categorias serão redefinidas da seguinte maneira:

¹⁴ tradução livre para o termo em inglês *grassroots*.

promocional/marketing, independentes, comercial, merchandising e treinamento/educativo.

Estas categorias não são definitivas e os jogos podem, por vezes, transitar entre as categorias ou mesmo fazer parte de mais de uma delas.

2.1. Promocional/marketing

Um das categorias onde os ARGs se iniciaram. Os ARGs promocionais são aqueles que a maioria das pessoas imagina quando se refere a este gênero de jogo, devido ao alto grau de desenvolvimento e cobertura da mídia.

Esses jogos são utilizados como campanha de marketing de produtos. Com grande frequência estes produtos já possuem uma história com a qual a história do ARG terá algum tipo de intersecção ou inspiração.

Alguns exemplos destes produtos são: videogames (*I Love Bees* para o videogame *Halo 2*; *Last Call Poker* para o videogame *Gun 's*), filmes (*The Beast* para o filme *Inteligência Artificial*) e seriados de televisão (*Lost Experience* para o seriado *Lost*). Porém alguns casos fogem a regra, apresentando um mundo ficcional completamente novo, como o jogo *Art of Heist*, um dos primeiros a promover um produto físico, fazendo parte da campanha de lançamento do veículo Audi A6 no mercado americano.

Projetados para grande audiências, estes jogos chegam a ter de 10 mil a 3 milhões de jogadores, e se tornaram um modelo de negócio estável, sendo que os custos de produção são pagos pela empresa que quer promover seu produto e não pela desenvolvedora. Esses custos chegam a milhões de dólares como no caso de *The Beast* e *I Love Bees*.

Além de todo o apelo junto aos jogadores, estes jogos tendem a gerar uma significativa atenção da imprensa. O jogo *The Beast*, por exemplo, recebeu cobertura de mais de 60 veículos de comunicação do New York Times a CNN. (CLOUDMAKERS, 2009).

Outra característica importante é que os ARGs desta categoria costumam tornar mais visível sua característica promocional, principalmente nas fases finais do jogo, onde é comum algum tipo de evento que revele aos jogadores o produto que o jogo

anuncia, como no jogo *I Love Bees* que terminou com um evento em que os jogadores puderam experimentar o videogame *Halo 2* antes de seu lançamento comercial.

Por esse motivo, Szulborski considera que os jogos feitos por grandes companhias como campanhas de marketing tendem a ser menos imersivos e por isso menos críveis que jogos independentes ou amadores, pois estes últimos não tem a obrigação de vincular algum produto à história do jogo. (SZULBORSKI, 2005, p.11)

Szulborski (SZULBORSKI, 2005 p.192) ainda diz que:

A novidade de usar ARGs como campanhas promocionais pode se desgastar ou tornar-se diluído pelo uso excessivo, e então, sem um método viável ou plataforma para produzir ARGs que no mínimo cubram seus custos, o gênero por fim voltará ao pequeno nicho das comunidades no mundo dos jogos online.

Szulborski prevê que os ARGs promocionais perderão seu apelo pois os jogadores, com a experiência, acabarão descobrindo cada vez mais cedo que os ARGs que eles iniciam a jogar são realmente jogos. Szulborski acredita neste fato por considerar a retórica do “this is not a game” como uma das principais regra ao se projetar um ARG.

Talvez este seja um dos motivos para Andrea Philips e Adam Martin afirmar existir um argumento de que esta categoria de ARG um dia irá acabar, pois a audiência se torna melhor informada, mais cínica e mais consciente das características deste tipo de jogo, perdendo o interesse neste modelo, mas eles mesmos afirmam não existir evidências disto até o momento. (IGDA, 2006, p.49)

Outro ponto levantado por Philips e Martin é a tendência dos jogos não aderirem tão ortodoxamente à retórica “this is not a game”. O termo que foi cunhado pelos desenvolvedores de *The Beast*, como um princípio de design do jogo, rapidamente se associou aos ARGs em geral.

Também ganhou o status de essência de qualquer jogo de sucesso, principalmente pela comparação entre os primeiros jogos do gênero, *The Beast* e *Majestic*. O primeiro que não se declarava como um jogo foi um sucesso comparado com o segundo que era anunciado como um jogo e fracassou. Porém as causas do sucesso de um e fracasso do outro são diversas e difíceis de ser apontadas de forma tão simplista.

Os próprios criadores de *The Beast* afirmaram que esta retórica não pode ser levada tão a sério. Jane McGonigal (MCGONIGAL, 2003, p.10) entrevistou pessoalmente Elan Lee, o designer coordenador do projeto *The Beast* que declarou:

Os jogadores nunca acreditaram de verdade na retórica do “this is not a game”, ele explica, mas ao invés disso, eles foram fisgados por ela. “É óbvio que é um jogo,” diz Lee. “Não há nada que podíamos fazer quanto a isso. O que podíamos fazer era um jogo com crise de identidade. Se eu sei que é um jogo e você sabe que é um jogo, mas o jogo não sabe que é um jogo, então nós temos um conflito.”

Alguns jogos produzidos já descartaram esta retórica, e contavam com instruções de como jogar entre outras informações desenvolvidas pelos de resumo da história desenvolvidos pelos criadores, como o caso de *Jamie Kane*.

Esta menor adesão ao método “this is not a game” de projetar os ARGs não mostrou resultar em efeitos negativos aos jogos, e ainda facilita a entrada de novos jogadores sem experiência prévia a esses jogos. (IGDA, 2006, p.56)

As evidências que os ARGs promocionais estejam se enfraquecendo, por qualquer motivo, realmente são poucas. Atualmente existem muitos ARGs desta categoria sendo produzidos no mercado americano, principalmente para a indústria do cinema. Apenas para citar alguns, os filmes *Batman: Cavaleiro das Trevas* e *Exterminador do Futuro: A Salvação*, exibidos nos cinemas respectivamente nos anos de 2008 e 2009 são exemplos recentes de ARGs que promoviam filmes.

O próprio jogo do filme *Batman: Cavaleiro das Trevas* chamado *Why So Serious?* não considerou o método “this is not a game” pois se iniciou através de um link no site oficial do filme que levava ao site da campanha política de Harvey Dent, um dos personagens principais do filme.

Ou seja, logo de início o jogo já revelava que era parte da campanha de marketing oficial do filme e também que a história do jogo era fictícia sendo que apresentava um personagem conhecido do universo das histórias em quadrinhos do super herói.

Why So Serious? foi o primeiro ARG com eventos ao vivo em escala mundial que envolveu o Brasil. O jogo foi desenvolvido pela empresa 42 Entertainment, a mesma responsável por diversos jogos promocionais bem sucedidos como *The Beast*, *I Love Bees*, *Year Zero*. Porém, diferentemente de *Why So Serious*, *The Beast* que também promovia um filme, apresentava personagens e histórias paralelas ao filme.

Esta constante frequência com que são produzidos jogos desta categoria parece dar indícios de que estes ARGs estão se tornando uma opção permanente para as agências de marketing e publicidade, ao menos para a promoção de produtos como filmes.

Esta categoria de ARG é a que mais se faz presente no Brasil, com ARGs como *Vivo em Ação*, que promovem os serviços da operadora de celulares Vivo, e atualmente está em sua quarta edição.

Em sua segunda edição utilizava entre mídias e tecnologias para o jogo: sms, wap, portal de voz, a internet e o mundo real. A história de *Vivo em Ação 2*, girava em torno de um grupo de agentes que investigava uma grande corporação que possuía o plano de roubar o medo e controlar a mente das pessoas.

Segundo Vicente Martin Mastrocola, um dos criadores-roteiristas do jogo (MASTROCOLA, 2006):

O jogo contou com implantes de pistas semanas antes da promoção começar. Eram blogs/fotologs fakes, perfis no Orkut instigando participantes de comunidades ligadas ao jogo a investigarem a trama; houve todo um pré-processo imersivo de criação de realidade, que depois foi revelado como um game de mistério com campanha na tv, revistas e jornais.

Zona Incerta, ARG que promovia o produto Guaraná Antártica, apostou na polêmica sobre o interesse internacional pela floresta amazônica. Em *Zona Incerta*, uma empresa fictícia chamada Arkhos Biotech, declarava em vídeos que a floresta amazônica deveria ser propriedade privada de empresas que a protegeriam de forma mais eficiente que o governo brasileiro o fazia.

Dois políticos se manifestaram oficialmente no Senado sobre o assunto e uma nota foi publicada no site do senado¹⁵.

ilustração 9: Senador Artur Virgílio critica empresa fictícia

¹⁵ <http://www.senado.gov.br/agencia/ultimas/verNoticiaUltimas.aspx?codNoticia=13272>

A emissora MTV também produziu um ARG próprio chamado *Instituto Purifica*. O ARG que se iniciou com propagandas na emissora sobre o instituto que tinha como propósito proporcionar “Bem-Estar Coletivo Absoluto”, se desenvolveu através do website do instituto e também através de boletins recebidos pelos jogadores por e-mail.

2.2. Independente

Como os primeiros ARGs proporcionaram uma experiência marcante aos jogadores, muitos deles se inspiraram a trabalhar em seus próprios ARGs sem fins lucrativos. Com o fim de *The Beast* e *Majestic*, considerados os dois primeiros grandes ARGs, os jogos independentes começaram como uma tentativa de proporcionar um novo entretenimento para aquelas comunidades estabelecidas em torno destes jogos, utilizando como base as histórias destes jogos para criar algo como mini ARGs relacionados.

Os jogos independentes são projetados e produzidos por indivíduos ou pequenos times e geralmente operam com um orçamento muito menor que os jogos promocionais. Os custos podem variar de 150 dólares, custo aproximado do jogo *Exocog*, até 2.000 dólares estimados para produção de *Chasing the Wish*. (IGDA, 2006, p.17).

A audiência que estes jogos atraem são menores que os promocionais e formam comunidades mais conectada entre si, porém existem exceções a regra. O jogo promocional *Last Call Poker* que durou por volta de 90 dias atraiu aproximadamente 10.000 jogadores e o independente *MetaCortechs* que durou 80 dias atraiu 12.000 jogadores.

Estes jogos contam com verba própria do indivíduo ou da equipe que os produzem, por isso dependem de esforços voluntários do time, muitas vezes contando com amadores, o que aumenta o risco de falha, situação que não é nova no mundo dos ARGs. Mesmo jogos promocionais ou comerciais correm este risco. Talvez o caso mais famoso é o do jogo *Majestic* que falhou de forma pública, sendo interrompido pela *Eletronic Arts*, empresa desenvolvedora de videogames que o produzia.

Muitas vezes as histórias dos jogos independentes são baseadas em alguma obra de ficção já existente. São trabalhos de fãs e não contam com aprovação dos detentores

dos direitos autorais das obras originais. Muitas vezes são confundidos com jogos promocionais oficiais como o caso do jogo *MetaCortechs*, baseado nos filmes da trilogia Matrix.

Outras vezes são obras de ficção completamente novas como o caso de *Chasing the Wish* criado e produzido por Dave Szulborski e uma equipe de colaboradores.

Também criado e produzido por Szulborski, o jogo *Urban Hunt* podia ser confundido com um jogo promocional pois parecia promover um reality show na televisão que na verdade nunca existiu.

Apesar de independentes, produzidos por equipes considerados amadores e contando com verba restrita, muitos destes jogos apresentam resultados profissionais, como nos jogos descritos acima, chegando a confundir os jogadores e fazê-los acreditar que são jogos promocionais oficiais.

Por não possuir fins lucrativos, os jogos desta categoria tendem a ser os que mais variam em conteúdo e permitem aos desenvolvedores uma maior liberdade de explorar limites, mídias e métodos.

Os motivos para um indivíduo ou equipe, investir tempo e dinheiro para criar um ARG independente pode ser diverso. Um deles dos motivos é testar o funcionamento do jogo de forma independente para aprender com o processo e poder oferecê-lo como serviço para a produção de ARGs promocionais, como mostra Szulborski (SZULBORSKI, 2005 p.123): “*Exocog* foi criado como um experimento lançado pela Miramontes Studios e Jim Miller para aprender como conduzir uma campanha de marketing imersiva.”

Exocog se baseava na história de filme *Minority Report*, porém não era parte de sua campanha de marketing oficial, assim como *Metacortechs* foi para Matrix.

Outro motivo é o fato dos fãs quererem se envolver ainda mais com o universo dos ARGs e passar para o outro lado da cortina, de jogador à criador. Szulborski (SZULBORSKI, 2005 p.126) conta que essa foi sua experiência pessoal:

Mesmo sem estar ativamente envolvido no gênero por alguns meses, eu não consegui fazer com que idéias para novos jogos ficassem passando pela minha cabeça. Então quando por acaso retornei ao mundo dos ARGs e encontrei um jogos independentes e bem feitos acontecendo, isso me motivou a voltar ao jogo, por assim dizer. Em alguns dias eu tinha escrito os primeiros esboços de *ChangeAgents: Out of Control*.

ChangeAgents foi um ARG baseado no universo de *Majestic*, desenvolvido e produzido por Szulborski individualmente e durou de junho de 2002 até setembro do mesmo ano.

Essas pessoas ou equipes que desenvolvem jogos independentes também podem visar, através de um jogo bem executado e sucedido, vir a fazer parte de grandes empresas que desenvolvem ARGs promocionais.

Através dos anos e até hoje, os jogos independentes formam a grande maioria dos ARGs produzidos, talvez pelos motivos expressados por Szulborski.

O site ARGnet, dedicado a veiculação de notícias sobre ARGs, possui uma sessão chamada *Now Playing* que mostra jogos que estão ativos e sendo jogados no momento. Essa sessão foi criada no ano de 2006, e desde então Jonathan Waite (informação pessoal)¹⁶, editor do site estima que passaram por ela de 80 a 120 jogos, e destes, 2/3 são independentes.

Em comunidades dedicadas ao ARG no Brasil, como a comunidade “ARG - Alternate Reality Game” no Orkut e o website wiki Argbrasil.net¹⁷, existem menções à casos de jogos independentes brasileiros, porém não são criadas “memórias” destes jogos suficientemente organizadas para a descrição de algum caso específico.

2.3. Comercial

O modelo direto de remuneração foi utilizado por um dos primeiros jogos do gênero, *Majestic*. Nele o jogo é o próprio produto e os jogadores pagam uma assinatura para jogar, o que é comum nos jogos online como os MMORPGs¹⁸.

Este modelo não possui boa reputação na indústria pelo destino que teve *Majestic*. Após meses de seu anúncio, o jogo foi lançado oficialmente em julho de 2001, após a empresa *Electronic Arts* gastar cerca de 10 milhões de dólares em desenvolvimento. (Szulborski, 2006, p.108)

¹⁶ WAITE, Jonathan. Question. Mensagem recebida por <jwaite@argn.com> em 2 jun. 2009.

¹⁷ <http://www.argbrasil.net/>

¹⁸ *Massive Multiplayer Online Role Playing Game* ou Jogo de Interpretação de Papéis em Massa para Múltiplos Jogadores na Internet.

Foi desenvolvido simultaneamente a *The Beast*, porém diferente deste que era gratuito, o jogador tinha que pagar 10 dólares por cada episódio semanal, que foi considerado muito alto devido a quantidade insuficiente de material proporcionado.

Das 800 mil pessoas que começaram o processo de cadastramento para o episódio introdutório gratuito, apenas pouco mais de 70 mil pessoas completaram o processo e foram eleitas para testar o jogo. Não ficou claro quantas destas pessoas chegou a jogar mesmo a parte gratuita do jogo, e estima-se que cerca de 10.000 a 15.000 pagaram pelos episódios subsequentes. Com isso a Eletronic Arts perdeu algo entre 5 e 7 milhões de dólares dos 10 milhões investidos. (Szulborski, 2006, p.108)

Majestic foi descontinuado em setembro do ano de 2001, após os ataques terroristas de 11/9 nos Estados Unidos, pois a EA considerou o conteúdo do jogo muito controverso para aquele momento nos Estados Unidos.

O jogo foi um significantes avanço na história do videogame, de alguma forma ele acabou chegando cedo demais em seu mercado e para seu público.

Outras tentativas de jogos comerciais aconteceram no ano de 2002. *Search4E* começou como um jogo independente gratuito sem mencionar nenhum intuito de cobrar qualquer coisa no futuro. Após um início promissor, passou por grandes períodos sem atividade e voltou com um evento online que premiou um jogador com moedas raras no valor de 2 mil dólares. Logo após, o website principal do jogo anunciou planos de cobrar um valor mensal dos jogadores.

Mesmo antes de começar a cobrar a taxa mensal, o jogo sofreu de inconsistências de agenda e qualidade de conteúdo, e não demorou a parar completamente a produção de conteúdo.

TerraQuest foi anunciado já como um jogo comercial, em novembro de 2002, prometendo prêmios mensais de 25 mil dólares e um prêmio final de 250 mil dólares que poderia crescer de acordo com número de jogadores que pagasse a taxa mensal de 25 dólares. Aparentemente a *MindQuest*, empresa que desenvolveu *TerraQuest*, acreditou que a premiação seria o suficiente para ultrapassar os problemas sofridos por *Majestic* cerca de um ano antes.

Em janeiro de 2003 a *MindQuest* anunciou o cancelamento do jogo por não haver participantes suficientes para manter o jogo.

Um dos problemas do modelo comercial é levantado por Andrea Phillips e Adam Martin é o fato dos ARGs se configurarem antes como um serviço do que como um produto, podendo limitar o crescimento desta categoria. (IGDA, 2006, p.53).

Para eles, as características que tornam ARGs serviços são:

- a falta de uma experiência claramente delimitada como acontece com mídias;
- a falta de um produto físico concreto;
- uma vez adquirida, a experiência apenas funciona mediante ao envolvimento dos fabricantes ou desenvolvedores.

Estas características diferenciam drasticamente os ARGs em geral de videogames, que além de normalmente possuir um produto físico concreto (CD ou DVD em uma embalagem), funcionarem em uma mídia específica (consoles de videogame ou computadores), sua experiência se dá independente do envolvimento contínuo com os desenvolvedores dos jogos.

Essas características de serviço podem gerar problemas como:

- qualquer modelo de cobrança implica em delinear os limites do jogo entre o que é cobrado e o que não é, portanto o que faz ou não parte do jogo;
- o modelo “pagar para jogar” reduz a audiência total do jogo e também o entusiasmo dos jogadores em convidar outros amigos;
- a característica normalmente utilizada nos ARGs de confundir os limites da realidade com a ficção, apesar de não ser considerada essencial, é completamente destruída desde o início pelo uso do método pago.

Szulborski (Szulborski, 2006 p.193) acredita que outro problema que impede o sucesso dos jogos comerciais é a dificuldade que qualquer pessoa sem experiência no universo dos ARGs tem de entender o conceito do jogo em si:

É extremamente difícil para uma pessoa comum que não possui experiência com ARGs compreender como ele é. Essa pessoa pode rapidamente ficar confusa e desinteressada quando alguém começa a explicar dizendo coisas como, “Bem, eles usam e-mails, ligações telefônicas, mensagens instantâneas para falar com você, pode ter dúzias de websites os quais você tem de checar constantemente por atualizações e também tem quebra cabeças extremamente difíceis que precisam de uma comunidade inteira para resolvê-lo”.

Outras pessoas, mesmo entendendo parcialmente o conceito do jogo, podem achar os ARGs muito intrusivos, como observada por Szulborski na reação de pessoas

ao anúncio do jogo *Majestic* que podem ser resumidas em “Quem pagaria por um jogo que se intromete em sua vida e liga para você no meio da madrugada?”.

A complexidade do conceito do jogo em si dificulta a tarefa de anunciar os ARGs de forma clara e respectivamente vender este tipo de jogo. O que se soma ao receio que as pessoas podem ter dos métodos utilizados pelos ARGs principalmente porque as regras e os limites dos jogos nem sempre são claros.

2.4. Merchandising

Apesar do relativo baixo custo de produção de alguns dos ARGs e um considerável sucesso dos jogos entre jogadores e mídia, a falta de um modelo com rendimento sustentável era um problema que persistia. As empresas continuavam tentando achar maneiras de serem remuneradas com os jogos do gênero, por isso nesta categoria os jogos são mais claramente identificados a um produto.

Diferente dos ARGs comerciais em que o jogo é o próprio meio de remuneração, nesta categoria a remuneração é feita de forma indireta.

Baseado em modelos já utilizados em mídias tradicionais, onde o merchandising de um produto primário pode gerar mais remuneração que o produto em si, algumas empresas testaram este modelo.

Esses jogos são desenvolvidos com a intenção de vender aos jogadores produtos secundários. Esses jogos diferem dos promocionais por serem produzidos pela mesma companhia que vende os produtos, e os produtos em si normalmente possuem um papel importante na história do jogo ou fornecem pistas para desvendar algum mistério.

A duração dos jogos é um interessante aspecto de um ARG que pretende vender produtos. Nos dois principais casos de merchandising ARG até hoje, a duração chega a anos ao invés de meses. Isso provavelmente porque um tempo prolongado de jogo dá ao produto uma oportunidade maior de alcançar seu mercado.

Um desses jogos é *Perplex City*, produzido pela companhia britânica *Mind Candy*, que relacionou uma coleção real de cards de quebra cabeça como elemento de seu jogo. A primeira temporada do jogo foi lançada em março de 2005 e durou até setembro de 2006.

Outro jogo é *EDOC Laundry* que utiliza um ARG no intuito de vender camisetas e outros acessórios. Esses produtos são produzidos com pistas que levam os jogadores diretamente as informações disponíveis na internet.

2.5. Treinamento/educativo

Esta é uma categoria que ilustra a crescente flexibilidade dos ARGs e a variedade de campos em que podem ser utilizados.

Os ARGs possuem características sociais como a colaboração de seus jogadores em comunidades em busca de soluções de problemas, que podem se tornar vantajosas se utilizados para o aprendizado em um sistema formal de ensino ou em ambiente corporativo. Apesar de poucos casos documentados de ARGs utilizados para estes fins, é possível, com base nas características observadas mesmo nos jogos promocionais, o potencial que eles possuem.

Com experiência anterior em jogos independentes como *Metacortechs* e *Lockjaw*, Brooke Thompson foi responsável por *Missed Steaks*, uma experiência nos moldes de um ARG para um treinamento corporativo. Com duração de quatro semanas, desenvolveu uma história e quebra cabeças com o objetivo de melhorar a comunicação entre departamentos dentro da empresa. Thompson (BROOKE THOMPSON, 2009) declara: Como minha primeira tentativa em projetar um jogo especificamente para treinamento corporativo e formação de equipes, eu fiquei feliz em perceber o quão similar foi esta experiência dos meus jogos anteriores.

Apesar das semelhanças com outras categorias de jogos, o fato de serem jogos destinados a empresas, escolas ou cursos, faz com que seu público possa ser mensurado e conhecido previamente o que torna mais simples a tarefa de quem os projeta. Por ser também um mercado mais fechado e específico, os jogos desta categoria recebem pouca ou nenhuma atenção da imprensa. (IGDA, 2006, p.53)

Os jogos desta categoria são produzidos ou financiados pelas instituições ou empresas que objetivam promover certo conhecimento com a experiência, contudo um jogo não precisa ser fechado em uma instituição ou cliente para possuir um conteúdo pedagógico.

World Without Oil, criado por Ken Eklund e Jane McGonigal, estimula o jogador a apresentar sua visão sobre uma iminente crise mundial do petróleo. Os

participantes descrevem como seriam as 32 semanas desta crise até a o esgotamento total do abastecimento de petróleo no mundo. Os jogadores faziam isso através de fotos, textos, áudios, vídeos, ilustrações e outras formas possíveis de expressão. A partir disto eles descreviam suas reações e mudanças de hábito referentes a falta de petróleo no mundo.

Apesar de todos os ARGs lidarem com a aquisição de conhecimento para a resolução de seus problemas e quebra cabeças, nesta categoria os jogos não promovem algum produto. O produto principal é este conhecimento, a informação ou a contextualização e discussão de idéias.

2.6. Outras categorias

Como mencionado anteriormente, estas categorias não definitivas e alguns jogos podem ser classificados em mais de uma categoria pois sempre existe uma divisão clara entre elas.

Por isso existem alguns jogos que merecem destaque por possuírem características singulares. É o caso de *Jamie Kane*, desenvolvido pela BBC do Reino Unido.

O objetivo do jogo era descobrir o mistério por trás da morte de Jamie Kane, um astro pop fictício que havia falecido em um acidente de helicóptero. Além de um site principal o jogo contava com outros conteúdos que tentavam confundir o conteúdo fictício com notícias reais, como entrevistas com os apresentadores da *BBC Radio 1*, apresentações no programa de shows *Top of the Pops* e reportagens sobre sua morte no *BBC News*.

Este jogo podia ser jogado inteiramente por um jogador, sem a necessidade da mobilização de uma comunidade online. O jogo podia ser iniciado a qualquer hora e durava 15 dias do começo ao fim, com tarefas diárias que duravam aproximadamente 20 minutos.

Jogos como este, por serem projetados para ser jogados individualmente, possuem quebra cabeças mais simples e são ideais para jogadores inexperientes no gênero. (IGDA, 2006, p.19)

A grande maioria dos ARGs são jogados apenas uma vez, pois o jogo e sua narrativa vão avançando na medida que os jogadores resolvem os quebra cabeças e

também a medida que os desenvolvedores disponibilizam atualizações de conteúdo referente ao jogo. Muitas ações que acontecem nos jogos não são repetidas e por diversos motivos. Eventos ao vivo não podem ser repetidos individualmente para cada jogador que inicia o jogo em tempos diferentes, como por exemplo as ligações telefônicas que os jogadores de *I Love Bees* tinham que receber com horário e local marcados.

Jamie Kane, era episódico, não estava preso questões tradicionais de tempo como eventos ao vivo e todo seu conteúdo já estava criado antes de qualquer jogador começar a experiência. Isso tornava *Jamie Kane* rejogável¹⁹.

Jogos como por ser projetado para ser jogado individualmente, possuem quebra cabeças mais simples e são ideais para jogadores inexperientes no gênero

Porém diminuem a sensação de agência dos jogadores que acabam descobrindo que suas interações apenas fazem com que a narrativa se desenrole, não tendo consequência significativa na história.

Mesmo sendo possível jogar individualmente, o jogadores não permanecem dessa forma por muito tempo, assim que os jogadores sabem do jogo, começam a espalhar e trocar informações.

Jogos como *World Without Oil* se distanciam de características convencionais dos ARGs por ter uma história mais aberta aos jogadores. O jogo oferece um determinado cenário, que no caso é a crise do petróleo, e os jogadores são mais responsáveis pela autoria dos fragmentos de narrativa, formando no final um painel de múltiplas histórias em diversas mídias em que os jogadores colaboram para formar uma grande história, mas também competem entre si no objetivo de criar a história individual mais popular.

Outra diferença de *World Without Oil* é que não existem quebra cabeças, mistérios e conteúdo a ser descoberto. Não existe interação com personagens fictícios, ela acontece entre os jogadores da comunidade que contam suas histórias fictícias.

Além das categorias descritas e casos específicos como *Jamie Kane* e *World Without Oil*, existem muitas possibilidades para novas categorias ou subgêneros de ARGs. Assim como os ARGs foram influenciados por mídias e experiências existentes anteriormente ao seu surgimento, eles já influenciam produtos em diversas mídias, até

¹⁹ Tradução livre para o termo *replayable*.

seriados da televisão brasileiras como *9MM*, produzido pela Fox, que possui desdobramentos na internet.

O projeto prevê minifilmes, vídeos promocionais, jogos em que se pode enfrentar situações vividas no seriado e até blogs que destacam personagens secundários na trama da televisão que imitam blogs reais em seus relatos. (MELO, 2009)

Mas mesmo com toda essa influência, qual seria o futuro comercial dos ARGs?

Szulborski afirma acreditar que para os ARGs serem bem sucedidos no futuro, eles precisam se estabelecer como um gênero de entretenimento comercial com um modelo de negócio próprio para não acabar retornando para pequenos nichos de público. (Szulborski, 2006, p.192)

É muito cedo para afirmar que esta previsão está ou não acontecendo, apesar de jogos do gênero continuarem sendo desenvolvidos constantemente.

Mas mesmo que os ARGs voltem para pequenos nichos, seu legado já pode ser visto e provavelmente continuara sendo.

3. Elementos dos ARGs

Até o momento, para a formação de um quadro comparativo entre casos específicos do objeto de estudo, foi utilizada a classificação destes casos como um todo, cada jogo considerado em sua totalidade.

A divisão dos ARGs em categorias e modelos de negócios é necessária para uma visão externa dos ARGs, de suas possibilidades e objetivos. Mas ela sozinha não é suficiente. É preciso também direcionar uma luz para certos atores indispensáveis para a existência dos ARGs, assim como observá-los internamente.

Para esta observação é conveniente a divisão três elementos principais:

- mídias, métodos e tecnologia;
- desenvolvedores e jogadores;
- história e experiência.

3.1. Mídias, Métodos e Tecnologia

Os ARGs como anteriormente mencionado são projetados para alcançar seus jogadores de incontáveis maneiras. São métodos e tecnologias utilizadas por desenvolvedores para fazer com que o jogo flua.

Videogames convencionais utilizam largamente um método de apresentar um conflito e recompensar o jogador após ultrapassar este conflito com um conteúdo. Exemplificando, em um jogo de tiro em primeira pessoa, o jogador enfrenta criaturas até encontrar seu inimigo principal naquele nível do jogo. Superando este inimigo o jogador é recompensado com uma cena de animação que representa parte da história do jogo e não é interativa, para em seguida iniciar o próximo nível do jogo.

Apesar de ser uma generalização grosseira, muitos jogos seguem este método de conflito e recompensa.

Como em outros exemplos de jogos, nos ARGs este método não é o mesmo, então decidiu-se dividir este método em três componentes: conteúdo, contato e conflito.

O que geralmente acontece nos ARGs é:

1. o jogador é apresentado a um conteúdo, que pode ser um website;
2. neste website o jogador descobre um ponto de contato ou um ponto de conflito, ou ambos.
3. a partir de que o jogador resolva o conflito, que pode ser um quebra cabeças, ou estabeleça um contato com o jogo, que pode ser através de um e-mail ou telefonema, ele recebe indicações para o próximo conteúdo.

Este método é representado pelo esquema abaixo:

ilustração 10: representação da estrutura do desenvolvimento dos ARGs

Esta também é uma representação simplificada da estrutura do desenvolvimento do jogo. As ações não seguem sempre esta cronologia, e podem variar em casos específicos, por isso é oportuno nos aprofundar em cada um desses elementos que fazem parte das mídias, métodos e tecnologias. Essa divisão, como pode ser observada a seguir, não limita os fragmentos dos jogos a apenas um componente, e muitas vezes a linha que divide esses componentes não é tão clara.

3.1.1. Conteúdo

A forma como história é apresentada é um problema a qualquer jogo, e não seria diferente nos ARGs.

Em videogames, onde o equilíbrio entre a parte jogável e a história pende para o lado do jogo, o comum é encontrar o conteúdo da história na forma de cenas ou textos de introduções ou entre níveis.

Nos ARGs, a história já possui um peso muito maior. Os videogames de aventura possuem um equilíbrio semelhante ao dos ARGs, onde o conteúdo da história é maior em detrimento da parte jogável que é pontuada por interações e quebra cabeças. Alguns exemplos neste sentido são os jogos de aventura para computador produzidos pela empresa *Lucas Arts*, como *Full Throttle* e *Day of the Tentacle*, ou mesmo o clássico *Myst*.

ilustração 11: captura de tela do jogo *Full Throttle*

A história é mais importante nos ARGs principalmente porque os jogadores, na maior parte do desenrolar do jogo, não fazem parte da ação. Então eles precisam desta informação para saber o que está acontecendo no universo do jogo. Por exemplo, um jogador descobre que um personagem do jogo morreu. Ele não descobre isto porque vivenciou a ação, mas porque obtém essa informação através de algum conteúdo do jogo, como o blog de outro personagem do jogo que era amigo do primeiro.

Como citado em capítulo 1 esta é uma das características importantes do gênero. Os jogadores não são intermediados por um avatar, pois eles mesmos são os avatares nestes jogos.

Diferente de jogos com gráficos tridimensionais como os MMORPGs *World of Warcraft* ou ambientes virtuais como *Second Life*, os ARGs usam ferramentas do uso cotidiano dos jogadores e não dependem de um software ou uma interface centralizada.

Os desenvolvedores pretendem ao invés de criar experiências imersivas sensorialmente realistas de interação em um ambiente artificial, criar ambientes reais que possibilitem interação artificial com a realidade. Para eles, imersão significa integrar o jogo na vida “online” e “offline” de seus jogadores.

Como esta imersão depende muito de conteúdos de representação, como textos, áudios e vídeos, os jogadores interagem com este jogo e com a história dele, na maioria das vezes, indiretamente.

Segundo Janet Murray (MURRAY, 2003), a imersão é:

... um termo metafórico derivado da experiência física de estar submerso na água. Buscamos de uma experiência psicologicamente imersiva a mesma impressão que obtemos num mergulho no oceano ou numa piscina: a sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha, tão diferente quanto a água e o ar, que se apodera de toda a nossa atenção, de todo o nosso sistema sensorial.

Para isso algumas tecnologias e mídias são utilizadas para criar conteúdos ficcionais que visam intensificar esta imersão, sempre representando da forma mais realista possível sua versão real.

Jane McGonigal (MCGONIGAL, 2003) explica o uso de websites no jogo *The Beast*:

Esteticamente, tecnologicamente e fenomenologicamente falando, não existe diferença nenhuma visual, funcional ou de acessibilidade entre um website ficcional do jogo ou um site real. Neste sentido é razoável dizer que não existe nada neste jogo virtual que seja simulado.

Apesar de jogos como *Majestic* utilizar simuladores de conversa, conhecidos como *chat bots*, geralmente não são utilizadas simulações nos ARGs.

Os websites são uma das formas mais comuns e esperadas de conteúdo dos ARGs. Podem ser websites de companhias, organizações, instituições ou mesmo websites pessoais de personagens ficcionais do jogo. Esses sites tendem a disponibilizar funções idênticas as de um site não ficcional. Por exemplo, o ARG do seriado *Lost* contava com um website da companhia aérea ficcional que tinha um papel importante

no enredo do seriado. No site da companhia, além de páginas completas de formulários e informações, era possível consultar os vôos existentes da companhia.

Blogs também são muito utilizados, principalmente para apresentar personagens e manter um contato mais direto com os jogadores. Eles também são uma forma simples para disponibilizar conteúdo de forma aos novos jogadores entenderem eventos passados, devido a sua característica de organização de informação de forma cronológica.

Conteúdos audiovisuais normalmente são descobertas excitantes para os jogadores e muitas vezes são utilizados como recompensa a um desafio transposto pelos jogadores. Em *Year Zero* muitos conteúdos audiovisuais foram utilizados como recompensas à resolução de desafios, principalmente para mostrar como era o universo no futuro descrito pelo jogo.

Estes conteúdos também já foram utilizados para criar grandes quebra cabeças onde os jogadores devem reconstruir uma narrativa através de vários fragmentos menores editados. Este tipo de quebra cabeça funcionou como estrutura básica do jogo *I Love Bees*.

Outras mídias já foram utilizadas como conteúdo e para promover contato com o jogo. Entre elas: jornais e revistas (normalmente nos classificados ou em áreas de propaganda); televisão, outdoor, filmes, música, álbuns, pôsteres, stickers, flyers, até arte de rua. Está lista tende a crescer de acordo com a criatividade dos criadores.

3.1.2. Contato

O contato se faz com a interação direta entre o jogo e o jogador. Muitas vezes o que difere o contato do conteúdo é a forma com que ele chega até o jogador. Voltando ao exemplo do jogador que descobre que um personagem morreu, ele pode descobrir este fato através de um website ou um vídeo, o que poderia ser caracterizado como conteúdo, ou por um telefonema direto de um personagem do jogo ou mesmo em um evento ao vivo.

O que difere em princípio o conteúdo do contato é a agência.

A agência, segundo Murray (MURRAY, 2003), “[...] é a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver o resultado de nossas decisões e escolhas.”

O contato em um ARG então se diferencia da mera interação, pois possui a capacidade de gerar resultados significativos, ou seja mudanças.

O contato é caracterizado quando a informação é dinâmica e não estática como no caso do conteúdo, ou também quando o jogador, com sua ação, exerce alguma transformação no jogo.

Os contatos ao contrário dos conteúdos acontecem no tempo da interação entre o jogador e o jogo/narrativa. Nestes contatos o tempo da história, enredo, discurso e fruição se tornam o tempo presente, como apontado anteriormente neste projeto.

Existem formas mais comuns de contatos nos ARGs como: chat, telefone, e-mail, *SMS*²⁰ e eventos ao vivo.

Com exceção dos eventos ao vivo, essas formas de contato algumas vezes podem se caracterizar apenas como conteúdos, quando não é possível que o jogador retorne com sua ação ou consiga dar prosseguimento a comunicação. São os casos:

- mensagens pré gravadas de telefones;
- SMS onde o jogador apenas recebe a informação;
- e-mails pré configurados, onde o jogador não possui a capacidade de continuar com a comunicação.

A exceção a esses casos são os já mencionados *chat bots*, que apesar de apenas fornecer informação pré configurada, ainda concede a capacidade ao jogador de continuar com a comunicação e ainda pode através dela descobrir conteúdos importantes para o jogo.

Os *chat bots* já foram utilizados com sucesso em ARGs como *The Beast*, *Majestic* e *Jamie Kane*, e apesar de ser uma opção mais eficiente pois fica disponível a um número maior de jogadores por tempo determinado apenas pelos desenvolvedores, é fácil para um jogador perceber que está conversando com um programa e isso pode prejudicar a suspensão da descrença deste jogador.

Em outros casos esta conversa é feita por uma pessoa que interpreta o personagem, e tem a capacidade de reagir de forma muito mais convincente, porém esta opção normalmente é disponibilizada por tempos mais curtos.

Os telefonemas nos ARGs são utilizados de muitas formas. Algumas vezes são números disponíveis em algum conteúdo do jogo como websites, onde os jogadores podem telefonar para ouvir alguma mensagem gravada ou em alguns casos conversar

²⁰ *Short Message Service* ou Serviço de Mensagens Curtas

com um personagem do jogo. Outras vezes o jogo é que entra em contato com o jogador. Isso ocorre pois em algum momento do jogo existem sites onde os jogadores devem registrar seus dados.

Os e-mails tem basicamente três níveis qualitativos de interação. Ele pode ser considerado um contato quando é utilizado como forma de comunicação entre um personagem do jogo e os jogadores. Outras formas de utilização de e-mails que podem ser consideradas apenas como conteúdo são as mensagens de auto resposta e os e-mails enviados em massa.

As auto respostas de e-mails são muito utilizadas para os e-mails disponibilizados em websites como em *Year Zero* no website *I am trying to believe*. Já e-mails enviados em massa normalmente são utilizados para deixar os jogadores a par dos acontecimentos. No caso de *The Beast*, este tipo de e-mail foi utilizado por uma personagem do jogo para atualizar os jogadores semanalmente sobre seus pensamentos e seus planos.

Assim como os chats e telefonemas, os e-mails escritos individualmente se tornam uma tarefa mais complexa de acordo com a quantidade de jogadores que acompanham o jogo, porém constituem uma forma de contato muito mais desejada pelos jogadores.

As mensagens de texto enviadas para telefone celular, ou SMS, são uma forma de comunicação rápida e instantânea. Este artifício foi utilizado no jogo *Perplex City* como parte de eventos ao vivo, para enviar aos jogadores localidades que eles deveriam visitar e desafios. (IGDA, 2006, p.35)

Apesar de nem todo ARG contar com isto, os eventos ao vivo são muito aguardados pelos jogadores. Os eventos ao vivo determinam que os jogadores devem estar em certo espaço e em certo espaço. Então estas ações devem ser muito bem planejadas pelos desenvolvedores, tendo em vista a comunidade de jogadores e seu grau de engajamento.

Por exemplo, se um ARG possui um evento em que os jogadores terão acesso à um conteúdo necessário para o prosseguimento do jogo. Se este evento for planejado para um local no Rio de Janeiro, e a comunidade mais engajada no jogo se localizar em grande maioria no Amazonas, é possível que não existam jogadores que façam parte do evento. Este fato obrigaria os desenvolvedores à criar uma outra solução para fornecer este conteúdo aos jogadores.

Alguns jogos já utilizaram de forma bem sucedida os eventos ao vivo, como *Art of Heist*, que se iniciou com o roubo de um automóvel da marca Audi de uma concessionária nos Estados Unidos. Quem estava no local àquela noite pode ver toda a ação acontecendo em tempo real: dois ladrões quebraram o vidro da concessionária, saíram com o veículo e em seguida chegaram os seguranças que tentaram seguir os ladrões. Outro evento do mesmo jogo mostrou uma luta coreografada dos personagens do jogo em uma feira internacional de videogame.

Os contatos de uma forma geral, junto com os conflitos são os componentes que ligam os elos narrativos dos ARGs. Muitos conflitos, de alguma forma também envolvem contatos, como é mostrado a seguir.

3.1.3. Conflito

Os conflitos podem ser definidos basicamente como a parte “jogável” dos ARGs.

Estes são os componentes dos ARGs onde as regras determinam um papel mais importante. Apesar dos desenvolvedores tentarem sempre integrar os conflitos como parte da narrativa, nem sempre isto acontece.

Casos como o jogo *Push, Nevada*. O jogo era parte de um seriado de televisão americano, que mostrava dicas para a resolução de quebra cabeças que envolviam websites e outras mídias. *Push, Nevada*, prometia ao final do seriado, premiar com um milhão de dólares o jogador que resolvesse o último quebra cabeça. No segundo mês de exibição sua temporada foi cortada pela metade e a pista final para a solução do quebra cabeça não tinha relação alguma com a história do seriado. (SZULBORSKI, 2005 p. 137)

Este fato deixou a comunidade que jogava o jogo insatisfeita. Conhecida como *Shove*, a comunidade não considerou o quebra cabeça intrincado ou inventivo o suficiente, como a própria comunidade havia imaginado. Essa insatisfação gerou mensagens revoltadas da comunidade exigindo que os desenvolvedores voltassem a trabalhar para entregar uma solução à altura do que a comunidade havia imaginado.(MCGONIGAL, 2003)

Independente da relação ou não com a história do jogo, e também de sua inventividade, os conflitos podem se caracterizar das formas mais variadas, mesmo dentro de um mesmo jogo.

Alguns conflitos são caracterizados por quebra cabeças ou conteúdos criptografados. Braile e código Morse são alguns exemplos de formas de codificação de mensagens nos ARGs.

Outros conflitos são apresentados na forma de jogos. Neste sentido, algumas vezes são utilizadas simulações, como no jogo *Last Call Poker* onde os jogadores precisavam jogar partidas de poker como um fragmento do jogo.

Jogos como *I Love Bees*, contavam como principal conflito o deslocamento dos jogadores até locais físicos específicos. Nestes locais os jogadores atendiam a chamadas telefônicas que narravam fragmentos da história do jogo. Este conflito de deslocamento às localidades gerou outro, que era o de reorganizar os fragmentos diversos recebidos pelas várias chamadas telefônicas em uma narrativa coerente.

Alguns conflitos envolvem diretamente os contatos. Os jogadores podem ter de convencer algum personagem do jogo a agir de certa forma ou fornecer algum conteúdo. Em *The Beast* os jogadores deviam convencer um segurança a intervir e resgatar um garoto de seus raptos. Estas ações ocorreram via telefone, onde os jogadores conseguiram o telefone do segurança (que também era um personagem do jogo) através de outros conteúdos do jogo. Este guarda era interpretado por uma pessoa real, o que proporcionava a possibilidade de negociação e comunicação que simples gravações não tornariam possível.

Para conseguir acessar conteúdos, outros quebra cabeças são utilizados como: quebrar códigos de senha; encontrar subdiretórios e arquivos escondidos em websites; interpretar conteúdos e buscar na internet respostas em uma infinidade de fontes; entender e utilizar programas não familiares.

Em *Year Zero* as músicas do álbum de mesmo nome da banda Nine Inch Nails, continham trechos, que analisados por um espectrógrafo, revelavam imagens de uma entidade denominada no jogo como “a Presença”. Outros áudios descobertos no jogo continuam informações em código morse que levavam a outros websites.

É impossível listar todas as formas de conflitos já apresentados em jogos independentes ou promocionais, porém, além dos já apresentados, outros conflitos populares são: encontrar objetos no mundo real; identificar ou completar referências, sejam elas literárias, musicais, ou etc.; traduzir idiomas desconhecidos para a maioria;

interpretar informações específicas de certas áreas do conhecimento, como informações sobre física quântica ou engenharia agrícola.

3.2. Desenvolvedores

Os desenvolvedores de ARGs são conhecidos neste universo como *puppetmasters*²¹.

Um ARG pode ter de um puppetmaster independente, como Dave Szulborski em seus primeiros experimentos com o gênero como em *Change Agents: Out of Control*, até equipes inteiras em empresas como a *42 Entertainment*, responsável pelos jogos *The Beast*, *I Love Bees*, *Year Zero* e mais recentemente *Why So Serious*.

A diferença dessas equipes independentes e das empresas normalmente estão nos objetivos dos jogos que produzem, e na verba que disponibilizam para isso. Essas diferenças, no entanto, não caracterizam a qualidade de um em detrimento do outro.

Obviamente quanto maior a verba, maior é a possibilidade de produzir conteúdos diversos para o jogo. Porém muitos jogos desenvolvidos por empresas foram considerados um fracasso pelos jogadores, assim, como jogos independentes com verbas limitadas alcançaram o sucesso, mesmo que em uma comunidade de jogadores mais restritas.

Se *The Beast* for considerado o primeiro jogo do gênero, atualmente os ARGs têm apenas 8 anos de vida. Muito está sendo testado. A cada novo jogo são apresentados novos métodos, mídias e tecnologias. Os erros e acertos de cada jogo lançado estabelecem práticas que servem para nortear as equipes que se aventuram a criar jogos deste gênero.

O que acontece, pelo fato de seu breve tempo de existência é que grande parte das equipes de desenvolvedores, seja de jogos independentes, promocionais ou qualquer outro já descrito, não possuem experiência específica neste tipo de formato.

Então ainda o que se pode observar é que a criatividade de seus desenvolvedores e o conhecimento prévio do formato, mesmo que teórico ou mesmo como jogador, auxiliam na produção de jogos de maior qualidade, e evitam cometer erros já observados e documentados por equipes com alguma experiência.

²¹ Mestre dos fantoches.

Em *The Beast*, em duas semanas de jogo, todas as pistas disponibilizadas possibilitaram aos jogadores que descobrissem 6 websites do jogo. Nesta mesma semana um dos jogadores postou no fórum da comunidade *Cloudmakers* 22 websites que compunham o jogo. Através de um serviço disponibilizado na internet chamado *WHOIS*, ele descobriu o proprietário do domínio de um dos sites e através deste proprietário, descobriu todos os domínios comprados para o jogo. (MCGONIGAL, 2003)

Este fato que ocorreu em 2001 não foi observado pela empresa que lançou um ARG no Brasil, em 2007, para a empresa Citroën. Neste ARG, um suposto asteróide chamado *Pallas* se chocaria com a Terra. Esta notícia era disponibilizada em grandes portais da internet brasileira como o Terra e o UOL como forma de publicidade.

ilustração 12: publicidade anuncia o choque do asteróide Pallas na Terra

Muitas pessoas confundiram esta publicidade como uma notícia real, fazendo com que a publicidade fosse cancelada após um dia de veiculação.

Ao se clicar nestas peças publicitárias, o usuário era levado ao site do suposto laboratório astronômico que havia feito a descoberta do asteróide chamado de convenientemente de “Observatório de Asteróides”.

Com uma simples consulta ao serviço *WHOIS*, era possível observar que o domínio era registrado em nome da “Peugeot-Citroen do Brasil Automóveis Ltda.”, impossibilitando desde o início a relação da história do ARG com a realidade. (BRAINSTORM9, 2009)

Um fato curioso sobre os desenvolvedores de ARGs está no fato do próprio nome com o qual são identificados. *Puppetmaster* ou mestre de fantoches, é usado como

metáfora de que eles estão escondidos por trás da cortina, controlando o jogo com suas cordas invisíveis. Por outro lado, também dá margem à interpretação de que os jogadores são controlados e fazem as vontades deste mestre do jogo.

Para Jane McGonigal, existem críticos que enxergam nesta situação de desequilíbrio de poder uma perversidade, talvez até um perigo. Ela expõe que a cada palestra que ministra sobre o assunto, existem expectadores que questionam “ Imagine aqui[...] um puppetmaster negligente ou mesmo maldoso que exige que os jogadores vão ‘longe demais’”. (MCGONIGAL, 2007)

Como muitas situações de jogo descritas justificam esta preocupação. Mesmo que os puppetmasters não sejam malignos, o fato dos conteúdos dos ARGs serem facilmente confundidos com conteúdos reais, torna possível que da maneira inversa, um conteúdo não criado pelos puppetmasters possa parecer parte do conteúdo do jogo, como já foi descrito anteriormente. Este fato abre possibilidades para que pessoas mal intencionadas possam se aproveitar dos ARGs para enganar jogadores.

Este fato demanda uma dupla responsabilidade aos desenvolvedores de ARGs, no sentido de não criar situações que coloquem em risco os jogadores e também de estar sempre atento a todos os movimentos dos jogadores e todos os conteúdos que são descobertos para que terceiros não utilizem a credibilidade que se criou entre desenvolvedor e jogador para fins obscuros.

Agora no caso de um puppetmaster realmente mal intencionado, será que os jogadores suas ordens cegamente?

Diferente dos videogames convencionais, a autoria nos ARGs não está por trás de algoritmos. O jogador não é obrigado a fazer algo porque as regras(automatizadas pelo computador) o limitam a isso. Por exemplo em *Doom*, está clara que a autoridade está do lado do autor. Não nos é dada a opção de conversar com os monstros para um entendimento, para tentar entender porque estamos sendo atacados. As opções são simples: matar ou morrer.

Os ARGs também possuem seu nível de abstração em relação às regras do jogo, porém o nível de negociação é maior pois existe um contato, mesmo que indireto entre os desenvolvedores e os jogadores. Muitas vezes existe mais de uma forma de realizar ações nos ARGs, mesmo que estas formas não tenham sido planejadas pelos desenvolvedores, e caso isso aconteça, os desenvolvedores devem se adaptar aos jogadores e não o contrário.

Katie Salen e Eric Zimmerman (SALEN, 2004) afirmam que em *The Beast*, sua estrutura de quebra cabeças onde os desenvolvedores possuem todas as respostas, torna a estrutura de autoridade clara. Ou seja, os desenvolvedores possuem a última palavra em relação as resoluções do jogo.

Porém em seu desenvolvimento, muito acontece que torna esta estrutura de autoridade mais equilibrada entre os jogadores e os criadores. Salen e Zimmerman mesmo afirmam este fato, fornecendo o exemplo de jogadores que, em *The Beast*, criaram websites que os desenvolvedores acabavam conectando de alguma forma com os websites oficiais do jogo.

Mcgonigal acredita que esta relação de poder entre o puppetmaster e os jogadores é similar à de um escritor de peças de teatro e os atores, onde os jogadores aceitam um papel e atuam de acordo com ele.

Os jogadores, independente do que “manda” o puppetmaster, avaliam suas ações e comparam suas ações no jogo com suas ações na vida real. Como em uma fase de *The Beast* onde os jogadores deveriam quebrar o código de acesso do e-mail de um personagem fictício. Os desenvolvedores, que estavam acompanhando os passos dos jogadores, perceberam que eles haviam conseguido acessar o e-mail, mas nenhuma informação foi postada e nenhum jogador comentou a respeito desse fato. Foi como se eles tivessem pensado que haviam ido longe demais, e deram um passo para trás, achando que haviam feito algo real. (MGONIGAL, 2003)

O puppetmaster é o autor da peça, então ele detém a autoridade, porém os jogadores desejam ações de co-autoria, eles não desejam apenas serem mandados e fazer tudo o que lhes é dito que façam. O prazer que os jogadores sentem nestes desafios é o prazer de atuar dramaticamente. Para isso suas ações devem provocar transformações dramáticas também.

3.3. Jogadores

Não existe jogo sem jogador. E não existe ARG sem uma comunidade de jogadores.

A grande maioria dos ARGs dependem de uma quantidade mínima de jogadores para que o jogo possa acontecer, ou uma quantidade de jogadores com conhecimentos específicos para desempenhar papéis diversos durante o jogo.

Nos ARGs quem estabelece a relação com o jogo em último caso é o jogador. Ele pode ser desde o jogador mais ocasional até o mais engajado. Pode até manter um engajamento superficial que torna o mesmo ARG que é jogado por outros jogadores, apenas uma narrativa.

3.3.1. Ferramentas e comunidades

Como os ARGs muitas vezes dependem de conhecimentos diversos jogadores e jogadores em diversas localidades para que aconteçam.

Para se organizar e jogar, os jogadores dependem de ferramentas disponíveis na internet. Muitos sites tem foco nos ARGs, mas pode-se dizer que dois deles se destacam: *Unfiction* (www.unfiction.com) e *ARGN* (www.argn.com).

ARGN serve como um portal de notícias sobre os ARGs, informando os jogadores sobre novos jogos, eventos sobre o gênero e entrevistas com desenvolvedores.

Unfiction é um fórum dedicado ao gênero. Muitos dos usuários que postam são entusiastas que participaram de uma série de jogos, e por isso, normalmente se organizam e criam recursos logo que novos jogos são descobertos.

Muitos jogos que não possuem comunidades específicas adotam o *Unfiction* como comunidade.

Os fóruns de uma forma geral são muito utilizados pelas comunidades para centralizar todas as descobertas e recursos necessários para os jogadores. Sua estrutura em tópicos auxilia na busca de conteúdos específicos. Algumas vezes os fóruns são criados para se tornar o ponto de encontro e central de conteúdo do jogo, como o caso da comunidade *Cloudmaker*, criada para *The Beast*. Outras vezes são utilizados fóruns já existentes, como o *Echoing The Sound*, fórum dedicado a banda Nine Inch Nails, que foi utilizado também para jogar *Year Zero*.

Quando os jogadores necessitam de formas mais rápidas de comunicação do que os fóruns, normalmente os chats são usados. Neles os jogadores interagem em tempo real e sabem quem está participando realmente da discussão.

Assim como os fóruns são utilizados, de forma geral na jogabilidade, os wikis são a “memória” dos ARGs.

Os ARGs, em sua maioria, são jogáveis apenas uma vez. Após o fim do jogo muitos conteúdos, sejam online ou no mundo real deixam de existir. Para manter pelo menos em parte uma memória do que foi o jogo e organizar sua narrativa são utilizados os wikis.

O fato dos wikis serem editores de texto colaborativos auxiliam no fato de que muitos usuários podem editar partes específicas destes documentos. Então cada jogador que tem mais informação sobre cada fragmento da narrativa do jogo pode contribuir com sua parte, gerando uma memória coletiva do jogo.

3.3.2. Jogando em comunidade

Os jogadores gostam de jogar ARGs pois são experiências únicas, de alguma forma, para cada jogador. O fato dos ARGs misturarem ficção com a realidade cria um universo fantástico ao alcance dos jogadores.

Normalmente não é um mundo que eles acreditam que seja real, mas sim um mundo que eles fingem ser real enquanto estão atuando e/ou jogando.

Então muitos jogadores em comunidade jogam “dentro das regras”. O caso do jogador de *The Beast*, que descobriu diversos websites de forma não planejada pelos desenvolvedores foi visto pela comunidade como uma ruptura ao universo do jogo. Algo que evidenciava a estrutura do jogo. A comunidade preferiu ignorar a descoberta desses website e seguir jogando para descobrir estas mesmas informações da forma com a qual os desenvolvedores imaginaram como parte da sequência do jogo.

(MCGONIGAL, 2003)

Em outra ocasião em *The Beast*, em um evento ao vivo, um jogador seguiu um personagem do jogo após o evento. Ao que este personagem percebeu, declarou que era apenas um ator e pediu para o jogador não o seguir mais. Este evento nunca foi publicado na comunidade. O jogador no caso, não fez nada de errado, os desenvolvedores que não previram este tipo de situação. Como não era claro, quando este evento ao vivo terminava, o jogador não poderia saber quando o ator na verdade

teria deixado de atuar como personagem. Não que este jogador realmente acreditasse que o ator era o personagem na realidade.

Os jogadores, como mostrado nestes exemplos, preferem que o jogo continue com suas características e que, ao menos dentro do universo do jogo, não seja contraditório.

3.3.3. Níveis de engajamento

Como mencionado anteriormente, os jogadores de ARGs podem adotar condutas diversas em relação ao jogo e também decidir seu nível de engajamento.

Brooke Thompson (IGDA, 2006, p.45) divide os jogadores em quatro níveis de engajamento: devotados, ativos, casuais e curiosos.

Devotados

Segundo Thompson este grupo de jogadores é o menor em quantidade mas é o mais dedicado. Eles possuem a necessidade de expressar suas opiniões, descobertas e teorias. Por isso eles tem sempre uma posição ativa nas comunidades, seja criando recursos para outros jogadores, seja encorajando a discussão. Eles tendem a liderar as atividades de jogo, descobrindo e divulgando novas informações e especulando em detalhes o que pode acontecer no jogo.

Eles participam, sempre que possível, de todas as fases do jogo, em eventos online ou ao vivo no mundo real. Essa categoria de jogadores podem assustar desenvolvedores despreparados.

Ativos

Os jogadores ativos são dedicados ao jogo e desfrutam de sua experiência e dos contatos com o universo do jogo, porém eles fazem em seu próprio ritmo. Eles muitas vezes são dedicados a apenas um aspecto do jogo, como a narrativa, os quebra cabeças, a interação com a comunidade e etc. Costuma participar de eventos online e ao vivo dependendo de seus interesses. Esse tipo de jogador já forma uma porcentagem muito maior da comunidade do que os jogadores devotados.

Casuais

Esta categoria de jogadores explora os websites e os recursos criados por outros jogadores, porém não são adeptos dos contatos com o jogo. Eles lêem sobre os jogos nos fóruns, mas não contribuem com teorias ou informações. Eles querem saber sobre os jogos e até resolver algum quebra cabeça, mas não têm tempo ou desejo de se engajar mais profundamente com o jogo. Estes jogadores formam a maior porcentagem dentro das comunidades de jogo. Infelizmente alguns jogos não fornecem oportunidades para estes jogadores, forçando-os a jogar através de guias criados por outros jogadores.

Curiosos

Os curiosos são a maioria em todos os jogos. Apesar de muitos jogadores começarem neste estágio, muitos deles não vão participar mais ativamente e nem tem a intenção disso. Eles ficam sabendo dos jogos de alguma forma estão curiosos para saber mais, podendo muitas vezes visitar as comunidades enquanto o jogo está em andamento para saber o que está acontecendo, mas os detalhes da história, a atividade de jogo, conflitos e contatos já terão acontecido. Por isso, para estes jogadores, os ARGs se torna muito mais uma história que um jogo.

3.3.4. Papéis dos jogadores

Além dos níveis de engajamento, os jogadores diferenciam-se entre si de outra forma. Cada jogador tem interesses e competências específicas e isso se espelha no atividade de jogo.

Alguns jogadores ficam intrigados com a possibilidade de interagir com personagens de um mundo ficcional. Eles se divertem enviando e-mails, fazendo chamadas telefônicas e participando de eventos ao vivo. Para esse tipo de jogador, qualquer parte do jogo em que ele tenha que se expressar, ou mesmo atuar se torna altamente motivante.

Outros jogadores são motivados pela interação com a comunidade. Eles tomam parte em discussões e criam tópicos em fóruns, sempre tentando trazer novos jogadores para o jogo.

Existem os jogadores especialistas em conteúdo, que costumam organizá-lo em forma de guias, criando wikis ou páginas dedicadas aos jogos. Esses jogadores são vitais para atrair outros em um momento em que o jogo já começou, ou mesmo para jogadores casuais.

Os especialistas na história tentam adivinhar o que acontecerá. Eles gostam de publicar e discutir suas teorias nos fóruns e outros lugares que tenha contato com a comunidade.

Assim como os especialistas na história, existem os especialistas em quebra cabeças, que são mais motivados pelos desafios apresentados pelo jogo de forma mais direta. Muitos destes jogadores vão acompanhar a história do jogo apenas o suficiente para que seja possível investirem nos quebra cabeças.

Existem os jogadores motivados por fazer a história se transformar de alguma forma com suas ações. Eles gostam do poder da agência. Muitos para isso vão utilizar meios que podem não ter sido previstos pelos desenvolvedores.

Ainda há os jogadores que querem participar do universo do jogo, não transformando, mas adicionando elementos a este universo. Esses jogadores gostam de criar conteúdos diversos e muitas vezes tentam fazer com que esse conteúdo seja confundido com conteúdo oficial do jogo. Outras vezes eles criam estes conteúdos declaradamente como fãs.

Estas preferências normalmente não são excludentes, e jogadores com altos níveis de engajamento, podem na verdade acumular muitas destas características, além de outras não descritas aqui.

3.4. História e Experiência

Os ARGs possuem características que os tornam experiências únicas. Será explorado aqui, algumas destas características, que apesar de poderem não ser exclusivas dos ARGs, são utilizadas neles de forma característica.

3.4.1. TINAG

Existe na comunidade dos ARGs uma polêmica sobre a utilização e a importância do que é conhecido como *This Is Not A Game* ou apenas TINAG como preceito para a produção de ARGs.

Basicamente este conceito pode ser entendido como a forma em que os ARGs são projetados e apresentados, para que não sejam percebidos como jogos.

Como mencionado, autores como Dave Szulborski acreditam que o princípio do TINAG é essencial para os ARGs. Szulborski (2005, p.1) afirma que este é o principal objetivo dos ARGs tanto para os jogadores quanto para os desenvolvedores.

Já Andrea Philips e Adam Martin (IGDA, 2006 p.56) afirmam que os ARGs de uma forma geral têm aderido menos ao TINAG e isto tem provocado pouco ou nenhum efeito negativo para os jogos em si.

Vicente Mastrocola (informação pessoal)²², roteirista do ARG *Vivo em Ação 2*, acredita que o público entende melhor os ARGs quando estes se mostram claramente como obras de ficção, ignorando o TINAG.

Já Luiz Adolfo de Andrade (informação pessoal)²³, é pesquisador e desenvolvedor de ARGs, doutorando da UFB em Ciberultura, acredita que o TINAG é essencial ao ARGs, ele funciona como um contrato do jogo, e apenas com o uso desta retórica a experiência do ARG é legitimada como tal.

Respondendo a um questionário²⁴ postado no fórum Unfiction, um usuário descreve sua visão sobre o que seria o TINAG. Segundo ele “TINAG é o mantra para as personagens na história (eles não sabem que são ficcionais – para eles a vida que estão vivendo é real)”

Apesar de a princípio parecer uma interpretação absurda, essa é a relação que normalmente se espera de qualquer personagem de ficção. Com certas exceções às obras que utilizam metalinguagem em seu discurso, personagens de ficção não ficam lembrando ao espectador de que eles não são reais a todo momento.

O que se espera é que eles ajam de acordo com o universo ficcional ao qual estão inseridos, que reajam ao seu contexto. Este fato independe da mídia, podendo ser um personagem ficcional no cinema, histórias em quadrinhos ou mesmo nos ARGs.

²² MASTROCOLA, Vicente Martin. *ARGs*. Mensagem recebida por < vincevader@gmail.com > em 12 jul. 2009.

²³ ANDRADE, Luiz Adolfo de. *Questionário*. Mensagem recebida por < luizadolfoandrade@gmail.com > em 22 jul. 2009.

²⁴ O questionário se localiza no APENDICE B deste projeto

O que se pode observar, e aqui coloco um ponto de vista pessoal, é que os ARGs alcançam estes objetivos de duas maneiras:

- a primeira é iludindo o jogador, fazendo com que o conteúdo do jogo se passe por fatos reais;
- a segunda forma é colocando o jogador em situações limites onde ele não sabe mais até onde vai o jogo.

No primeiro caso, a maioria dos jogadores sabem que o conteúdo dos jogos não é real, porém alguns jogos envolvem pessoas que não tem relação com o jogo, como no caso do jogo *Zona Incerta*.

Na segunda forma pode-se retornar ao exemplo de *The Beast*, onde os jogadores invadiram a conta de e-mail de um personagem do jogo, mas retrocederam imaginando que aquele e-mail talvez não pertencesse de verdade ao personagem do jogo.

Então o que há de tão contraditório na questão da utilização ou não dos princípios do TINAG para o desenvolvimento de um ARG?

Assim como o que pude descrever é minha visão sobre o que é o TINAG, o que se observou é que cada pessoa possui sua interpretação do que é o TINAG e qual é sua importância para os ARGs.

Normalmente estas interpretações envolvem uma visão idealizada sobre os ARGs, como foi observado em alguns comentários de usuários ao questionário postado na comunidade brasileira dedicada aos ARGs no Orkut e no fórum do site Unfiction.

Ou seja, os jogadores projetam a forma como eles acham que deveriam ser os jogos. Principalmente jogadores que já tiveram experiência em mais de um jogo do gênero, acabam mostrando suas preferências por certas características em detrimento de outras.

A tendência de menor adesão aos princípios do TINAG podem ser observadas em jogos mais recentes, principalmente nos jogos da categoria promocional.

Os jogos independentes de uma forma geral, pelo que se pode observar, continuam seguindo esta retórica como um de seus elementos principais.

É cedo para dizer se a utilização do TINAG ou a falta dela podem trazer prejuízos à experiência dos ARGs ou então fazer com que eles fiquem mais acessíveis a um público geral. Mas esta é uma questão que se mostrou polêmica na comunidade dos ARGs, principalmente entre seus jogadores, que em grande parte acreditam ser uma característica essencial aos jogos. Porém, como a definição do que é o TINAG acaba

sendo diferente para cada pessoa, esta questão de uma forma geral acaba gerando mais confusão do que esclarecimento.

De uma forma geral é interessante manter o foco em como os ARGs continuam sendo produzidos e percebidos pelos seus jogadores, para que se possa ter respostas mais concretas a esta questão.

3.4.2. Autoria interativa

A autoria interativa é uma característica única do ARG se levamos em conta experiências mediadas. Os desenvolvedores têm a oportunidade de criar histórias e acompanhar os jogadores em todo o processo da atividade de jogo. Isso possibilita de conteúdos não definitivos, que reagirão à forma com que os jogadores interagem com o jogo para se completarem.

Szulborski (2005, p. 60) defini autoria interativa da seguinte forma “Os criadores de ARGs são capazes de observar os jogadores virtualmente em tempo real, enquanto eles jogam, e reagem ao que os jogadores fazem ou sentem imediatamente se necessário.”

Esta característica permite aos criadores verem quais elemento da história ou do jogo não estão “funcionando” como esperado e tentar estabelecer mudanças para que o jogo volte a ser como esperado.

Estas situações ocorreram em *The Beast*, como afirmam Salen e Zimmerman “[...] o design de novos quebra cabeças pelos autores do jogo era baseados na performance prévia dos jogadores. Por exemplo, se um quebra cabeça se torna muito difícil para os jogadores, os autores são obrigados a encontrar uma alternativa para prosseguir com a história”. (SALEN, 2004, p. 557)

Salen e Zimmerman (2004, p. 557) ainda descrevem que “[...] a forma mais fácil controlarem o ritmo em que a história é descoberta, é entrando de forma disfarçada nas comunidades de fãs do jogo e postando a solução para os quebra cabeças que os autores vêem que os jogadores estão tendo maiores problemas”.

Desta forma a interação acontece nas duas vias. Tanto os jogadores influenciam o jogo com suas ações, como os desenvolvedores influenciam na atividade de jogo quando algo acontece fora do esperado.

Um fato também ocorrido em *The Beast* ilustra bem essa capacidade de autoria interativa, e também o poder das ações dos jogadores.

Em certa fase do jogo, um jogador descobriu uma imagem de um personagem importante do jogo, que na ficção era um ser humano, em um outro website do jogo que a apresentava em um catálogo de robôs.

Quando esta informação foi postada na comunidade, os jogadores começaram a se perguntar qual o sentido daquilo, e se iniciaram algumas teorias do porque uma personagem humana poderia ser ao mesmo tempo um robô.

Este fato na verdade não era planejado pelos desenvolvedores. Como existiam muitas equipes produzindo os conteúdos de *The Beast* separadamente, por coincidência uma equipe escolheu uma foto de uma pessoa em um banco de imagem para o catalogo de robôs que já estava sendo utilizada para representar a personagem humana do jogo.

Os desenvolvedores que estavam observando atentamente todas as atividades do jogo, tiveram que escrever um novo arco da história de *The Beast* que explicava como robôs estava sendo produzidos para servirem de substitutos para os seres humanos.

Esses fatos mostram a relação única que se estabelece entre jogadores e criadores dos ARGs e como a atividade de ambos se alterna.

4. Pré-ARGs

Os ARGs possuem características que pode-se dizer que foram herdadas de outras mídias e outras experiências.

Os ARGs não foram os primeiros a esconder seus reais criadores. Em 1837 Edgar Allan Poe publica seu livro *A narrativa de Arthur Gordon Pym de Nantucket*, mas sem seu nome como autor no frontispício. No livro havia um prefácio assinado por “A. G. Pym” que apresentava as aventuras como fatos reais vividos por ele próprio. (ECO, 1994 p.24)

Outras experiências também já iludiram seu público, e provocaram reações diversas. Em 1938, Orson Welles produziu uma transmissão radiofônica intitulada *A Guerra dos Mundos*, adaptação da obra homônima de H. G. Wells e que ficou famosa mundialmente por provocar pânico nos ouvintes, que imaginavam estar enfrentando uma invasão de extraterrestres.

Outros jogos de aventura possuem estrutura similar aos ARGs onde existe um vai e vem entre o jogo e a história, como é o caso de *Myst* ou *Full Throttle*.

Uma semelhança marcante dos ARGs é com o gênero de jogo RPG. No RPG do tipo *storytelling* ou *storyteller*²⁵ existe a figura do mestre do jogo que cria histórias onde os jogadores, através de suas ações prosseguem no jogo, onde por sua vez o mestre reage às ações dos jogadores. A história então é contada e criada em comunhão entre jogadores e o mestre do jogo.

Existem regras para nortear certas ações como batalhas, porém muito do que é decidido no jogo passa apenas pela interpretação do mestre do jogo. Neste sentido os mestres dos jogos de RPG *Storytelling* devem criar uma estrutura para a história, e ela não deve ser muito fechada para que os jogadores também possam agir livremente, assim podendo transformar a história de forma dramática.

Certas semelhanças podem ser observadas entre os mestres do jogo dos RPGs e os puppetmasters dos ARGs no princípio já descrito como autoria interativa, mas o que difere os dois casos é a dinâmica com a qual esta autoria é feita. Nos RPGs os jogadores estão no mesmo lugar físico que o mestre, não são mediados por nenhuma interface e possuem um número limitado de jogadores.

²⁵ Contando histórias ou contador de histórias

A mediação e o fato de ter que produzir conteúdo para o jogo ao invés apenas de narrar uma história, torna o processo de autoria do ARG mais lento e não tão imediato.

Existem exceções às características dos RPGs, como no caso dos LARPs, que são RPGs onde os jogadores devem, não apenas declarar suas ações, mas atuar de acordo com seus personagens. Nestes casos nem sempre o mestre do jogo está presente nas ações dos jogadores, mas ainda sim são notadas certas diferenças, principalmente o fato dos jogadores de RPG, ao menos em certos momentos do jogo, manterem contato direto com o mestre do jogo. Fato que não ocorre nos ARGs, entre os puppetmasters e os jogadores, sendo que os jogadores nem sabem quem são os puppetmasters.

Alguns casos observados possuem certas semelhanças com os ARGs por se revelarem como uma caça ao tesouro. É o caso do livro *Masquerade*, escrito e ilustrado por Kit Williams e originalmente publicado em 1979. Em um primeiro momento a obra se mostra apenas como um simples livro infantil sobre a lua que se apaixona pelo sol, mas as ilustrações do livro continham pistas que levavam a uma caça ao tesouro no mundo real que levava a um colar de ouro. No ano de 2002, o mágico David Blane utilizou a mesma idéia em seu livro *Mysterious Stranger*, que continha pistas para encontrar um tesouro de cem mil dólares.

Ficções em hipertexto também apresentaram a idéia da fragmentação da narrativa, onde o leitor deve reorganizar a narrativa. Um caso muito citado é o de *Afternoon. A Story* de Michael Joyce, datado de 1987. Porém esta idéia de se ler uma história em fragmentos em diversas ordenações possíveis não é exclusiva dos meios eletrônicos. O livro *O jogo de Amarelinha*, de Julio Cortazar, data de 1963 e mesmo sendo um livro impresso já possui este conceito de apresentar fragmentos de uma narrativa que possibilita ao leitor uma quantidade diversa de leituras possíveis.

Outro caso muito citado em relação aos ARGs é a campanha de marketing do filme *A Bruxa de Blair*. Em 1999, a campanha do filme mostrava de forma documental, trechos da narrativa em diversas mídias, como vídeos e websites. O conteúdo da campanha iludiu diversas pessoas que acreditaram que os eventos ocorridos no filme *A Bruxa de Blair*, tivessem de fato ocorrido.

Mas antes de *A Bruxa de Blair* ou do surgimento do considerado primeiro ARG, *The Beast*, um caso merece destaque por mostrar muitas características similares.

Ocorridos em 1994, os eventos conhecidos como *Publius Enigma*, se iniciaram na comunidade da banda Pink Floyd. A banda estava fazendo shows promovendo seu mais recente álbum *Division Bell*, e as mensagens deixadas na comunidade por um

usuário que se identificava apenas como *Publius* desafiava os fãs a resolver os mistérios apresentados em suas mensagens e também no encarte do álbum.

Os usuários da comunidade reagiram de forma diversa, alguns descreditando essas mensagens e outros que ficaram realmente intrigados.

Em 16 de julho de 1994, *Publius* postou uma mensagem para que todos que duvidavam dele. A mensagem era para que os usuários da comunidade olhassem para um sinal de sua existência em dois dias em East Rutherford, New Jersey.

Esta era a data de um dos shows da banda, e no horário exato que *Publius* havia postado, as luzes do show formaram as palavras “Enigma *Publius*”.

A partir de então, mesmo os antes descrentes começaram a procurar pistas no conteúdo do álbum e na arte do encarte, mas a busca segue infrutífera até os dias de hoje. (SZULBORSKI, 2005 p. 89)

O último post de *Publius* foi feito em 1997, mas sua veracidade e implicações ainda são discutidas.

Publius Enigma é considerado por alguns como o primeiro ARG, e ele pode ser visto mesmo como um caso limítrofe de ARG, por não contar com um elemento muito importante para os ARGs que é a história. *Publius* era um personagem que plantava pistas em uma comunidade restrita, mas mesmo que se considere o álbum *Division Bell* como parte de uma história geral desse ARG, ele não possui elementos suficientes para se caracterizar como uma narrativa.

Estes casos mostram que muitas das particularidades dos ARGs não são exclusivas do gênero. Mas os ARGs utilizaram de forma única a mistura desses elementos para se criar um jogo e contar uma história.

5. Questões psicológicas

Em pesquisa feita com as comunidades de fãs da banda Nine Inch Nails sobre o ARG *Year Zero* mostrou que por volta de 50% dos entrevistados enxergaram conteúdos que não faziam parte do jogo, como conteúdos do jogo.²⁶

De acordo com Jane McGonigal jogadores expostos aos efeitos imersivos dos ARGs tendem a continuar vendo jogos onde eles não existem. McGonigal (2003) ainda mostra o depoimento de Andrea Phillips, participante da Comunidade Cloudmakers, que jogava *The Beast*:

Você encontra-se no final do jogo, acordando de um longo sono. Seu casamento ou relacionamento pode estar arruinado. Seu trabalho pode estar à beira do buraco, ou totalmente perdido. Você pode ter perdido um bolsa de estudos, ou ter ganhado muitos quilos. Você desperta lentamente para descobrir que você perdeu o início da primavera e já é final do verão... ainda agora aqui nós estamos, cada um de nós animado em desfocar as linhas entre história e realidade. O jogo promete tornar-se não apenas entretenimento, mas nossas vidas.

Esta declaração mostra como certos jogadores se engajam profundamente na experiência dos ARGs. Mesmo que a atividade de jogo faça com que eles esqueçam outros aspectos da vida pessoal, como declarado por Andrea Phillips, eles ainda desejam que esta relação do jogo com a realidade continue.

Este desejo, por parte dos jogadores, de continuar misturando ficção com a realidade e também o fato deles enxergarem padrões do jogo onde eles não existem ocasionaram certos comportamentos da comunidade de *The Beast*, observados por McGonigal.

A comunidade *Cloudmaker*, em mais de uma ocasião tentou utilizar os métodos de investigação empregados na atividade do jogo *The Beast* para tentar solucionar eventos do mundo real.

Alguns casos como assassinatos em que um serial killer deixava pistas no local do crime, reuniu diversos membros da comunidade, que se dispuseram prontamente a investigar virtualmente o caso.

Outro caso mais extremo foi quando alguns jogadores tentaram se mobilizar para “resolver” o caso do atentado terrorista de 11 de setembro nos Estados Unidos. Esta mobilização aconteceu no mesmo dia dos atentados. Certos jogadores acreditaram poder desvendar a identidade dos terroristas e de alguma forma ajudar nas investigações do

²⁶ ver APENDICE B

caso. Porém dois dias após esta movimentação, 5 membros fundadores da comunidade acharam que o assunto tinha ido longe demais. Então enviaram um comunicado oficial para a comunidade solicitando que os jogadores parassem de tentar “resolver” o caso dos atentados terroristas, dizendo ainda que os Cloudmakers eram uma “coletivo de detetives” de um jogo e nada mais.

Estes fatos mostram o poder da experiência dos ARGs e como esta experiência alcança níveis muito além dos previstos pelos desenvolvedores. Além de evidenciar o poder que estas comunidades sentem possuir e a inteligência coletiva que mobilizam.

De uma forma geral, é necessário um estudo mais aprofundado sobre os efeitos que os ARGs causam na percepção de seus jogadores. Isto é necessário para que o gênero não seja visto com suspeita, como afirma McGonigal (2003) que em suas palestras já ouviu pessoas que chamaram os ARGs de máquinas de esquizofrenia.

Os desenvolvedores também devem ter mais interesse em saber até onde saudável, do ponto de vista psicológico, misturar as ações do jogo à realidade, para que não sejam vistos como irresponsáveis ou manipuladores.

6. Questões éticas e legais

Como brevemente abordado anteriormente, as responsabilidades de se desenvolver um ARG são muito grandes. Os ARGs levantam considerações legais sem precedentes para o campo dos videogames, principalmente por sua relação direta com o mundo real.

Poucos jogos, à exceção de *Majestic*, declaram que tipo de métodos vão utilizar no jogo ou como irão se comunicar com os jogadores.

Atualmente só é possível desejar que os desenvolvedores irão tomar as devidas precauções na hora de projetar os jogos, especialmente em eventos ao vivo ou conflitos que exijam que o jogador faça algo no mundo real.

Os jogos devem ser projetados de forma a levar em consideração e prever as pessoas que não sabem da existência do jogo. Eventos como o roubo de um carro em uma concessionária, como ocorrido em *Art of Heist*, poderia se deparar com algum policial à paisana, ocasionando eventos com consequências no mínimo indesejadas. Neste momento o jogo perde suas características, pois suas consequências não são mais negociáveis.

Os desenvolvedores não devem exigir que os jogadores se envolvam em qualquer ação perigosa, ilegal ou mesmo que ajam de forma inconsciente. Apesar dos jogadores, como foi mostrado, na maior parte do tempo saberem se tratar mesmo de um jogo, eles podem se deixar levar inconscientemente a tomar atitudes outrora impensadas.

Alguns fatos já mancharam a reputação dos videogames, como o massacre de Columbine e aqui no Brasil as mortes ocorridas no cinema do Morumbi Shopping. Ambos os ocorridos foram incansavelmente relacionados a jogos do gênero tiro em primeira pessoa.

Se nestes ocorridos, os jogos foram responsabilizados como influenciadores dos crimes. Em um ARG, onde os jogadores são direcionados pelos desenvolvedores no sentido de fazer certas ações, qualquer incidente poderia responsabilizar de alguma forma os desenvolvedores.

Os ARGs são jogados em uma relação de mútua confiança entre jogadores e desenvolvedores. A partir de que esta confiança seja alcançada, os jogadores não se questionam a todo momento os objetivos das ações do jogo. E é neste momento que os desenvolvedores devem ficar mais atentos em sua relação com os jogadores. Uma vez

conquistada essa confiança, uma pessoa alheia ao jogo, pode criar conteúdos disfarçados de conteúdos do jogo, para direcionar a ação destes jogadores, fazendo-se passar pelos desenvolvedores. As características ambíguas dos conteúdos dos ARGs e a forma com que os desenvolvedores normalmente não se revelam aos jogadores durante o jogo, facilitariam estas práticas.

Então os desenvolvedores devem tomar uma dupla precaução para que os jogadores não se envolvam em ações prejudiciais à eles próprios.

A última coisa que os desenvolvedores de um ARG desejam é que um grupo de jogadores seja preso por agir da forma com que acreditavam que fosse necessário para o jogo, ou que invadam servidores de computador que não fazem parte do jogo, ou ainda removam arquivos de propriedades privadas que nada tem a ver com o jogo.

Apesar de, até hoje, não haver casos documentados mais sérios neste sentido, jogadores já se colocaram em situações de risco no jogo *I Love Bees*, pelo fato de terem que cumprir ações em lugares específicos enfrentando condições climáticas severas. Ou ainda em *Art of Heist*, onde jogadores entraram em áreas que declararam se sentir ameaçados por pessoas fora do jogo presentes no local.

Não é óbvia a responsabilidade da equipe de desenvolvimento no caso de um acidente ou algum fato descrito por parte dos jogadores, mas de forma geral, todas as situações possíveis do jogo devem ser planejadas para se evitar imprevistos.

Outra questão mais ligada ao conteúdo é a questão ética com que os desenvolvedores tratam a informação e os conteúdos que em geral fazem parte do jogo.

Especialmente em casos de ARGs nacionais, as equipes de desenvolvedores escolhem temas polêmicos para se mesclar realidade com ficção.

Em *Zona Incerta*, o caso da empresa fictícia que pretendia comprar a floresta amazônica foi parar no Senado. Já no jogo da Citröen, o *Asteróide Pallas*, o conteúdo apesar devidamente identificado como conteúdo publicitário, era disfarçado de notícia.

Muitas pessoas desavisadas leram o anúncio como notícia, gerando reações negativas. Isto ocasionou a interrupção da veiculação da campanha por parte dos portais Uol e Terra, e o que deveria ser um ARG, a partir daí se tornou apenas uma campanha promocional.

De uma forma geral, é possível dizer que as equipes criativas estão tateando para saber até onde é possível levar este gênero de jogo. Mesmo equipes experientes como a empresa 42 Entertainment seguem produzindo jogos com características diferentes dos anteriores. Em seu último jogo, *Why So Serious?* a empresa optou por deixar claro

desde o início que se tratava de um jogo. Esta atitude pode tornar os jogos mais compreensíveis para um público geral e trazer mais fãs para o gênero, fazendo com que os ARGs saiam de um nicho mais restrito de jogadores.

A preocupação por parte dos desenvolvedores com questões éticas e legais, seja em relação ao projeto do jogo ou aos seus jogadores é essencial para que o gênero ganhe credibilidade e seja visto com menos suspeita.

É possível dizer que as transgressões e quebras de paradigmas são características dos ARGs como jogo, e parte da diversão de se jogar está na vivência, por parte dos jogadores, de situações limítrofes que interseccionam o jogo com a realidade.

Estas características são parte do que torna os ARGs experiências únicas, e provavelmente elas nunca deixem de existir em sua totalidade. Mas no intuito de expandir a comunidade de jogadores e tornar o ARG uma alternativa mais habitual de entretenimento, tornar suas características menos ambíguas, polêmicas e mais acessíveis é um primeiro passo neste sentido.

7. Estudo de Caso: Year Zero

Year Zero se iniciou em quando os fãs da banda perceberam que na camiseta oficial da turnê haviam letras destacadas que juntas formavam as palavras "I AM TRYING TO BELIEVE".

ilustração 13: camiseta da turnê do Nine Inch Nails

Assumindo que este fato não era coincidência, e buscando pelas palavras na internet era possível encontrar o website *www.iamtryingtobelieve.com*.

A partir deste website muitos outros foram descobertos, além de conteúdos diversos encontrados pelos jogadores, como *pen drives* com vídeos misteriosos e músicas do ainda inéditas do álbum *Year Zero* da banda Nine Inch Nails, que no início do jogo ainda não havia sido lançado.

Year Zero contou com a utilização de diversas mídias como websites, e-mail, arte de rua, ligações telefônicas, pôsteres e flyers, eventos ao vivo, entre outros.

A história de *Year Zero* era uma visão distópica de um futuro próximo. Em um mundo similar ao descrito por George Orwell em *1984*, a polícia, o governo e a igreja formam um Estado autoritário e anti democrático e a sociedade não possui mais seus direitos garantidos e deve reagir.

Essa reação no jogo, fez parte de um movimento chamado *Art is Resistance* que convidava os jogadores a produzir conteúdo com temas do jogo e se expressar.

Year Zero pode ser visto de forma geral como um ARG promocional, já que de alguma forma foi utilizado para promover a banda Nine Inch Nails e seu álbum *Year Zero*.

O álbum era completamente integrado a narrativa e ao jogo *Year Zero*, sendo que suas canções são temáticas deste universo descrito pelo jogo e o encarte do álbum continha pistas vitais para a solução de quebra cabeças e a descoberta de novos conteúdos.

O ARG foi produzido pela empresa 42 Entertainment em parceria com Trent Reznor, líder da banda Nine Inch Nails, e terminou em um evento ao vivo onde os jogadores receberam aparelhos celulares e através deles receberam informações que levavam até este evento.

O evento contou com uma apresentação exclusiva da banda para os jogadores e terminou de forma inesperada com a polícia fictícia do jogo invadindo o local e obrigando todos os jogadores que saíssem.

A partir desta apresentação sucinta do que foi a experiência de *Year Zero* se apresentara os questionários feitos com as comunidades e uma análise dos resultados.

Questionário 1

Esta enquete foi postada na comunidade brasileira da banda Nine Inch Nails no site de relacionamento Orkut no ano de 2007, enquanto o ARG *Year Zero* se desenvolvia. A enquete é uma ferramenta fornecida pelo Orkut para criar questionários dentro de comunidades. Nela é possível criar uma pergunta e diversas respostas possíveis, ainda escolhendo se o usuário poderá escolher apenas uma ou múltiplas respostas.

Este método de votação por múltipla escolha apenas mostra o número total de votos que cada opção de resposta obteve e não o número total de pessoas que votaram. Só é possível visualizar a resposta de uma pessoa se a mesma deseja tornar sua resposta pública ou escreve algum comentário.

O que você acha que é a divulgação de *Year Zero*?

- a) uma campanha de marketing viral.
- b) um novo gênero de game.
- c) uma manifestação política.

e) um enredo de ficção científica colaborativo.

Até por acreditar, na época desta pesquisa, que *Year Zero* mesclava um pouco de cada uma das características descritas nas alternativas, optou-se por não utilizar questionário de múltipla escolha com resposta única.

O total de 542 votos mostrou um resultado equilibrado entre três das quatro alternativas, sendo o total de votos por alternativa e respectiva porcentagem:

- a) uma campanha de marketing viral. **143 votos (26%)**
- b) um novo gênero de game. **97 votos (17%)**
- c) uma manifestação política. **157 votos (28%)**
- e) um enredo de ficção científica colaborativo. **145 votos (26%)**

Com um resultado total equilibrado, a opção C (uma manifestação política) foi a que mais obteve votos, com 12 votos a mais que a segunda opção mais votada.

Dos comentários escritos pelos usuários que responderam a questão, apenas um deles citou o termo ARG, mostrando certo desconhecimento deste gênero de jogo dentro da comunidade, na época em que foi feita a pesquisa.

Apesar das alternativas não serem excludentes, a comunidade entendeu que *Year Zero* era muito mais uma manifestação política do que um jogo.

Entende-se este fato pela história de *Year Zero* tratar de forma clara de temas como política, e indiretamente do governo americano vigente na época do jogo, que era o do presidente George W. Bush. Temas como guerra e religião também faziam parte da narrativa.

O líder da banda Nine Inch Nails, Trent Reznor, chegou a declarar em algumas entrevistas sobre *Year Zero*, que o projeto não se tratava de uma campanha de marketing, mas sim de uma nova forma de arte e expressão.

Este fato pode até ser verdadeiro, mas isso não exclui a relação de todo o projeto *Year Zero*, como forma de divulgação do álbum de mesmo nome. O álbum inclusive possuía conteúdos que eram vitais para o desenvolvimento do jogo em seu encarte.

Talvez baseados nos comentários e entrevistas que Trent Reznor, líder da banda Nine Inch Nails fez sobre o ARG *Year Zero* as pessoas da comunidade não enxergaram

Year Zero como um jogo. Outra questão se encontra na dificuldade de se compreender os ARGs como jogos, quando a pessoa nunca teve contato com um jogo do gênero.

Questionário 2

Este questionário foi postado no fórum da comunidade ETS (Echoing the Soud) dedicada a banda Nine Inch Nails e maior responsável resolução dos quebra cabeças, desenvolvimento e discussão do conteúdo do ARG *Year Zero*. O questionário também foi postado na comunidade brasileira da banda Nine Inch Nails no Orkut, para ser possível uma comparação entre as duas comunidades, sendo mais e outra menos engajada no jogo.

O objetivo que se pretendia alcançar era saber a relação da comunidade de fãs da banda Nine Inch Nails com o jogo *Year Zero* e com os ARGs em geral.

Em ambas as comunidades, as perguntas do questionário foram inseridas na própria mensagem deixada, e também foi inserido um link para o questionário gerado pelo *Google Form*.

- 1) Você jogou o ARG Year Zero?
- 2) Você jogou algum outro ARG antes de Year Zero?
- 3) Você jogou algum outro ARG depois de Year Zero?
- 4) Você jogaria algum outro ARG que não tivesse relação com o Nine Inch Nails ou outro assunto de seu interesse?
- 5) O que te motivou a jogar Year Zero? (múltipla escolha)
 - a) a relação com o Nine Inch Nails
 - b) a probabilidade de ganhar algo com isso
 - c) a história de Year Zero
 - d) a diversão
 - e) o fato de ser um ARG
 - f) o contexto político
- 6) Em algum momento você acreditou que a história de Year Zero era real?
- 7) Você enxergou elementos de Year Zero onde eles não existiam?
- 8) Você acredita que Year Zero ajudou os jogadores a criar uma maior consciência política ou ambiental?

- 9) Você acredita que os jogadores influenciaram no desenvolvimento da narrativa de Year Zero?
- 10) O ARG Year Zero te influenciou na decisão de adquirir ou não o álbum Year Zero da banda Nine Inch Nails?
- 11) Você pagaria para jogar um ARG?

Em ambas as comunidades, as perguntas do questionário foram inseridas na própria mensagem deixada, e também foi inserido um link para o questionário gerado pelo *Google Form*.

De uma forma geral, os resultados do questionário nas duas comunidades foi muito similar, mostrando que mesmo que a comunidade brasileira tenha tido menos contato com o jogo, eles possuem uma percepção similar do que foi a experiência de Year Zero. Foram 98 questionários respondidos pela comunidade ETS e 31 pela comunidade do Orkut.

A partir deste ponto serão expostas as perguntas e uma análise dos resultados²⁷.

1) *Você jogou o ARG Year Zero?*

Como nenhuma das duas comunidades era dedicada exclusivamente ao jogo essa pergunta se fazia necessária. No geral, a maioria das pessoas que responderam ao questionário haviam jogado o jogo, porém este número é substancialmente maior em porcentagem (90%) na comunidade ETS.

2) *Você jogou algum outro ARG antes de Year Zero?*

A grande maioria das pessoas que responderam não haviam jogado ARGs antes de Year Zero, fato que demonstra como os ARGs possuem maior penetração em nichos, ou seja, os jogadores ficaram sabendo do jogo e se interessaram em jogar, provavelmente, por que fazia parte de um assunto de interesse deles.

3) *Você jogou algum outro ARG depois de Year Zero?*

Esta pergunta tinha o intuito de saber se a experiência de *Year Zero* tinha despertado o interesse dos jogadores no gênero ARG de uma forma geral, a ponto de fazer com que eles procurassem novos jogos.

²⁷ Os resultados detalhados em números e porcentagem estão expostos no APÊNDICE B

Na comunidade do Orkut as respostas à pergunta 1 e 3 foram idênticas, mostrando que nenhuma pessoa após *Year Zero* se dedicou a outro jogo.

Já na comunidade ETS o resultado foi diferente. 5 pessoas haviam jogado ARGs antes de *Year Zero*, e este número subiu para 29 pessoas que jogaram jogos após *Year Zero*.

4) *Você jogaria algum outro ARG que não tivesse relação com o Nine Inch Nails ou outro assunto de seu interesse?*

Pessoalmente eu acreditava que os jogadores não se interessariam por ARGs que não tivessem alguma relação com assuntos de interesse pessoal e para confirmar ou negar esta suspeita que esta pergunta foi feita.

Porém pouco mais da metade dos entrevistados afirmaram que jogariam ARGs que não tivessem relação com assuntos de interesse.

5) *O que te motivou a jogar Year Zero?*

Esta pergunta poderia ser assinalada com múltiplas respostas, pois como foi mostrado no capítulo dedicado aos jogadores, cada um desempenha um papel na comunidade e no jogo, muitas vezes se interessando por partes específicas da atividade de jogo.

A grande maioria assinalou que a motivação para jogar *Year Zero* foi o fato de sua relação com a banda Nine Inch Nails. Em ambas comunidades a história e a diversão vieram em segundo e terceiro lugar.

O que se notou foi uma maior quantidade de pessoas, na comunidade ETS, que foi motivada pelo fato de poder ganhar algo com o jogo, esperando que houvesse algum tipo de premiação. De fato no final do ARG os jogadores foram premiados com um show gratuito e exclusivo da banda.

6) *Em algum momento você acreditou que a história de Year Zero era real?*

A grande maioria de ambas comunidades não acreditou que a história de *Year Zero* era real em nenhum momento. Isto de certa forma confirma o fato de que os jogadores sabem que estão jogando, e quem muitas vezes é iludido, são pessoas que entram em contato com os jogos sem querer de forma acidental. Como estes não possuem avisos a todo momento de que se tratam de obras ficcionais, muitas vezes acabam iludindo as pessoas.

7) *Você enxergou elementos de Year Zero onde eles não existiam?*

Em ambas comunidades, metade das pessoas afirmaram ter confundido em algum momento conteúdos do ARG com o mundo real. Isso confirma o fato de que certos jogadores realmente enxergam padrões de ARGs onde eles não existem.

8) *Você acredita que Year Zero ajudou os jogadores a criar uma maior consciência política ou ambiental?*

Também foi obtido resultado quase idêntico em ambas comunidades. Os entrevistados acreditam que o ARG ajudou os jogadores a criar uma maior consciência nos assuntos que faziam parte da narrativa do jogo.

9) *Você acredita que os jogadores influenciaram no desenvolvimento da narrativa de Year Zero?*

A maioria dos entrevistados acreditam que os jogadores desempenharam papel importante no direcionamento e transformação da história através de suas ações.

10) *O ARG Year Zero te influenciou na decisão de adquirir ou não o álbum Year Zero da banda Nine Inch Nails?*

Esta pergunta gerou um resultado curioso. A minoria das pessoas se disseram influenciadas pelo jogo a adquirir o álbum *Year Zero*. Talvez pelo fato de não considerarem o ARG como uma campanha de marketing ou mesmo pelo fato dessas comunidades serem formadas por fãs da banda, que de uma maneira geral já iriam adquirir o álbum.

11) *Você pagaria para jogar um ARG?*

Apesar de ser uma minoria ainda existem, como mostram o resultado, pessoas que estariam dispostas a pagar para jogar ARGs. A indústria do videogame já movimenta mais dinheiro do que a do cinema ou da música. As pessoas gastam muito dinheiro com videogames, e pessoalmente, se acredita no potencial de ARGs como jogos comerciais, apesar de todos os fracassos já citados. Para isso é necessário uma maior evolução, divulgação e estabelecimento de características para o gênero.

8. Conclusões

Os ARGs são objetos em constante transformação e isto não é novidade.

Mesmo não sendo suficiente e nem definitiva, é oportuno que, com base em todos os dados observados neste projeto, se chegue a uma definição para os ARGs que no mínimo consiga abranger todos os casos mostrados.

Para conseguir esta abrangência, a definição encontrada não deve se basear nas mídias utilizadas, nos conteúdos, contatos ou conflitos específicos de cada ARG.

Definições do tipo “uma mistura de videogame, websites, quebra cabeças, caça ao tesouro, comunidades online e marketing viral” a princípio pode conter elementos reconhecíveis para um público geral, mas a forma com que estes elementos são misturados não fica claro, acabando por confundir mais do que esclarecer qualquer pessoa que já não tenha tido contato com jogos do gênero.

O fato da maioria dos ARGs, ou ao menos os mais conhecidos do público geral, serem utilizados como campanha de marketing também deve ser utilizado em segunda instância. Apesar deles terem “nascido” neste mercado, eles são jogos em si. Assim como filmes e músicas são utilizados como campanha de marketing, um jogo também pode ser usado para estes fins, não alterando suas características primárias de serem jogos, filmes e música em essência.

O fato do grande crescimento dos ARGs independentes também acaba por tornar esta característica de campanha de marketing não universal aos ARGs.

Como observado em todo projeto, chega-se então a definição de que *os ARGs são jogos baseados em comunicação e interpretação, jogados em comunidade virtuais, que apresentam uma narrativa ficcional fragmentada em diversas mídias, adicionando assim uma camada ficcional quase imperceptível à realidade conhecida.*

ARGs são baseados em *comunicação* pois quase toda sua jogabilidade depende disso, seja a comunicação de jogadores com as comunidades, ou a comunicação dos jogadores com personagens do jogo através das diversas mídias através das quais estabelecem os contatos.

Eles são baseados em *interpretação*, porque são baseados em grande parte narrativa, ou seja, em representação. Os jogadores dispõem de informações diversas para interpretar e assim poder tomar decisões de como prosseguir no jogo. As regras específicas dos ARGs não são automatizadas pelo computador. Estas características são

opostas a jogos quase totalmente baseados em regras (automatizadas) e abstração como *Tetris*.

Por *jogados em comunidade virtuais* entende-se dois fatos. Primeiramente os jogadores se divertem em interagir com a comunidade e jogar colaborativamente, juntando suas competências para um mesmo fim, fazendo que os jogadores sintam um poder de sua inteligência coletiva. (MCGONIGAL, 2003)

Ainda sim esta inteligência coletiva observada nas comunidades relacionadas aos ARGs não são específicas do gênero. Porém isto está ligado ao fato de como alguns ARGs são projetados. Muitos ARGs realmente necessitam de mais de uma pessoa para que todos os desafios sejam resolvidos, seja por questões geográficas, seja por questões de conhecimentos específicos de cada jogador.

Os ARGs *apresentam uma narrativa ficcional* e isto quer dizer que eles representam um mundo criado por autores. Isso não quer dizer que são de mentira e sim que são mundos artificiais. E com isso não estamos dizendo que o autor é única e exclusivamente o desenvolvedor do ARG, apesar de o ser na maioria dos jogos.

Talvez o fato mais conhecido e divulgado sobre os ARGs é o de que eles são *fragmentados em diversas mídias*. Já foram utilizadas diversas formas de fragmentar a narrativa ou o conteúdo do jogo e já foram descritos neste projeto algumas das principais formas. Mesmo os ARGs mais simples costumam contar no mínimo com conteúdo em websites e e-mails.

Quando se afirma que os ARGs *adicionam uma camada ficcional quase imperceptível à realidade conhecida*, se quer dizer que de alguma forma eles se mesclam e se adicionam à realidade.

Neste sentido acredita-se que a metáfora da imersão é utilizada de forma equivocada para os ARGs. Quando nos imaginando imergindo em algo, imaginamo-nos entrando em um ambiente perceptivelmente diferente do que estamos acostumados, como afirma Janet Murray, ao qual nos tornamos alerta em todos os sentidos por ser uma experiência muito diferente da habitual. Esta metáfora se encaixa muito bem aos ambientes de realidade virtual, como *CAVEs*²⁸ ou os próprios MMORPGs. Porém os jogadores não imergem desta forma nos ARGs. Uma metáfora mais correta seria a de que os ARGs emergem à realidade dos jogadores e os cercam ou o acompanham de muitas formas.

²⁸ Ambiente de caverna virtual automatizado

Desta maneira esta camada ficcional que é adicionada à realidade desfoca as linhas que separam os espaços do jogo, dos espaços fora dele; desfocam as linhas entre jogadores e não jogadores e também entre os conteúdos que fazem parte do jogo e os que não fazem.

Esta característica pode ser interpretada como similar à retórica do TINAG, mas não é exatamente a mesma coisa. Não é necessário que o jogo negue que é um jogo, como já acontece com muitos jogos descritos. Também não é necessário também que os conteúdos do jogo iludam o jogador para se alcançar este efeito. É preciso sim que seus conteúdos e contatos se misturem com o cotidiano dos jogadores. Que estes conteúdos sejam convincentes o suficiente para que os jogadores acreditem neste universo ficcional, ao menos em suas relações internas. Que o universo do jogo e a forma com que ele é apresentado sejam condizentes.

Esta credibilidade faz, como já descrito em ações do jogo *The Beast*, com que os jogadores e suas comunidades até perdoem certos deslizes dos desenvolvedores no intuito de manter a percepção de “realidade” do jogo.

No início deste projeto, mostrou-se que uma boa definição de jogos não deveria ser ampla demais, para que possa considerar tudo um jogo, e nem estreita demais.

A definição se mostra capaz de abranger jogos diversos, desde os com características mais tradicionais como *The Beast*, até os menos ortodoxos como *World Without Oil*. Ainda identificar casos limítrofes como *Jamie Kane*, que necessitam de uma comunidade virtual para serem jogados. Também identifica casos como não ARGs, como por exemplo os MMORPGs, que apesar de serem jogados em comunidade virtual e utilizarem comunicação, são baseados em regras (automatizadas pelo computador) caracterizando-se também como simulação. Além disso, os MMORPGs apresentam narrativas ficcionais, mas não são fragmentadas em diversas mídias, são centralizadas apenas no computador e não possuem uma relação direta com a realidade.

Esta definição também se mostra efetiva por abranger características do jogo, de sua relação com os jogadores e com o mundo.

Além disso, essa definição pode ser útil para que se possa medir as mudanças sofridas pelos jogos do gênero e sua percepção por parte do público, sabendo que ela foi estabelecida tendo em vista casos atuais ao projeto.

É difícil vislumbrar quais as transformações que os ARGs sofrerão daqui em diante. A tecnologia é um dos pontos principais de suporte aos ARGs e da forma com

que ela evoluem, cada vez mais se terá novas oportunidades de criar conteúdos, contatos e conflitos nos ARGs.

Porém não é só de tecnologia que os ARGs são feitos, e fora da plataforma tecnológica, os ARGs devem evoluir também para se estabelecer como modelos de negócio. O campo da educação e treinamento possuem grande potencial para ser explorados com a utilização de ARGs e possuem poucos casos registrados, e nenhum caso que demonstrasse através de pesquisa os resultados. As características colaborativas dos ARGs podem servir como método para práticas pedagógicas diversas, onde os jogadores/alunos podem se relacionar com o conteúdo de uma forma completamente nova em um ambiente de ensino.

Estas possibilidades dependerão dos esforços dos desenvolvedores, jogadores e pesquisadores para que os jogos sejam projetados de forma planejada, prevendo questões éticas, legais e psicológicas, para que a compreensão do que são os ARGs alcancem novos nichos e assim dissipem certas suspeitas com as quais são vistos.

Referências

BROOKE THOMPSON. SMB Missed Steaks. Disponível em: <<http://www.mirlandano.com/portfolio/arg/smb/index.html>>. Acesso em: 04 jun. 2009.

CLOUDMAKERS. Media. Disponível em: <<http://www.cloudmakers.org/media/>>. Acesso em: 2 abr. 2009.

BRAINSTORM9. Notícia falsa sobre asteróide para divulgar Citroën C4 Pallas. Disponível em: <<http://www.brainstorm9.com.br/2007/06/11/noticia-falsa-sobre-asteroide-para-divulgar-citroen/>>. Acesso em: 25 jun. 2007.

ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

FRASCA, Gonzalo. Ludology Meets Narratology: Similitude and Differences between (Video)games and Narrative. In: PARNASSO, 3., Helsinki. *Anais...* Helsinki: ___, 1999, p.365–371. Online: Parnasso#3

_____. Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology. In: WOLF, Mark J. P. e (Org.). *The Video Game Theory Reader*. New York: Routledge, 2003, p. 67-86.

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens*. São Paulo: Perspectiva, 2001.

IGDA - ALTERNATE REALITY GAMES WHITE PAPER, New Jersey, v.1, 2006. Disponível em: <<http://igda.org/arg/resources/IGDA-AlternateRealityGames-Whitepaper-2006.pdf>>. Acesso em: 2007.

JUUL, Jesper. Clash between Game and Narrative. In: DIGITAL ARTS AND CULTURE CONFERENCE, 1., 1998, Bergen.

_____. What computer games can and can't do. In: DIGITAL ARTS AND CULTURE CONFERENCE, 2., 2000, Bergen.

_____. Games Telling stories? A brief note on games and narratives. *The International Journal of Computer Game Research*, volume 1, n. 1, julho 2001. Disponível em: <<http://www.gamestudies.org/0101/juul-gts/>>. Acesso em: 15 abril 2009.

_____. The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness. In: LEVEL UP DIGITAL GAMES RESEARCH CONFERENCE PROCEEDINGS, 1., 2003, Utrecht. *Anais...* Utrecht: Utrecht University, 2003, p.30-45.

MASTROCOLA, Vicente Martin. Alternate Reality Game. *Revista da ESPM*. São Paulo, out. 2006.

MCGONIGAL, Jane. A Real Little Game: The Performance of Belief in Pervasive. In: LEVEL UP DIGITAL GAMES RESEARCH CONFERENCE PROCEEDINGS, 1., 2003, Utrecht.

_____. This Is Not a Game: Immersive Aesthetics & Collective Play. In: INTERNATIONAL DIGITAL ARTS AND CULTURE CONFERENCE, 5., 2003, Melbourne.

_____. *The Puppet Master Problem: Design for Real-World, Mission Based Gaming*. In: HARRIGAN, Pat e (Org.). *Second Person: Role-Playing and Story in Games and Playable Media*. Cambridge: The MIT Press, 2007, p. 251-261.

MELO, Cleyton. Convergência policial nas telas da TV e da web. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 8 mai. 2009. Caderno C, p.10.

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

_____. *From Game-Story to Cyberdrama*. In: HARRIGAN, Pat e (Org.). *First Person: New Media as Story, Performance, and Game*. Cambridge: The MIT Press, 2004, p. 1-10.

NINWIKI. I Am Trying To Believe. Disponível em:
<http://www.ninwiki.com/I_Am_Trying_To_Believe>. Acesso em: 14 abr. 2009.

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

SANTAELLA, Lucia. Navegando entre Platão e salsichas. *Revista Pesquisa FAPESP*, São Paulo, n. 68, 2001. Disponível em:
<<http://revistapesquisa.fapesp.br/index.php?art=1480&bd=1&pg=1&lg=>>>. Acesso em: jan. 2007.

SQUIRE, K. *Video games in education*. International Journal of Intelligent Simulations and Gaming, v.2, n.1, 2003, p.49-62.

SZULBORSKI, Dave. *This Is Not A Game: A Guide to Alternate Reality Gaming*. X: New Fiction Publishing, 2005.

TODOROV, Tzvetan. *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

APÊNDICE A – Resultados do questionário 2

Resultados do questionário postado na comunidade ETS

ilustração 14: resultados do questionário 2 postados na comunidade ETS

Resultados do questionário postado na comunidade da banda Nine Inch Nails no Orkut

ilustração 15: resultados do questionário 2 postados na comunidade da banda Nine Inch Nails no Orkut

APÊNDICE B – Questionário 3 e resultados

- 1) Na sua opinião, o que é mais importante em um ARG?
 - a) a história
 - b) os desafios e quebra cabeças
 - c) a interação com personagens do jogo e eventos ao vivo
 - c) a interação com a comunidade
- 2) Em algum momento você acreditou que a história de um ARG fosse real?
- 3) Você já enxergou ARGs onde eles não existiam?
- 4) Algum ARG invadiu sua privacidade de forma não desejada ou permitida?
- 5) Algum ARG já te influenciou a adquirir ou consumir o produto que ele divulgava?
- 6) Existe público para ARGs pagos?
- 7) O que na sua opinião leva uma pessoa ou equipe a produzir um ARGs independentes?
 - a) aprender como se desenvolve um ARG para poder vender projetos semelhantes a empresas
 - b) aprender como se desenvolve um ARG para tentar entrar em empresas produtoras de ARGs ou agências de publicidade
 - c) a simples paixão pelo universo dos ARGs e a vontade de estar do outro lado da cortina
- 8) Você acredita que é uma tendência crescente dos ARGs não aderirem ao preceito “This is not a Game”?
 - a) em geral sim
 - b) não
 - c) sim para os jogos promocionais, não para os independentes
- 9) Você acredita que um ARG é capaz de engajar as pessoas em questões políticas, ambientais ou sociais?
- 10) Se respondeu sim na pergunta 9, esse engajamento seria:
 - a) consciente
 - b) inconsciente

Este questionário foi postado em três comunidades e, diferente do questionário 2, não tinha especificidades de jogo algum e pretendia abranger a comunidade dos ARGs de uma forma geral.

Primeiramente foi postado no fórum do site Unfiction, dedicado ao gênero ARG. O fórum Unfiction é utilizado como base para discussão e desenvolvimento de diversos ARGs que não possuem comunidades específicas, como é o caso da comunidade

Cloudmakers dedicada ao jogo *The Beast*. Também é utilizado pela comunidade geral de jogadores e desenvolvedores independentes de ARGs para discussão de assuntos diversos sobre o tema. Os frequentadores da comunidade então possuem certa familiaridade com o gênero ARG, tendo conhecimento de diversos jogos.

Além do fórum da Unfiction, este questionário também foi postado na comunidade Cloudmakers, dedicada ao jogo *The Beast* e considerada a primeira comunidade formada para se jogar um ARG; e na comunidade brasileira dedicada aos ARGs no Orkut.

Em ambas as comunidades, as perguntas do questionário foram inseridas na própria mensagem deixada, e também foi inserido um link para o questionário gerado pelo *Google Form*.

As mesmas perguntas do questionário foram enviadas por e-mail para algumas pessoas, como pesquisadores e desenvolvedores de ARGs, para que respondessem e comentassem suas respostas.

Neste caso, os questionários não forneceram dados suficientes para que pudessem ser comparados ou analisados. Na comunidade Unfiction, não houve respostas ao questionário pelo *Google Form*, porém uma discussão acerca das questões se iniciou mas durou algumas poucas respostas.

De relevante nesta pesquisa foi o fato de observar que as comunidades independente da comunidade ou do local cada pessoa tem uma idéia diferente do que seja o TINAG e sua real importância e necessidade para a criação a caracterização dos ARGs.

Isto se confirmou com as poucas respostas obtidas por e-mail. Entre elas visões conflitantes do papel do TINAG nos jogos. Este fato influenciou a criação de um novo capítulo do projeto dedicado especificamente a este tema.