

## A NATUREZA PARTICIPATÓRIA DE JOGOS DE REALIDADE ALTERNATIVA

DOI: <https://doi.org/10.33871/23580437.2023.10.01.250-258>

*Luciana Martha Silveira*<sup>1</sup>

*Leonardo Adolfo Sandim Kretzschmar*<sup>2</sup>

**RESUMO:** Este ensaio busca explorar se o aspecto participativo é natural da produção humana e se as mídias e estruturas hierárquicas capitalistas tendem a fragmentar essa característica. Para isso, o gênero de jogos de realidade alternativa e suas comunidades de jogadores são explorados, e as características desse gênero de jogos são identificadas no projeto The Beast. Através dos estudos de Arlindo Machado, será observado como essas as mídias digitais contemporâneas possibilitam o desenvolvimento de experiências com essas características. Finalmente, será discutido se os jogos de realidade alternativa podem ser vistos como uma ferramenta de design participativo.

**Palavras-chave:** jogo; ARG; hipermídia; design; realidade alternativa.

### THE PARTICIPATORY NATURE OF ALTERNATE REALITY GAMES

**ABSTRACT:** This essay seeks to explore whether the participatory aspect is natural to human production and whether capitalist media and hierarchical structures tend to fragment this characteristic. For this, the alternate reality game genre and its players' communities are explored, and the characteristics of this game genre are identified in The Beast project. Through the studies of Arlindo Machado, it will be observed how these contemporary digital media enable the development

---

<sup>1</sup> Universidade Tecnológica Federal do Paraná; Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-SP (2002), mestre em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP (1994) e graduada em Educação Artística pela Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP (1989). Professora da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR desde 1998 e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade (PPGTE) e no departamento de Design (DADIN). Foi coordenadora do PPGTE no ano de 2009 e orienta trabalhos dentro da Linha de Pesquisa Mediações e Culturas. Suas pesquisas privilegiam as relações entre Arte e Tecnologia, com ênfase nas implicações dessas relações para a área CTS. Em 2009, realizou estágio pós-doutoral como professora visitante na Universidade de Michigan, EUA, resultando no livro de sua autoria "Introdução à Teoria da Cor", publicado pela editora UTFPR, 2011 (2ª edição 2015). É artista visual voltada para a pintura, participando de exposições individuais e coletivas; Curitiba-PR, Brasil; <http://lattes.cnpq.br/9969574876271040>; <https://orcid.org/0000-0003-0990-0892>; [silveira.lucianam@gmail.com](mailto:silveira.lucianam@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Tecnológica Federal do Paraná; Possui graduação em Design pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (2014). Concluiu um M.F.A. em "Design interativo e desenvolvimento de jogos" na *Savannah College of Art and Design* (2017). Trabalhando no doutorado em Ciência e Tecnologia pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (2018). Suas pesquisas e estudos enfocam o design de jogos e a relação entre a sociedade e os jogos. Trabalhou como professor assistente durante o mestrado na SCAD e como professor do Magistério Superior para o departamento de Design da UTFPR. Hoje trabalha como lead game designer na Hermit Crab Studio; Curitiba-PR, Brasil; <http://lattes.cnpq.br/9347670141422255>; <https://orcid.org/0000-0001-9062-9088>; [leosandim@gmail.com](mailto:leosandim@gmail.com)

of experiences with these characteristics. Finally, it will be discussed whether alternative reality games can be seen as a participatory design tool.

**Keywords:** game; ARG; hypermedia; design; alternate reality.

## LA NATURALEZA PARTICIPATIVA DE LOS JUEGOS DE REALIDAD ALTERNATIVA

### Resumen

Este ensayo busca explorar si el aspecto participativo es natural a la producción humana y si los medios capitalistas y las estructuras jerárquicas tienden a fragmentar esta característica. Así, se explora el género de juegos de realidad alternativa y sus comunidades de jugadores, identificando las características de este género de juegos en el proyecto *The Beast*. A través de los estudios de Arlindo Machado, se observará cómo estos medios digitales contemporáneos posibilitan el desarrollo de experiencias de estas características. Finalmente, se discutirá si los juegos de realidad alternativa pueden ser vistos como una herramienta de diseño participativo.

**Palabras clave:** juego; ARG; hipermedia; diseño; Realidad Alterna.

### Introdução

Em seu livro *Trabalho e Capital Monopolista*, Braverman (1987) analisa a formação das estruturas do trabalho na sociedade capitalista, apontando para características advindas das raízes do taylorismo que ainda estão presentes na divisão e gerência do trabalho. Ao observar a atuação do trabalho de *design* na criação de soluções por meio desta lente, é possível perceber como a própria atuação dos *designers* se assemelha à dos gerentes tayloristas. Christine Stachell e Paul Dorish (2009), no artigo *Beyond the user: use and non-use in HCI*, trazem a forma como desenvolvedores de sistemas abordam o conceito de usuário de forma reducionista, atrelando a ideia de um bom usuário à pessoa que passa a adotar o sistema produzido, enquanto o usuário problemático é o que rejeita o sistema (STACHELL; DORISH, 2009). Os próprios pesquisadores de Interação Homem-Computador (IHC) categorizam os usuários para aplicar padrões teóricos que se encaixam nessas categorias, a fim de salvar esses usuários de seus problemas (STACHELL; DORISH, 2009). Essa abordagem reitera a visão do *designer* como gerente taylorista, aquele que possui o conhecimento necessário para estudar o trabalho e propor soluções aos trabalhadores, retirando deles o controle dos próprios instrumentos de produção (BRAVEMAN, 1987).

Mesmo vertentes como o *design* participativo, que tem suas raízes em conceitos do socialismo democrático, não têm abordado grandes problemas estruturais do processo produtivo e, atualmente, suas estratégias são usadas para estabelecer uma melhor colaboração de usuários com *designers* (BODKER; KYNG, 2018). O projeto escandinavo *Utopia*, fonte de inspiração para as pesquisas de *design* participativo, por exemplo, focava em desenvolver um ambiente de trabalho democrático (BODKER; KYNG, 2018). Entretanto, os estudos de *design* participativo deram continuidade ao desenvolvimento das ferramentas e técnicas de *codesign*, ao mesmo tempo em que as ideias de promover uma reestruturação democrática do trabalho e das tecnologias de produção foram esquecidas (BODKER; KYNG, 2018).

Neste ensaio, será questionado se existe a possibilidade de o desenvolvimento democrático e participativo ser um aspecto natural e constitutivo da produção humana, mesmo que fragmentado pelas estruturas hierárquicas da produção capitalista. Para isto, serão observados jogos de realidade alternativa, ou *alternate reality games* (ARGs), e como sua comunidade de jogadores se organiza de forma democrática para desenvolver ferramentas e soluções para problemas complexos. A motivação

para o desenvolvimento desses jogos será questionada, proporcionando uma reflexão sobre as implicações que essa mídia apresenta.

### **Jogos de Realidade Alternativa**

Henry Jenkins apresenta *alternate reality games (ARGs)* como um jogo de *transmedia storytelling*, ou seja, uma narrativa que utiliza o potencial de diversas mídias para desenvolver uma história (JENKINS, 2006). Entretanto, ARGs não se diferem apenas em sua multiplicidade de mídias, mas também em sua filosofia de serem jogos que buscam não se passarem por jogos. Esse paradigma é discutido por Dave Szulborski em seu livro *This is not a game: A guide to alternate reality gaming* (2005), onde o autor apresenta uma das principais características dos ARGs: mimetizar a vida real. Essa mimese acontece com o intuito de concretizar o que o nome do gênero do jogo propõe, ou seja, criar uma realidade alternativa da qual apenas os jogadores têm conhecimento. Por meio de tecnologias disponibilizadas pela computação ubíqua, os ARGs dispõem de uma vasta quantidade de ferramentas presentes no cotidiano dos jogadores, como e-mails, vídeos, telefonemas e websites (SZULBORSKI, 2005). Por utilizar ferramentas do cotidiano, os ARGs acabam por não possuir um espaço de jogo definido, como um tabuleiro ou software, o que dificulta aos jogadores identificarem a quebra da imersão de quando se está jogando.

Para Christy Dena, jogos de realidade alternativa inicialmente foram criados por “indivíduos e grupos independentes, projetados com propósitos educacionais e de treinamento, comissionados como campanhas de marketing e para extensões de propriedades de mídia tradicional” (DENA, 2008, p. 42). Szulborski (2005) aponta que elementos de ARGs aparecem em diversas mídias durante a história, porém é com o advento da internet que esses jogos tomam a forma que têm atualmente, já que a internet possibilita um fácil acesso a múltiplas mídias e interfaces presentes no cotidiano que podem ser ressignificadas para acomodar narrativas, além da possibilidade de criar uma história que reflita as interações com a comunidade de jogadores.

A possibilidade de acessar uma narrativa através de múltiplas mídias permite uma experiência mais profunda, o que motivaria um maior consumo (JENKINS, 2006). Dessa forma, os ARGs passaram a ser comissionados por grandes empresas como forma de promover um produto atrelado a uma franquia. Jogos como *I Love Bees* (2004) e *The Beast* (2001) atraíram milhões de participantes (DENA, 2008), que podem ser apontados que esses participantes podem ser divididos em diferentes tipos de camadas, como de engajamento; de estilo de jogabilidade; de localização geográfica e etc (DENA, 2017). O objetivo não é categorizar esses participantes, mas o trabalho de Dena (2017) permite entender como essas pessoas se estruturam no jogo. Dentre os milhões de participantes de *I Love Bees*, mais de 2 milhões apenas acompanhavam a história, vivendo vicariamente através dos avanços dos demais jogadores (DENA, 2008). Já em torno de 750 mil jogadores participavam ativamente através de comunicação online, contribuindo para a discussão e solução dos problemas e mistérios do jogo. E cerca de 10 mil jogadores participaram fisicamente, onde atenderam mais de 40 mil ligações que foram feitas em diferentes áreas do mundo (DENA, 2008). Devido a essa rede complexa de interações, Jane McGonigal (2005), que trabalhou junto aos designers de *I Love Bees*, define ARG como um drama interativo jogado online e em espaços do mundo real, ocorrendo ao longo de várias semanas ou meses, no qual dezenas, centenas e milhares de jogadores se reúnem, formam redes colaborativas e trabalham juntos para resolver um mistério ou problema que seria impossível de resolver sozinho.

Diferentemente do que se espera de um jogo para uma campanha de marketing, os ARGs mantêm sua filosofia de mimetizar a realidade. Dessa forma, são normalmente apresentados através de mensagens crípticas e estão desconectados de qualquer entidade criadora, buscando ao máximo desvincular a ideia de que as mensagens e segredos encontrados pelos jogadores são parte de um jogo. Pelo fato de o jogo não admitir sua própria existência, torna-se difícil aos seus desenvolvedores

providenciarem ferramentas para ajudar os jogadores a resolver os enigmas (DENA, 2008). Assim, cabe aos próprios jogadores usarem suas habilidades para criar ferramentas que ajudem na solução dos quebra-cabeças ou na organização da história que é apresentada de forma fragmentada (DENA, 2008).

O que este ensaio busca explorar é o padrão de como essas comunidades de jogadores organizaram-se espontaneamente para resolver quebra-cabeças e enigmas demasiadamente complexos para uma única pessoa, sem que os desenvolvedores do jogo proporcionassem ferramentas para facilitar a comunicação entre esses participantes.

### **Explorando *The Beast***

*The Beast* foi apresentado ao público durante o trailer do filme *A.I.: Artificial Intelligence* (2001), em que uma das funções creditadas era estranha e se destacava das demais: o crédito de Jeanine Salla como *Sentient Machine Therapist* (SZULBORSKI, 2005).



Figura 1. Imagem do final do trailer de *A.I.: Artificial Intelligence* creditando Jeanine Salla como *Sentient Machine Therapist*

Ao procurar o nome de Jeanine Salla em uma ferramenta de busca, qualquer curioso seria conduzido a um site de uma universidade fictícia, considerado o primeiro website criado para o jogo. Nele, havia um artigo sobre a doutora Jeanine Salla e, escondidos na página, havia um endereço de e-mail e um número de telefone (SZULBORSKI, 2005 p. 91). Ao ligar para esse número, a pessoa receberia uma mensagem da secretária eletrônica afirmando que um amigo Evan Chan havia falecido há pouco tempo e algo não estava certo com sua morte.

De acordo com Szulborski (2005), a segunda pista também surgiu no trailer: os entalhes das letras de *SUMMER 2001* revelavam um segundo número de telefone. Ao ligar para ele, os jogadores recebiam uma mensagem de voz críptica que revelava um segundo site. Esse caminho eventualmente levou à conclusão de que Evan Chan havia sido assassinado (SZULBORSKI, 2005).



Figura 2. Imagem dos entalhes em cada uma das letras de *Summer 2001*. Os números da imagem foram adicionados pelo pesquisador.

Os rastros do mistério davam forma a uma extensa e complexa história, fragmentada em pedaços espalhados sem uma ordem própria em centenas de páginas de web, telefones, imagens, vídeos, sons e e-mails (SZULBORSKI, 2005). Essa miríade de informações e a complexidade dos enigmas apresentados forçava os participantes a se organizarem para avançar na história. Para isso, eles criaram ferramentas que possibilitassem organizar os pedaços de história coletados, discutir os achados e trabalhar cooperativamente para resolver enigmas (CLOUDMAKERS, 2018). Uma dessas ferramentas foi um site do grupo de jogadores mais ativos, conhecidos como Cloudmakers, que organizava e catalogava as descobertas e os avanços do jogo (CLOUDMAKERS, 2018). Outras ferramentas, como a “*The Plot*” ou “*The Characters*”, possibilitavam um resumo da história e dos personagens para os jogadores menos ativos. Szulborski (2005) aponta que o *design* dos desafios de ARGs parecem forçar os jogadores a trabalhar colaborativamente, mas, para ele, é da natureza do próprio jogo criar comunidades que trabalham de forma coletiva. Neste caso, não apenas a comunidade em si, mas também os próprios desenvolvedores acabavam trabalhando junto aos jogadores para dar continuidade à história. Devido à enorme quantidade de rupturas e brechas no formato como a história era apresentada, os *designers* do jogo tinham que reagir aos achados dos jogadores, como no caso em que os desenvolvedores acidentalmente usaram uma imagem da mesma mulher em duas localizações diferentes e tiveram que escrever uma explicação para os questionamentos levantados pelos jogadores que notaram essa falha (SZULBORSKI, 2005).

*The Beast* criou um legado que possibilitou a comissão de diversas outras campanhas de marketing através de ARGs e que incentivou desenvolvedores independentes a começarem suas próprias experiências (SZULBORSKI, 2005). Além disso, o projeto iniciou o diálogo que questiona o formato e categorização do que é um jogo e o significado do conceito de co-autoria entre jogador e desenvolvedores.

### Labirintos Participativos

Para que os ARGs funcionem, os desenvolvedores contam com a participação de diversos jogadores sem que haja qualquer comunicação direta entre eles. Mesmo com a enorme dificuldade de entrada no universo do jogo, como vimos no caso do *The Beast*, milhares de pessoas foram capazes de não só localizar a pista, como também intuitivamente se comunicar com outras, dando início ao

crescimento orgânico dessa comunidade. Dena (2008) acredita que a ausência de instrumentos midiáticos de comando, como controles de videogames, poderia ser um dos motivos de ARGs serem acessíveis a um grande público. Mas, observando a forma como suas ferramentas são desenvolvidas e suas comunidades são organizadas, os ARGs parecem simplesmente usar bem o potencial de sua principal mídia, a internet.

Na tentativa de compreender os aspectos e características que compõem as mídias digitais contemporâneas, como a internet, Lucia Leão (1999) busca na arquitetura dos labirintos uma semelhança com as estruturas dos hipertextos digitais. Em seu livro *O Labirinto da Hiperímia*, a autora esmiúça os diversos tipos de labirintos na história, explorando a composição dessas estruturas e as possíveis estratégias de exploração. Tudo isso é sobreposto ao funcionamento de diversos softwares e hipertextos que refletem os padrões estruturais dos labirintos. Entretanto, o objetivo desse artigo não é se aprofundar nos corredores do labirinto, mas apresentar como os ARGs também refletem estes mesmos padrões. Sendo assim, o trabalho de Arlindo Machado, orientador de Leão, em seu livro *Pré-cinemas e Pós-cinemas* (1997), é trazido, já que apresenta, de forma resumida, as características das estruturas contemporâneas das artes midiáticas. Nele, o autor busca iniciar um questionamento e usa categorias para observar novas mídias, sem a intenção de limitá-las ou regrá-las nessas categorias. Entre as características apresentadas, Machado (1997) discute os conceitos de interatividade, potencialidade e complexidade nas mídias digitais. Compactuando com Raymond Willians, Machado (1997) apresenta que a verdadeira interatividade possibilita a resposta criativa e não prevista da audiência. Além disso, a informática não é o início da discussão sobre interatividade, porém é a área que traz a possibilidade técnica (MACHADO, 1997). Para ele, a hiperímia permite “exprimir tais situações complexas, polissêmicas e paradoxais, que uma escritura sequencial e linear, plena de módulos de ordem, teria muito mais dificuldade de representar” (MACHADO, 1997, p. 253). Essa ideia se reflete na forma como as histórias de ARGs são expostas e escritas: os jogadores jogam com a própria permutação dos pedaços da história e ressignificam cada descoberta, mesmo que esse significado fuja da intenção dos desenvolvedores.

Machado considera o labirinto a melhor metáfora para a hiperímia, “pois a hiperímia reproduz com perfeição a estrutura intrincada e descentrada” dele (1997 p. 254). Referenciando Rosenstiehl (1988), Machado apresenta três traços que definem o labirinto: o primeiro é como ele é uma estrutura que convida a exploração; o objetivo principal não é chegar ao fim do labirinto, mas percorrer sua estrutura, explorando e se perdendo nela (MACHADO, 1997). É possível identificar essa característica em ARGs, que não apenas fazem o convite a exploração, uma característica intrínseca à natureza do próprio jogo, mas também o fazem ao prazer da exploração, que mantém jogadores e pesquisadores interessados em viver cada caminho desse labirinto mesmo anos após sua criação. Ainda hoje existem enigmas não resolvidos em *The Beast*, como é o caso do “*Reconstruct Puzzle*” (CLOUDMAKERS, 2018). Szulborski (2005) aponta que os *designers* e jogadores de ARGs não conseguem verbalizar porque dedicaram tanto tempo à criação e participação de uma experiência voluntária (SZULBORSKI, 2005). Talvez essa imersão seja justamente o que Machado (1997) aponta como a beleza de explorar e se perder no labirinto.

O segundo traço identificado é a “exploração sem mapa e à vista desarmada” (MACHADO, 1997, p. 255). A ideia é que quem se aventura no labirinto não possui uma visão global, apenas uma perspectiva local de onde está olhando dentro do labirinto. Essa característica se apresenta na forma como os jogadores têm acesso às pistas e pedaços narrativos nos ARGs: eles seguem míopes, sem saber onde o rastro de uma pista os levará, já que, inicialmente, são incapazes de olhar para todos os fragmentos da história de uma só vez. É apenas através da criação de ferramentas que os ajudam a se localizar no labirinto que os jogadores passam a ter uma visão mais global dos pedaços coletados. Mas essas ferramentas acabam servindo apenas como mapas, cuja possibilidade de representação é limitada, não dando conta da complexa topografia da hiperímia em questão (MACHADO, 1997).

É justamente a criação dessa ferramenta que leva ao terceiro traço do labirinto, a “inteligência astuciosa”, ou seja, a capacidade de aperfeiçoar as estratégias de exploração sem cair em infinitos loopings (MACHADO, 1997, p. 256). De acordo com Machado (1997), a mitologia apresenta duas estratégias possíveis para se guiar dentro dos labirintos. A primeira é o fio de Ariadne, que busca linearizar a estrutura bifurcada e complexa do labirinto ao dar-lhe um começo e um fim (MACHADO, 1997). A segunda é a dança dos gêranos, onde os participantes, de “mãos dadas em filas, simulam o percurso do labirinto” (MACHADO, 1997, p. 257). Com um líder na ponta de cada linha, os participantes percorrem o labirinto em qualquer sentido, informando quando encontram caminhos sem saída. Essa estratégia opta por explorar todas as alternativas do labirinto, dando significado à beleza da multiplicidade de espaços e tempos que a estrutura propõe (MACHADO, 1997). As comunidades de jogadores de ARGs utilizam ambas as estratégias para percorrer o jogo. Devido à complexidade dos desafios e à grande quantidade de percursos, ARGs requerem que os participantes aprendam a cooperar, como na dança dos gêranos. De mãos dadas, eles exploram cada pista e percurso em busca de novos fragmentos da história. Entretanto, como forma de se comunicar e apresentar o labirinto a novos participantes, os jogadores criam guias e ferramentas que linearizam suas descobertas, acelerando o conhecimento dos recém-chegados ou apenas saciando a curiosidade daqueles que observam de fora.

### **Jogos de realidade alternativa, uma ferramenta participativa**

Tendo em vista as características apresentadas por Machado (1997), é possível discutir a possibilidade de que a participação pode ser uma forma natural de estratégia que surge da necessidade de explorar a complexidade narrativa de novas mídias. Se as comunidades participativas de ARGs parecem se formar tão naturalmente, o problema da participação democrática poderia estar associado a estrutura fragmentada capitalista.

Do ponto de vista do *design* participativo, as experiências dessas comunidades de ARGs repetem os problemas de ferramentas de *codesign*, já que não buscam lidar com questões grandes e estruturais do trabalho democrático participativo. Mas isso pode ser relacionado ao propósito dessas comunidades e mesmo dos ARGs. Tomados por uma onda de publicidade e marketing, os projetos de ARGs têm levado uma grande quantidade de pessoas a conhecerem produtos e franquias e se sentirem pertencentes a elas por participarem ativamente no processo de composição e revelação das histórias dessas franquias. É o caso de jogos como *Why So Serious* (2007) da 42 Entertainment que, durante 15 meses, levou seus participantes a cooperarem e se comportarem como cidadãos de *Gotham*, fazendo passeatas para o candidato *Harvey Dent* ou trabalhando como capangas do personagem *Joker* (42 ENTERTAINMENT, 2007).

O potencial participativo de ARGs é visível; sendo assim, alguns projetos buscaram utilizar essa mídia para conscientizar jogadores de questões sérias atuais ou usaram as comunidades para discutir e resolver problemas reais. O jogo *World Without Oil* (2007), por exemplo, pedia aos jogadores que imaginassem suas vidas sem petróleo e representassem isso em qualquer mídia (*WORLD WITHOUT OIL*, 2007). Porém, a experiência não criava um labirinto propriamente dito, mas, sim, uma colagem de diversas formas de expressão da comunidade. Além disso, o jogo foi anunciado, o que por si só já escapa da característica de não se apresentar como jogo (WAITE, 2007). Dessa forma, por mais que houvesse conscientização do problema através da experiência, não foi criada uma verdadeira comunidade que explorasse um labirinto. Novos projetos têm buscado lidar com um propósito maior do uso de ARGs, mas, até então, nenhum deles pareceu ter alcançado grande êxito. Esse poderia ser um problema da própria mídia do jogo que impossibilita lidar com questões políticas reais. Para criar a ilusão de um labirinto, é necessário que sempre haja um *designer* ou, como são conhecidos dentro da comunidade ARG, um *puppet master* (mestre das marionetes) para dar forma ao labirinto e tomar as decisões que guiam a história.

Ao tratar os ARGs como ferramentas de *codesign*, é possível aplicar as mudanças que Bødker e Kyng (2018) apontam como necessárias para um novo *design* participativo. Os *designers* de ARG deveriam trabalhar não apenas como pesquisadores de questões de participação, mas como ativistas, trabalhando em prol de uma visão democrática (BØDKER; KYNG, 2018). Outros pontos apontados são as formas de entender os participantes de um projeto quando o sucesso depende da produção de artefatos e do desenvolvimento de estruturas de controle democrático que possibilitem um debate crítico sobre o desenvolvimento de visões políticas (BØDKER; KYNG, 2018). Quanto a esses dois quesitos, as comunidades de ARGs podem mostrar que, quando motivados, os próprios participantes são capazes de desenvolver ferramentas e estruturas que possibilitem uma comunicação não hierárquica. Além disso, problemas de continuidade com o projeto poderiam ser contornados com a própria comunidade se interessando pelos reflexos da participação na vida cotidiana.

### Considerações finais

Jogos de realidade alternativa têm proporcionado uma estrutura de criação de comunidades participativas através do uso de narrativas que se aproveitam de sua capacidade de expressar situações polissêmicas e complexas. Ainda assim, os projetos com mais investimentos têm sido usados para promoção de produtos. Dessa forma, a linguagem dos ARGs, que proporciona uma forma natural de formação de comunidade, tem sido explorada pela estrutura hierárquica capitalista. É estratégico pensar na retomada dessa ferramenta para melhor entender como utilizar as mídias contemporâneas em favor da resolução de problemas estruturais da produção de trabalho, da discussão da saúde e da participação na educação. Os ARGs estão longe de ser uma solução pronta para o problema do *design* participativo, mas são um começo para entender como as estruturas comerciais têm dado um passo à frente para utilizar essa ferramenta a favor de manifestações com o intuito de engrandecer franquias do entretenimento. Talvez o caminho seja retirar a ideia de realidade alternativa, e utilizar essa ferramenta midiática para visibilizar os jogos de poderes que acontecem no cotidiano e são jogados sem a participação dos jogadores sociais.

### REFERÊNCIAS

42 ENTERTAINMENT. *Why So Serious.* 2007. Disponível em: <<http://www.42entertainment.com/work/whysoserious>>. Acessado em 19 de set. 2018

*A.I.: Artificial Intelligence.* Direção de Steven Spielberg. Estados Unidos: DreamWorks, 2001. 1 DVD (146 min.) son., color.

BRAVERMAN, H. *Trabalho e Capital Monopolista.* Rio de Janeiro: LTC, 1987.

BØDKER S.; KYNG, M. *Participatory Design that Matters —Facing the Big Issues.* ACM Trans. Comput.-Hum. Interact. 25, 1, Article 4, 31 pages. 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1145/3152421>>

CLOUDMAKERS. *The Trail v9.0. Web Archive.* Disponível em: <<http://web.archive.org/web/20150813033014/http://cloudmakers.org/trail/>>. Acesso em 29 out. 202.

DENA, C. *Emerging participatory culture practices: Player-created tiers in alternate reality games. Convergence*, v. 14, n. 1, p. 41-57, 2008.

DENA, C. *Tiering in Alternate Reality Games - Online Augmentation'* *GitBooks.* 2017. Disponível em: <<https://universecreation101.gitbooks.io/tiering-in-alternate-reality-games-online-augment/>>. Acesso em 29 out. 202.



*I LOVE BEES*. Estados Unidos. *42 Entertainment*. 2004.

JENKINS, H. **Convergence Culture**: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press. 2006.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 1997.

MCGONIGAL, J. *Alternate Reality Game*. **Avant Game**. 2005. Disponível em: <<https://www.avantgame.com/McGonigal%20ARG%20MacArthur%20Foundation%20NOV%2004.pdf>>. Acessado em 29 out. 2022.

ROSENSTIEHL, Pierre. **Labirinto**. Enciclopédia Einaudi, v. 13, p. 247-273, 1988.

SATCHELL, C.; DOURISH, P.. *Beyond the user: use and non-use in HCI*. In **Proceedings of the 21st Annual Conference of the Australian Computer-Human Interaction Special Interest Group: Design: Open 24/7 (OZCHI '09)**. ACM, New York, NY, USA, 9-16. 2009. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1145/1738826.1738829>>

SZULBORSKI, D.. **This is not a game: A guide to alternate reality gaming**. Incunabula, 2005. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=7-WO3qqogiUC&lpg=PT22&ots=nidc7DQ3JK&dq=history%20of%20alternative%20reality%20games&lr&hl=pt-BR&pg=PT22#v=onepage&q&f=false>>

*THE BEAST*. Estados Unidos. *42 Entertainment*. 2001.

WAITE, J. *Game Launch: World Without Oil*. **ARGNet**. 2007

*WHY SO SERIOUS*. Estados Unidos. *42 Entertainment*. 2007.

*WORLD WITHOUT OIL*. Estados Unidos. San Jose e Ken Eklund. 2007.

*WORLD WITHOUT OIL*. Writer Guy. 2007. Disponível em: <<http://worldwithoutoil.org>>. Acessado em 29 out. 2022.