

Jogos eletrônicos e geografia da comunicação: espaço, lugar e mediação na (ciber)cultura do entretenimento

Luiz Adolfo Paiva de Andrade

Recebido: 24 abr. 2014

Aprovado: 28 maio 2014

Universidade federal da Bahia. (UFBA). Bahia. BA. Brasil.

Contato com o autor: luizadolfoandrade@gmail.com

Resumo: O presente artigo discute a relação entre jogos eletrônicos, cibercultura e Geografia da Comunicação, buscando entender as funções do espaço e do lugar no processo de mediação. A hipótese sustenta que o espaço tende a oferecer a base para a criação de um lugar temporário, que pode ser concebido como importante mediador. Para desenvolver a discussão, utiliza-se como referencial os jogos de realidade alternativa (ARG) e as mídias locativas, consideradas expoentes da atual fase da cibercultura. Os ARGs configuram um formato popular na indústria do entretenimento e carregam em si a lógica da Geografia da Comunicação. A pesquisa adota como referencial metodológico o estudo de caso, usando como objeto o ARG *CodeRunner* (2012).

Palavras-chave: Jogos eletrônicos. Geografia da comunicação. Espaço. Lugar. Cibercultura.

Abstract: Eletronic games and geography of commucication: space, place and mediation in (cyber) culture of entertainment. This article discusses the relationship between games, cyberculture and Geography of Communication, seeking to understand the role of space and place in the mediation process. The hypothesis holds that space tends to provide the basis for the creation of a temporary place that can be conceived as important mediator. To develop the discussion, I use as a reference the alternate reality games genre (ARG) and locative media, considered exponents of the current phase of cyberculture. The ARGs constitute a popular genre in the entertainment industry and carry in them the logic of Geography of Communication.

Keywords: Games. Geography of communication. Space. Place. Cyberculture.

Introdução

Os primeiros anos do século do século XXI marcam o início dos trabalhos em um subcampo das ciências sociais aplicadas chamado Geografia da Comunicação. Os questionamentos que o circunstanciam são fundamentados na proposta da “virada espacial nos estudos de mídia”, sinalizando que as teorias espaciais também podem ser compreendidas como teorias de comunicação e mediação (FALKHEIMER; JANSSON, 2006, p. 9, 10). Sob este ponto de vista, o espaço passa a ser visto simultaneamente como canal para circulação das formas de comunicação e produto de representações midiáticas, concebendo mapas, lugares, ambientes e desenhos arquitetônicos como instâncias de mediação.

O presente artigo discute a relação entre jogos eletrônicos, cibercultura e Geografia da Comunicação, buscando entender as funções do espaço e do lugar no processo de mediação. A hipótese sustenta que o espaço tende a oferecer a base para a criação de um lugar temporário, que pode ser concebido como importante mediador. Para desenvolver a discussão, utilizo como referencial os jogos de realidade alternativa (ARG¹) e as mídias locativas, consideradas expoentes da atual fase da cibercultura (LEMOS, 2009; 2010). Os ARGs configuram um formato popular na indústria do entretenimento e carregam em si a lógica da virada espacial. Nesse caso, o conteúdo inerente aos desafios experimentados nos tradicionais videogames (personagens, narrativa, puzzles etc.) transborda dos monitores para se infiltrar no ambiente, utilizando o espaço físico como base das ações no jogo.

A metodologia adotada para desenvolvimento desta pesquisa foi o estudo de caso, usando com referencial o gênero dos jogos de realidade alternativa. O objeto escolhido foi o ARG *CodeRunner*² (2012), produzido pelo estúdio independente *Rocketchicken*³. O jogo é disputado em sistema operacional iOS, da Apple, disponível para aparelhos *iPhone* e *iPad*. *CodeRunner* foi um dos indicados ao prêmio de melhor jogo⁴ em 2012, categoria mobile, na trigésima edição do *Golden Joystick Awards*⁵, importante festival anual de jogos eletrônicos. O estudo foi feito ao longo do segundo semestre de 2013, jogando nas cidades de Salvador (BA), Juazeiro (BA) e Petrolina (PE). Em complemento, foi realizada entrevista por e-mail

¹ Sigla para *Alternate Reality Game*

² <http://itunes.apple.com/app/coderunner/id463639902>

³ <http://www.rocketchicken.com>

⁴ <http://www.marketwired.com/press-release/orwellian-spy-game-challenges-angry-birds-for-major-award-1708263.htm><http://www.rocketchicken.com/our-team/>

⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Golden_Joystick_Award

com o *game designer* Ryan Chapman⁶, um dos responsáveis pela criação e desenvolvimento de *CodeRunner*.

Início meu argumento propondo uma discussão sobre as noções de espaço e lugar, buscando identificar suas respectivas funções em processos de comunicação social. Em seguida, apresento o debate entorno do fenômeno da virada espacial dos estudos de mídia, que caracteriza os estudos na Geografia da Comunicação. No terceiro momento, relaciono Geografia da Comunicação à lógica da atual fase da cibercultura, utilizando o modelo da computação ubíqua (UBICOMP) para entendimento deste cenário e do formato das mídias locativas, considerando sua relação com a mobilidade e elementos de localização. A partir desta exploração, busco verificar como a disseminação do paradigma da computação ubíqua, através de tecnologias e serviços de localização, pode reconfigurar o espaço urbano na atual fase da cibercultura, criando as bases para jogar ARGs. Por fim, descrevo o formato dos jogos de realidade alternativa, considerando aspectos relacionados à mediação, espaço e lugar, apresentando o estudo de caso de *CodeRunner*.

Os jogos de realidade alternativa configuram um gênero que abraça o emprego de redes, sistemas e tecnologias de computação ubíqua para criar desafios impossíveis de realizar com as mídias tradicionais (SCHNEIDER; KORTUEM, 2001; NIEUWDORP, 2007; MONTOLA et ALI, 2009). Seu surgimento remonta à 2001⁷, nos Estados Unidos. Desde então, passaram a ser praticados em outros países, como Brasil⁸, Alemanha, Inglaterra, Suécia, Holanda, Dinamarca e Austrália⁹. Podemos definir os ARGs como *games* que utilizam o potencial das novas tecnologias de comunicação e informação, como as mídias locativas, para criar uma forte impressão de realidade paralela ao mundo real, borrando fronteiras entre realidade e ficção (ANDRADE, 2012). Os jogos são vistos como facilitadores para o entendimento de questões relativas ao espaço e às mídias locativas, pois seu processo de mediação peculiar está relacionado à criação de um lugar, chamado de círculo mágico.

⁶ <http://www.rocketchicken.com/our-team/>

⁷ Os primeiros jogos de realidade alternativa foram Majestic (Eletronic ARTs) e The Beast (Microsoft), este relacionado ao filme Inteligência Artificial, de Steven Spielberg.

⁸ Relação de ARGs realizados no Brasil em http://www.argbrasil.net/wiki/P%C3%A1gina_principal

⁹ <http://www.christydena.com/online-essays/worldwideargs1/>

Sobre espaço e lugar

O trabalho de Edward Soja oferece pistas que evidenciam a ideia da reafirmação do espaço, no âmbito das ciências sociais aplicadas. Para Soja (1989, p. 4), a análise do espaço pode ser mais reveladora que a análise do tempo, pois se encontra em constante transformação no âmago da vida comum. Henri Lefebvre propõe a noção de espaço social para fazer referência à processos concebidos como espacializações, responsáveis pela produção de instâncias de mediação chamadas lugares. Para Lefebvre (1991), os laços sociais só podem ser percebidos quando interpretados como relações espaciais, amarradas em três tipologias de espaço que variam de acordo com modelos de práticas e representações.

A primeira delas se chama espaço percebido e pode ser identificada a partir de práticas espaciais, notadas nos eventos que envolvem determinados tipos de construção social coletiva. É o caso dos cultos religiosos, concertos musicais, comícios, competições esportivas, jogos, brincadeiras, dentre outros exemplos em que a ação social é fundamental para a compreensão do sentido que é atribuído ao espaço. A segunda tipologia chama-se espaço concebido, produzido por representações de espaço que se vinculam às relações de produção e à ordem social que elas impõem, tornando-se a tipologia espacial dominante em qualquer sociedade. Trata-se de espaços conceituados, como o espaço de cientistas, médicos, políticos, tecnocratas, dentre outros, onde podemos identificar aquilo que é vivido de acordo com o que foi concebido. Por fim, Lefebvre descreve o espaço vivido, que pode ser relacionado ao lado clandestino da vida social e experimentado através de sua associação direta a imagens e símbolos. Trata-se de espaços apropriados clandestinamente por gangues de rua, casas em favelas, barracas de camelô etc.

Na visão de Rob Shields (1991), o conceito de Lefebvre não define o espaço propriamente dito, mas caracteriza um processo de produção de sentido chamado espacialização. Assim, o espaço passa a figurar como suporte onde sujeitos atuam criando relatos que irão permitir a compreensão destes espaços praticados, os quais Michel de Certeau chama de lugar.

O lugar é a ordem (seja qual for) segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência. Aí se acha, portanto, excluída a possibilidade, para duas coisas de ocuparem o mesmo lugar. Aí impera a lei do 'próprio': os elementos considerados se acham uns *ao lado* dos outros, cada um situado num lugar 'próprio' e distinto que define. Um lugar é, portanto, uma configuração instantânea de posições. Implica uma indicação de estabilidade (DE CERTEAU, 1994, p. 200).

Para Tim Cresswell (2009), um lugar é composto por três elementos: (i) a localização, que refere-se ao *ponto no espaço* onde está situado o lugar, determinado por um conjunto específico de coordenadas e distâncias; (ii) a localidade, relacionada à configuração material e tangível do lugar, incluindo componentes da estrutura e infraestrutura. Trata-se da forma como o lugar aparece; (iii) o sentido, que emana dos símbolos possíveis de associação a um lugar, considerando aspectos de sociabilidade e de emoções por ele evocadas. O sentido do lugar pode ser reconfigurado toda vez que novos significados lhe são atribuídos. Estes valores podem ser individuais ou compartilhados, produzindo uma simbologia social com base na mediação e na representação.

Nestas bases, é possível entender que espaço e lugar podem desempenhar funções específicas em determinados processos de mediação. O espaço, nesse caso, serve de base para a ação social que é praticada nos processos de espacialização. Já o lugar, por sua vez, é resultado desta atividade socializante, podendo ser concebido como produto simbólico e, portanto, mediador. As noções de espaço e lugar são fundamentais para a compreensão da proposta seminal da geografia da comunicação, que pode ser percebida em experiências envolvendo ARGs e mídias locativas.

Geografia da comunicação: a virada espacial nos estudos de mídia

Como já foi dito, subcampo da Geografia da Comunicação é substancialmente caracterizado pela ideia generalista da virada espacial nos estudos de mídia, onde espaço passa a ser visto simultaneamente como canal para circulação das formas de comunicação e produto de representações midiáticas. Este fenômeno é tão evidente que os trabalhos no âmbito da Geografia da Comunicação podem ser norteados por duas questões-chave interrelacionadas: (i) como o espaço produz comunicação e (ii) como a comunicação produz espaço, uma vez que as características das novas tecnologias demandam reflexões entorno das noções de texto e contexto. O pragmatismo que perpassa a relação entre mídia e espaço representa uma transição dos “estudos sobre as representações midiáticas para as análises das escalas causadas pela produção de espaço, pela mídia” (FALKHEIMER; JANSSON, 2006, p. 18-19).

Paul Adams (2009, p. 2-3), outro importante referencial, fundamenta quatro perspectivas para pensar a mídia através de conceitos da geografia. A primeira é a da *mídia no espaço*, que considera todo o percurso em rede realizado pela informação. Pode ser compreendida através das ideias de (i) comunicação como infraestrutura, (ii) rastros deixados

nesta infraestrutura e (iii) o espaço de fluxos, criado pelos sinais de comunicação que percorrem toda esta infraestrutura. A segunda perspectiva é *espaço na mídia*, que direciona para uma topologia de rede estável, apesar da mudança de localização de nós e *links*. Trata-se da lógica funcional e topológica do espaço em rede, que é criado entre sujeitos analogamente estáveis. A terceira perspectiva chama-se lugar na mídia fixada na questão do lugar e não do espaço. Para o autor, um lugar centraliza sentido e atenção, sendo composto por interações sociais que ocorrem em função do tempo, sedimentando camadas de significados. Já a quarta perspectiva é a da mídia no lugar, que focaliza a presença inusitada do meio em um lugar aparentemente estranho, por exemplo, um telefone celular que toca durante uma palestra, um culto, etc. O som é considerado um distúrbio da ordem por que os lugares incluem certos significados e regras de comunicação específicos. Estes limites socialmente definidos lembram as pessoas do lugar onde elas estão, estabelecendo fronteiras, atores, papéis, dentre outros significados a serem mantidos ou deixados de lado.

Todas as quatro perspectivas descritas por Paul Adams (2009) se manifestam na jogabilidade dos jogos de realidade alternativa. Mídia no espaço pode ser percebida considerando a infraestrutura do espaço urbano apropriado para disputa das partidas. O segundo viés aponta para a lógica de rede dos meios de comunicação, usados para criar uma experiência social em comum, no caso, o jogo. O terceiro ponto de vista focaliza as mídias locativas utilizadas ao longo da disputa nos ARGs, que agregam informação eletrônica ao local da partida. Por fim, a quarta perspectiva aponta para as fronteiras entre a realidade e o mundo paralelo criado pelo jogo, que podem ser *borradas* por meio de intervenções como as descritas por Adams (2009).

Os debates realizados no âmbito da Geografia da Comunicação permitem relacionar duas correntes reflexivas consideradas fundamentais para o entendimento da cultura e do cenário midiático contemporâneo. A primeira consiste na matriz tecnológica da computação ubíqua, introduzida em 1991. A segunda diz respeito a atual fase da cibercultura, diagnosticada ao longo da primeira década do século XXI e formalizada em 2009. A lógica da geografia da comunicação pode ser percebida analisando a atual fase da cibercultura, caracterizada por um paradigma capaz de renovar nossa experiência de acesso à redes e serviços de computadores.

Geografia da comunicação e cibercultura

No âmbito da cibercultura, a lógica da Geografia da Comunicação pode ser percebida considerando o paradigma da computação ubíqua (WEISER, 1991; WEISER; SEELY-BROWN, 1997). Sua proposta é fundamentada na disseminação de “computadores invisíveis” no espaço urbano, que estariam embarcados no ambiente nos objetos comuns. A computação ubíqua é um modelo que faz oposição à da computação pessoal, configurando um cenário onde redes e sistemas de computadores se “movem” para fora das estações de trabalho e dos *desktops*, para dar suporte em nossas interações na vida comum, renovando a experiência do usuário. São considerados tecnologias de computação ubíqua os sensores invasivos cientes à contextos, ambientes de realidade aumentada, artefatos como *PDA*s¹⁰, *smartphones*, computadores *tablets* e *surface*¹¹, redes sem fio¹² Bluetooth¹³, WiFi¹⁴, WiMax¹⁵, além das redes exclusivas para telefonia móvel¹⁶.

A ascensão deste paradigma no início do século XXI iluminou uma ruptura capaz de reconfigurar a experiência do usuário no ciberespaço, inaugurando nova fase na cibercultura que opera em analogia à lógica da virada espacial nos estudos de mídia. Após essa cisão, a cibercultura passou então ser dividida em duas fases distintas (LEMOS, 2009c): a primeira, do *upload*, pautada no espaço virtual, na desmaterialização das relações sociais, das instituições, da cultura, do entretenimento e sua subida para o ciberespaço; a segunda, do *download*, na qual o conteúdo do ciberespaço passa a ser baixado da internet para tornar-se parte da infraestrutura do espaço físico, soterrando a ameaça de apagamento dos lugares diagnosticada nos primórdios do ciberespaço.

As mídias locativas configuram uma forma de aplicação da computação ubíqua na comunicação social, ao mesmo tempo que traduzem a lógica da atual fase da cibercultura. Seu sentido emerge a partir uso combinado de tecnologias e serviços baseados em localização,

¹⁰ *Personal Display Assistant*

¹¹ <http://www.youtube.com/watch?v=fknUrANceao>

¹² O padrão wireless (802.11 IEEE), que deu origem às redes sem fio, foi concebido em 1997, mesma década em que foram apresentadas as primeiras tecnologias ubíquas.

¹³ A conexão Bluetooth é um padrão de comunicação sem fio que permite enviar e receber dados a curta distância, baixo custo e consumo de energia, utilizando a transmissão em radiofrequência.

¹⁴ Redes sem fio de alcance médio.

¹⁵ Redes sem fio que operam a longo alcance.

¹⁶ Nesse caso, pode-se apontar a tecnologia 3G que permite acesso aos navegadores web, com base em aumento nas velocidades de transmissão de seus antecessores - 1G, que corresponde à fase analógica das redes, e 2G, que convertia o sinal analógico em digital. Atualmente, encontra-se em fase de implantação no Brasil a tecnologia a 4G, que permitirá o acesso à internet usando dispositivos que operam com IP, além de ampla convergência aos serviços antes oferecidos apenas pela banda larga fixa.

como *smartphones*, sistema de posicionamento global (GPS)¹⁷, aplicativos e redes sociais geo-referenciados, etiquetas, mapas, sensores e redes sem fio. As mídias locativas articulam localização e mobilidade de um modo singular, criando fluxo de informação que se dá localmente, identificando a posição do usuário para propor serviços locais (LEMOS, 2010).

Localização, como já foi dito, se trata do ponto no espaço ocupado pelo lugar. Mobilidade refere-se ao desejo natural do homem em se “deslocar”, concebido por Kellerman (2006, p. 20) como *utilidade intrínseca*: trata-se do prazer de poder movimentar corpo e informação pelo espaço. Existem três dimensões inter-relacionadas através das quais a mobilidade pode se manifestar: (i) física, que consiste no deslocamento dos corpos no espaço; (ii) informacional, relacionada ao movimento informação através dos meios de comunicação; (iii) imaginária, que corresponde à capacidade cognitiva do ser humano em “mover-se por meio da imaginação” (LEMOS, 2009b, p. 28-29).

Em *CodeRunner*, por exemplo, o aplicativo integra o sistema de posicionamento global (GPS) aos seus sistemas de navegação e ferramentas de comunicação, identificando a localização do jogador para impor os *puzzles* do jogo. Enquanto realiza cada um dos trabalhos no ARG, o jogador pode compartilhar conteúdo em mobilidade, usando um serviço locativo chamado *dead drop*: etiquetas geo-referenciadas específicas do jogo, que são fixadas pelo usuário no mapa, sendo visualizado na tela do *smartphone*.

Desta forma, é possível perceber que a computação ubíqua, por meio das mídias locativas, se insere na proposta da virada espacial. Nesse caso, espaço e lugar, a partir da sua relação com a mobilidade e a localização, passam a exercer funções importantes de mediação em experiências como os jogos de realidade alternativa. Com a disseminação da computação ubíqua, feita através da implantação de tecnologias baseadas em localização como sensores, microchips, redes sem fio e unidades receptoras de sinal GPS, a infra-estrutura da cidade foi renovada, ampliando o papel do espaço urbano em processos de comunicação social.

¹⁷ Sigla para sistema de posicionamento global, um modelo de navegação baseado em uma constelação de 24 satélites desenvolvidos pelo Governo dos Estados Unidos, entre 1970 e 1993, que podem prover informações relativas a tempo e localização. Considerando o foco deste artigo, o GPS oferece um sinal baseado em localização que pode ser recebido por tecnologias de computação ubíqua, como os *smartphones*.

Cidade, cibercultura e geografia da comunicação

A disseminação da computação ubíqua na atual fase da cibercultura transformou a cidade de concreto em uma *cidade de bits* (MITCHELL, 1995), capaz de canalizar fluxos de pessoas, informações e ideias graças à reconfiguração na sua infraestrutura, que agora incorpora redes e sistemas de informática (GRAHAM; MARVIN, 1996). Nesse cenário, Ben Russel (1999, p. 1-5) identificou as primeiras evidências causadas pelo impacto de tecnologias e serviços baseados em localização no espaço urbano. Russel percebeu que as mídias locativas fizeram a internet “vazar do ciberespaço para o mundo real”, tornando possível anexar ao espaço urbano conteúdo informacional, que usuários podem abrir, acessar e salvar. A interação nesses ambientes acontece de forma natural e intuitiva, sem que a sociedade perceba o verdadeiro potencial do equipamento com o qual está lidando (GREENFIELD, 2006).

Experiências como os ARGs colocaram em jogo alternativas interessantes para uso criativo de tecnologias e serviços baseados em localização, por exemplo, os procedimentos de etiquetagem e mapeamento (COYNE, 2010, McCULLOUGH, 2013). O primeiro consiste em uma atividade sociocultural coletiva emergente no século XXI, feita com base na produção de etiquetas com informação geo-referenciada, que são anexadas ao espaço em atenção à localizações específicas. Para McCullough (2013, p. 201), a etiquetagem introduziu um modo mais fácil e rápido de anexar informação na cidade que as telas, trazendo definitivamente o ciberespaço para o nível das ruas e criando um estilo de informática urbana.

Na mesma direção, o mapeamento através das mídias locativas renovou consideravelmente o consumo dos mapas, facilitando a interpretação do conteúdo e otimizando a navegação no espaço urbano. Para Eric Gordon e Adriana Souza e Silva (2011, p. 28), a noção de mapeamento mudou de ‘algo que pode espacializar a informação social’ para ‘algo que pode socializar a informação social’. Quando a informação é geo-referenciada, torna-se o contexto e o conteúdo para interação social.

O uso sistemático de serviços baseados em localização como mapeamento e etiquetagem pode produzir um efeito concebido como sintonização do lugar” (COYNE, 2010). Em analogia à afinação de um instrumento musical, a ideia da sintonização ilumina um caminho para promover alterações temporárias no sentido de um lugar, a partir de informações que são anexadas ao espaço pelas mídias locativas. Nesse sentido, mapeamento e etiquetagem são ferramentas com alto poder de *sintonização*. Assim, o conteúdo digital pode receber tratamento em tempo real através de computadores embarcados, onde são criados

banco de dados que oferecem informações de acordo com as ações realizadas em um determinado lugar. O potencial da computação ubíqua para criação ou *sintonização* de lugares pode ser experimentado em ARGs como *CodeRunner*.

Jogos eletrônicos, espaço e lugar: desenhando o círculo mágico nos ARGs

Círculo mágico é uma expressão metafórica usada para definir o lugar mágico criado no tempo e no espaço para a realização de uma atividade especial, como os jogos (HUIZINGA, 2005; SALEN; ZIMMERMAN, 2012). Trata-se de um elemento simbólico-mediador entre jogo, jogador e realidade, traçado por uma linha tênue que o separa temporariamente da vida comum, sendo desfeito quando o desafio é encerrado. A criação deste lugar acontece em todas as modalidades a partir de processos de espacialização, que ocorrem desde suportes lúdicos analógicos, como tabuleiros e cartas, até a hipermídia e as mídias locativas, caso dos videogames e dos jogos de realidade alternativa.

Olhando para o interior do círculo mágico dos ARGs, Eva Nieuwdorp (2005) identifica regras próprias chamadas regras de transformação. Trata-se de procedimentos singulares, capazes de transformar temporariamente pessoas, cenários e objetos comuns, envolvidos pelo círculo mágico, em peças do jogo. Desta forma, um ARG pode produzir a forte impressão de realidade alternativa que caracteriza o gênero. Figurando junto das regras de transformação, Nieuwdorp percebe um estilo específico de interface concebido como liminal, pois situa-se na linha imaginária que desenha o círculo mágico, estabelecendo um limite na mente do jogador para separar o mundo real do universo lúdico. A interface liminal é composta por dois níveis subsequentes: (i) paratético, que corresponde à fase de transgressão do sujeito para o mundo do jogo, onde ele deve decidir se participa ou não da ação iminente; (ii) o paralúdico, que surge imediatamente após o sujeito ultrapassar o nível paratético e possui a função de transmitir as condições do ambiente afetado pelas regras de transformação, onde ele faz um reconhecimento do espaço para entender *o que* está em jogo.

Outro diferencial do lugar criado pelos ARGs são suas três expansões (MONTOLA et al, 2009), nomeadas: (i) expansão temporal, que diminui o controle do jogador sobre o tempo do jogo, balanceando suas configurações de tempo às do mundo real. Por exemplo, nos ARGs o jogador não tem a opção de *pausar uma partida*, procedimento comum em outras modalidades, por exemplo, nos jogos de *videogame*; (ii) expansão espacial, por sua vez, é capaz de conectar os componentes do mundo lúdico (narrativa, puzzles, personagens, mecânicas, dentre outros) ao espaço urbano e à vida comum, onde estão inseridos também os

jogadores e pessoas consideradas não-jogadores; (iii) expansão social, que faz justamente conteúdo do ARG afetar, além dos jogadores, os não-jogadores, aquelas pessoas que estão presentes onde o *círculo mágico* é traçado, mas que não têm consciência dos acontecimentos do jogo.

Catalisados pelo efeito da expansão social, os não-jogadores podem interferir de modo mais ativo em uma partida de ARG, por exemplo, dificultando as ações ou influenciando o comportamento dos jogadores através de gritos, oferecendo alguma informação importante ou ainda usando o recurso da troca de papéis. Trata-se de uma especificidade destes jogos em permitir que as pessoas alternem constantemente sua posição durante uma partida, ora assumindo a postura de jogador, ora a de espectador. Esta característica da expansão social reflete o estilo original de sociabilidade que um jogo de realidade alternativa pode oferecer. O uso criativo da expansão social configura uma estratégia eficaz e divertida para criar um envolvimento mais profundo do público com o jogo, que usa o potencial das mídias locativas e a lógica da geografia da comunicação para invadir a cidade e surpreender os não-jogadores, fazendo - os confundir as ações do jogo com eventos do mundo real.

Jogos eletrônicos e geografia da comunicação: o caso de *CodeRunner*

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

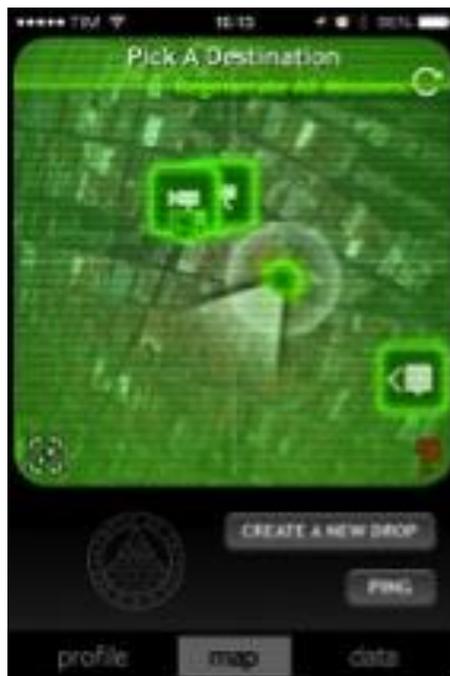
A interface de usuário é composta por um mapa configurado através da base de dados disponível no *MapKit*, uma API¹⁸ desenvolvida pela *Apple* para criação de *softwares* com conteúdo geo-referenciado. A partir da localização do jogador, são impostas missões que seguem um sistema progressivo de dificuldade. A navegação é feita com base no sistema GPS, que a partir da posição do jogador indica localizações para onde ele deve se dirigir em busca de novas evidências. Na medida em que avança nas fases de *CodeRunner*, o jogador recebe mensagens de voz, vídeo e texto enviadas pelos personagens, propondo novos

¹⁸ Sigla de *Application Protocol Interface*

trabalhos ou oferecendo ajuda sobre a missão em curso. O aplicativo possui ainda um banco de dados que permite gerenciar e armazenar todo o conteúdo coletado ao longo do percurso.

Para compartilhar este conteúdo, o jogador deve usar ferramentas específicas chamadas *dead drop*¹⁹: são etiquetas geo-referenciadas que podem ser fixadas no mapa (FIG.1), indicando uma localização próxima de sua posição. Depois de criado, o jogador deve inserir conteúdo do jogo no *dead drop* e criptografá-lo criando uma senha. Estas informações podem ser baixadas por outros jogadores que visitarem o local e descobrirem o código criado. Para facilitar a decodificação e acesso, as senhas são geralmente criadas utilizando dados disponíveis no local indicado pela etiqueta – nome de rua, ponto turístico, prato no cardápio e um bar, placas, letreiros de estabelecimento.

Figura 1 - Interface de CodeRunner: mapa, etiquetas e posição do jogador



A jogabilidade experimentada em *CodeRunner* vem corroborar a lógica da *virada espacial*, considerando que as ações no jogo correm no mesmo espaço onde está situado o jogador. Assim, o espaço nos jogos de realidade alternativa deixa de ser um componente residual, um pano de fundo para a ação dos jogadores, oferecendo as bases para as ações no jogo. Ainda considerando o formato dos videogames, nesse caso um jogador pode usar

¹⁹ Os *dead drops* criados em *CodeRunner* podem ser visualizados no website <http://www.coderunnergame.com/map/>

qualquer espaço para jogar sem afetar seu desempenho, sendo possível até mesmo trocar de espaço durante o processo. Nos jogos de realidade alternativa, esta alternativa não existe: o espaço usado pelo jogador deve permanecer o mesmo durante toda a disputa.

As mecânicas de *CodeRunner* são fundamentadas no potencial das mídias locativas, estimulando os jogadores a usarem a mediação pela internet com base nos valores do espaço físico. Tanto os *dead drops* quanto o mapa utilizados como ferramentas no jogo evidenciam a importância da localização do jogador para poder acessar e compartilhar conteúdo. Sob este ponto de vista, podemos perceber que o ARG estimula usos alternativos da cidade, que oferece seu espaço para figurar como base do processo de mediação, que é consumado pela criação de um lugar – o círculo mágico. Desta forma, a experiência em *CodeRunner* pode corroborar novamente a proposta da geografia da comunicação, trazendo os conceitos de espaço e lugar para o primeiro plano do processo de mediação.

Um aspecto importante revelado através de jogos como *CodeRunner* são os efeitos propagados pelo uso combinado das três expansões - temporal, espacial e social – no processo de mediação. Deste modo, o jogo pode combinar seu espaço à vida comum (expansão espacial) e tolher do jogador o controle sobre o tempo do jogo, sincronizando suas configurações às do mundo real (expansão temporal). Além disso, o ARG oferece um estilo próprio de sociabilidade percebido através de troca de papéis, permitindo que seu conteúdo afete pessoas externas ao jogo, convidando-os para assumir uma postura mais ativa (expansão social). Estas expansões típicas dos jogos de realidade alternativa podem revelar efeitos ainda não verificados por estudiosos na área da geografia da comunicação, por exemplo, a capacidade do conteúdo em afetar pessoas inconscientes do processo de mediação.

Por fim, outra característica do espaço em *CodeRunner* reside na sua função de suporte para a atividade do jogador, que ocorre a partir de uma combinação específica das dimensões da mobilidade. A dimensão imaginária pode ser atribuída aos efeitos da narrativa do jogo sobre a mente dos jogadores, que os estimula no sentido de planejar o deslocamento (mobilidade física) para cumprimento das missões. A dimensão informacional se manifesta considerando as ferramentas de comunicação do jogo, seja com relação à história, que conecta personagens aos jogadores, ou considerando a sociabilidade estes participantes, usando as etiquetas *dead drop*. É particularmente importante destacar que a mobilidade e suas dimensões se articulam à localização de jogadores e etiquetas em função do potencial das mídias locativas.

Considerações finais

O presente artigo discutiu o processo de mediação nos jogos de realidade alternativa, com o intuito de verificar a lógica da geografia da comunicação. Ao final, pude concluir que, nos ARGs onde figuram as mídias locativas, espaço e lugar desempenham funções importantes no processo de mediação: o primeiro oferece as bases necessárias para a ação dos jogadores, enquanto o segundo é concebido como mediador entre jogo, jogador e realidade. Assim, é possível entender que os jogos de realidade alternativa são experiências que atualizam a premissa básica da virada espacial, introduzida pela geografia da comunicação.

As configurações percebidas durante o processo de mediação típico dos ARGs são responsáveis pela propagação de um efeito inédito, capaz de determinar funções paralelas para os elementos da realidade envolvidos pelo círculo mágico – cenários urbanos e objetos comuns – que só fazem sentido no mundo do jogo. Chamo este efeito, que se manifesta após transgressão do jogador pelos níveis da interface liminal e a ação das regras de transformação, de enquadramento lúdico. O enquadramento lúdico é inerente à função mediadora exercida pelo círculo mágico e pode operar como mecanismo de sintonização, procedimento descrito ao longo deste trabalho, alterando temporariamente o sentido dos lugares a partir de novas formas de uso do espaço. Oportunamente, o enquadramento lúdico pode ser apontado como uma das razões pela qual estas experiências são denominadas jogos de realidade alternativa.

É importante ressaltar que este trabalho não esgota as possibilidades de análise acerca dos jogos eletrônicos no âmbito da Geografia da Comunicação. Por exemplo, é necessário ampliar a noção de enquadramento lúdico, buscando verificar este efeito em outras mediações em outras experiências que seguem a lógica da virada espacial. No mesmo passo, torna-se importante identificar possíveis figurações das expansões espacial, social e temporal, descritas anteriormente, em outros processos de comunicação que envolvem as mídias locativas. Finalmente, cabe analisar como mídias locativas podem influenciar os modos pelos quais as pessoas atualmente vem utilizando o espaço urbano como alicerce para a comunicação social, caracterizando processos de mediação que acontecem na cidade da computação ubíqua.

Referências

ADAMS, P. **Geographies of media and communication**: a critical introduction. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.

ANDRADE, L.A. **Jogos de realidade alternativa**: cibercultura, espaço e transmídia. Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. Salvador: UFBA, 2012.

ANDRADE, L. A.; FALCÃO, T. **Realidade sintética**: jogos eletrônicos, comunicação e experiência social. São Paulo: Scortecci Editora, 2012.

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

CRESSWELL, T. Place. IN: THRIFT N.; KITCHEN, R. (eds.) **International encyclopedia of human geography**. Vol. 8 Oxford: Elsevier, 2009, p. 169-177.

De CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

FALKHEIMER, J; JANSSON, A (Eds.). **Geographies of communication**: the spatial turn in media Nordicom: Goteborg, 2006.

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

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

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

LE MOS, A. Você está aqui! Mídia locativa e teorias “materialidades da comunicação” e “ator-rede”. **Comunicação e sociedade**. Vol. 32, n. 54. São Bernardo do Campo: Metodista, 2010.

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

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

_____. Arte e Mídia Locativa no Brasil. In: BAMBOZZI, L; BASTOS, M; MINELLI, B. (orgs.) **Mediações, tecnologias e espaço público**: panorama crítico das artes em mídias móveis. São Paulo: Conrad, 2009c, p. 161-178.

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

McCULLOUGH, M. **Ambient commons**: attention in the age of embodied information. Cambridge/London: TheMitPress, 2013.

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

NIEUWDORP, E. *The 'Pervasive' Discourse: An Analysis of the Use and Definitions of the Term 'Pervasive' In: **Game research***, ACM Computers in Entertainment. 2007.

_____. The pervasive interface: tracing the magic circle. In: **DIGRA Conference**: changing views – Worlds in Play (Vancouver, June), S. De Castell and J. Jensen (eds.). 2005.

SCHNEIDER, J. AND KORTUEM, G. How to host a pervasive game. Supporting face-to-face interactions in live-action role-playing. **Workshop on designing ubiquitous computing games**. Ubicomp, Atlanta, GA, sept/Oct, 2001.

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

SZULBORSKY, D. **This is not a game**: a guide to alternate reality gaming. New Fiction Publishing, 2005.

WEISER, M.; SEELY-BROWN, J. **The coming age of calm technology**. Xerox Parc: Palo Alto, 1997.

WEISER, M. The computer for the 21st century. **Scientific American** p. 66-75. 1991.