

Jogando com a realidade: *alternate reality games* como jogos de imaginação coletiva¹

Luá OCTAVIANO²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

Este artigo propõe uma discussão a respeito de *alternate reality games* (ARGs), no que tange sua caracterização imersiva diante de um cenário de convergência midiática. Fazemos isso a partir de exemplificações com os jogos propostos pelo seriado televisivo *Mr. Robot*, e trazendo para discussão concepções frequentemente utilizadas para destacar os ARGs diante de outras experiências lúdicas. Propomos por fim um entendimento deste objeto a partir de uma lógica de faz-de-contas, em detrimento do aspecto imersivo que a incorporação de elementos reais em obras ficcionais evoca.

Palavras-chave: *alternate reality games*; convergência midiática; games; imaginação; imersão;

INTRODUÇÃO

Com surgimento no início dos anos 2000 — e frequentemente associado à experiência *The Beast*, criada pela Microsoft como parte de uma grande estratégia de marketing do filme *A. I. – Inteligência Artificial* —, os *Alternate Reality Games* (ARGs) mobilizaram no início do século a atenção das mídias, dos consumidores digitais e dos estudos de jogos, figurando como exemplo corriqueiro de estratégias imersivas das novas mídias.

O trabalho aqui apresentado³ busca retomar algumas das discussões a respeito deste objeto, no que tange sobretudo suas especificidades frente a outros modelos de jogos digitais, a partir das experiências de realidade alternativa construídas para o seriado televisivo *Mr. Robot* (2015 – 2019), desenvolvidas ao longo de suas quatro temporadas.

¹ Trabalho apresentado no GP Games, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação (PPGCOM) da UFF, e-mail: luacomacento@gmail.com

³ Este trabalho apresenta resultados iniciais da pesquisa desenvolvida a nível de mestrado no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM/UFF), financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), e orientada pelo Prof. Dr. Benjamim Picado, docente da mesma instituição.

Dessa forma, iniciamos a primeira parte deste trabalho traçando uma contextualização do objeto frente ao cenário da televisão americana das últimas décadas, inserida na lógica de uma era de convergência midiática (JENKINS, 2009) e de expansão transmídia de objetos narrativos. Abordaremos, de maneira breve, a legitimação que objetos interativos vêm ganhando dentro desta mesma indústria televisiva, e a crescente importância dos jogos eletrônicos na indústria do entretenimento.

Em seguida, adentramos propriamente nos jogos de realidade alternativa e, utilizando os ARGs de *Mr. Robot* a fim de estudo, discutimos a respeito de alguns dos conceitos formadores deste objeto, e notadamente reconhecidos como pontos centrais de estudo dos mesmos, como a lógica da imersão expressa pela filosofia TINAG (*This is Not a Game*), frase que se tornou marcante do fenômeno ARG e passou a ser associada a ele em sua dissolução da ficcionalidade dentro de um universo real de experiências (MCGONIGAL, 2003; SZULBORSKI, 2005). Colocaremos em discussão a noção de uma imersão atípica exclusiva destes objetos, colocados em pedestal por sua capacidade de mesclar ficção em situações reais.

Por fim, recorreremos a definições canônicas nos estudos dos *games*, tais como aquelas elaboradas por Huizinga (2019) e Caillois (2017), para traçar uma forma de compreender os jogos de realidade alternativa, comparando-os a outros tipos de jogos não-digitais, que não o isole de outras experiências lúdicas, e compreendendo a lógica de incorporação de elementos reais como uma que propõe a imaginação, o fazer-de-contas (WALTON, 1990).

INTERAÇÃO E CONVERGÊNCIA DOS MEIOS

Segundo levantamentos do instituto de pesquisa *Super Data Research*, a indústria dos games e das mídias interativas é uma das que mais cresceu ao redor do mundo nos últimos anos, com lucro estimado em 120 bilhões de dólares apenas no ano de 2019⁴, e já pode ser considerada a mais relevante em termos financeiros dentro do setor do entretenimento. Parece natural, portanto, que os diversos ramos deste mesmo setor

⁴ Os valores incluem jogos eletrônicos nas três principais plataformas (mobile, desktop e consoles), bem como conteúdo em vídeo voltado para jogos, como streaming, e experiências de realidade virtual. Dados da. Super Data Research. Disponível em: <https://www.superdataresearch.com/2019-year-in-review/?itemId=v4s42dbcypw4ka6cq60m57t6v9nbdx>. Acesso em 07 de setembro de 2020.

resolvam integrar essa crescente indústria em sua lógica de produção. Com a televisão isso não é diferente.

A ideia não é recente, *Os Simpsons* já possuíam um jogo eletrônico lançado no ano de 1991, e de lá para cá, de *Lost* a *Game of Thrones*, diversos seriados optaram por lançar produtos tangencialmente ligados à obra de televisão a fim de aproveitar o sucesso de seus programas e levá-lo a novas mídias. No entanto, sobretudo nas últimas décadas, parece haver outros dois fatores que permeiam a intenção da indústria televisiva de expandir seus objetos de maneira lúdica.

O primeiro parece estar atrelado a um contexto de convergência dos meios de comunicação. Na busca por engajar seu público consumidor, essa mesma indústria, como todas as outras mídias, precisou ir além de seus próprios meios e passar a produzir conteúdo que movimente múltiplas plataformas, atingindo, sobretudo, a internet. Eis o que Jenkins (2009) denominou de cultura da convergência, um padrão cultural que se estabeleceu nas últimas décadas, com a popularização e democratização do acesso aos meios digitais, termo que diz respeito “ao fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação.” (JENKINS, 2009, p. 29)”. Caso se deseje obter sucesso na fidelização de seu público, a produção de conteúdo estruturado em múltiplas plataformas se faz necessária.

Evidente que isso, por si só, não explica a busca pelo formato de jogo. Mas soma-se a esse interesse o segundo ponto que podemos perceber, que está atrelado à ideia de interatividade. Não é por coincidência que o estudo mencionado anteriormente, a respeito dos lucros da indústria dos jogos, o coloca junto à categoria de “mídias interativas”. Os jogos, sejam eles de que tipo forem, são exemplos tradicionais de interatividade; pode-se assistir a um programa televisivo de forma passiva, mas para jogar um jogo é necessário um determinado grau de força participativa do usuário, jogar é uma forma de agir.

De fato, o elemento interativo vem ganhando força na televisão dentro do contexto da convergência midiática e da crescente força das mídias interativas, sejam elas as redes sociais ou os jogos. Desde o ano 2000, uma das maiores premiações da televisão estadunidense, os *Emmy Awards*, incluem em seu rol de prêmios criativos categorias diretamente ligadas a mídias interativas. Embora variem ano a ano, tais categorias costumam alavancar programas em mídias interativas e em 2020 uma nova categoria

emblemática para nossa questão se fez presente: o prêmio para melhor *Interactive Extension of a Linear Program*, ou, em tradução livre, extensão interativa de um programa linear.

A interatividade, em todos os três casos indicados para esse mesmo prêmio, tem relação direta com aspectos lúdicos e de mescla entre realidade e ficção, características chaves dos jogos de realidade alternativa. Em verdade, dois desses indicados, incluindo o vencedor — e escolha de nossa pesquisa, *Mr. Robot: Season_4.0 ARG* —, se tratam de ARGs, cabendo apenas ao terceiro um formato distinto, a criação de um restaurante temporário baseado no seriado *Stranger Things*, da Netflix.

Portanto, dentro do contexto de convergência midiática, o esforço produtivo de obras interativas atreladas a mídias tradicionais é estimulado e, recentemente inclusive premiado. Os ARGs são oriundos deste contexto e não seriam possíveis sem o mesmo. A televisão vêm buscando incluir elementos interativos e expandir sua rede de influência para outras mídias, num esforço multiplataforma, e os jogos de realidade alternativa figuram como uma possibilidade bastante interessante nesse sentido, por trazerem o público para dentro das histórias fictícias, estimulando não apenas a participação ativa dos mesmos, mas o engajamento social em redes digitais, ao colocar os jogadores em rede coletiva para solução de mistérios, contribuindo para a formação de uma inteligência coletiva (JENKINS, 2009) que só é funciona dentro da internet.

IMERSÃO EM REALIDADE ALTERNATIVA

Há um outro fator que costuma adentrar as discussões acerca dos ARGs, frequentemente utilizado para destacar sua potência em detrimento de outros modelos de jogos: a noção do jogo de realidade alternativa como um produto que propicia um nível de imersão dos jogadores distinto de tudo o que antes se viu, e que só pode ser alcançado nesse tipo de modelo (SZULBORSKI, 2005). Faz-se necessário que essa compreensão seja problematizada, caso contrário um estudo do objeto corre o risco de cair num entendimento enviesado no que tange a incorporação de elementos reais na lógica operacional deste.

A visão de Szulborski, notório puppetmaster⁵, e que aparenta operar de forma notória nas conceptualizações do termo, destaca o uso de uma lógica criacional desta mídia, a da asserção “*This is not a game*”. Acontece que um jogo de realidade alternativa, como normalmente concebido, opera em segredo; não é divulgado em nenhuma mídia, não se afirma enquanto jogo, sua existência frequentemente é negada pelos seus criadores. É aqui que começa a operar o caráter imersivo associado ao produto.

This genre, know most frequently ass “immersive gaming”, but also dubbed by its players as “unfiction” and “collective detecting”, is best known by its reliance on cooperative game play and its constant insistence: “This is not a game.” (MCGONIGAL, 2003, p. 02)

Embora existam exceções, um jogo de realidade alternativa normalmente se inicia com alguma pista lançada à mão dos fãs de um produto, que ao tentar decifrar o que aquilo significa se percebem dentro de uma trama de mistérios a serem concluídos. No entanto, um dos problemas que percebemos na abordagem acadêmica ao estudo do objeto se dá em seu foco em aplicações iniciais da ideia, e uma ampliação dessa mesma experiência inicial para casos que posteriores. Parte encarada como constitutiva da noção de um ARG, a noção de que os jogadores não têm certeza, de início, do que aquela experiência se trata é facilmente aplicável ao caso de *The Beast*, compreendido como chave do início deste produto. Mas não necessariamente podemos dizer o mesmo de um público já acostumado ao formato.

No caso das experiências do seriado aqui trabalhado, *Mr. Robot*, os jogos de realidade alternativa se iniciam no intervalo de antecipação para sua segunda temporada, quando o usuário *SadBoisKappa* resolve ligar para um número presente no trailer publicado pelo canal oficial do seriado na plataforma YouTube. Ao fazer esse procedimento, uma mensagem de voz afirma que aquele número se trata de uma central de atendimento da empresa fictícia ECorp, presente no universo do seriado, e a ligação é interrompida subitamente, quando uma série de *beeps* pode ser ouvida. O usuário então percebe que pode estar diante de um jogo, e publica essa informação numa comunidade dedicada ao seriado na plataforma Reddit:

A suspicious series of clues beginning with the trailer suggests that we may have discovered the beginning of a Mr. Robot Alternate Reality Game. At 0:41 in the newest Season 2 trailer, there is a phone number

⁵ Termo utilizado para se referir aos criadores, conceituadores e operadores de jogos de realidade alternativa, aqueles que operam o objeto e conduzem o jogador pelos desafios, como marionetes.

on the box. Calling this number plays a message followed by a series of beeps. These beeps can be decoded, leading to the website www.fsoc.sh. From here, we have found even more hidden messages and codes to crack. This post will serve as a record of our progress and a place to discuss the game.⁶

O que se desenrola a partir disso é uma pequena sequência de pistas que fatalmente levam a uma mensagem de congratulação e um formulário, no qual aqueles que se inscrevessem ganhariam materiais promocionais da obra de televisão (uma máscara e um casaco). O ARG foi resolvido de maneira rápida, por ser simples, mas gerou atenção o suficiente na comunidade de fãs para fazer com que os responsáveis pela série criassem novas experiências do tipo nas temporadas seguintes, cada vez mais complexas e envolvendo mais pistas e páginas a serem navegadas. Um mapa de tudo a ser descoberto na quarta edição do jogo, vencedora do prêmio Emmy mencionado no início deste texto, foi criado pelos jogadores ao decorrer da descoberta de novas informações, e, após o final da experiência, se consolida da seguinte forma:

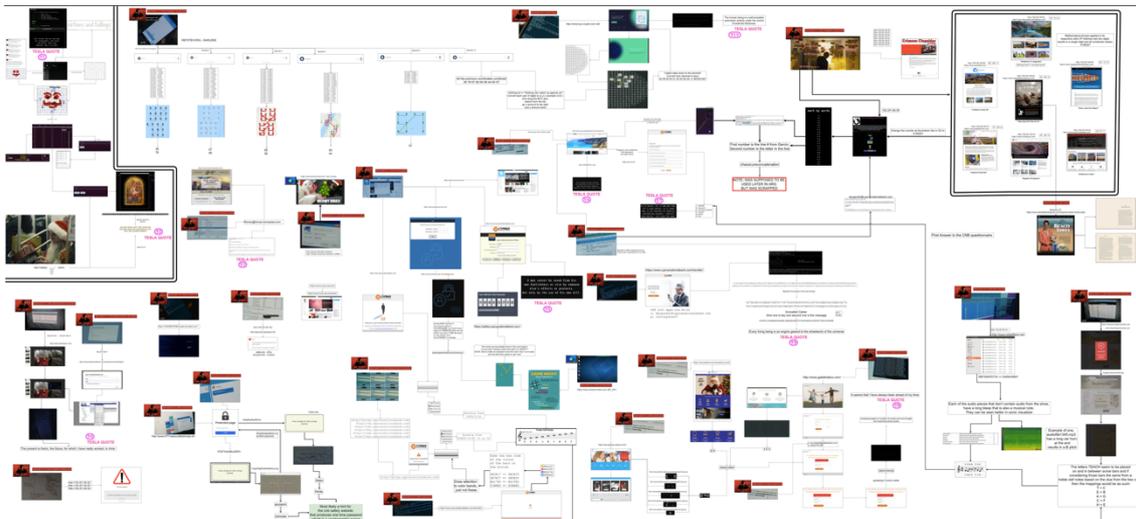


Figura 1: Mapa de pistas de Mr. Robot: Season_4.0 ARG

Uma das coisas que podemos perceber nesses relatos está no fato de que a todo momento os jogadores estão cientes de estarem participando de um jogo. Ele se desenrola nos momentos voluntários de participação dessa comunidade, e por mais que demande a interação com elementos reais — seja através de ligações para números de telefone ou

⁶ Disponível em: https://www.reddit.com/r/MrRobot/comments/4joo75/no_spoilers_mr_robot_arg_master_thread/. Acesso em 8 de outubro de 2020.

mesmo da análise de conteúdos na internet e conhecimentos de fora do universo do seriado —, o jogo se dá em seu próprio espaço.

O jogo de realidade alternativa, portanto, prevê uma lógica operacional distinta, utilizando-se de uma emulação da realidade que não prevê interfaces simuladas (MCGONIGAL, 2003; SZULBORSKI, 2005), mas não acreditamos ser possível afirmar que este provoca uma experiência imersiva total, como se o jogador estivesse imerso numa realidade completamente distinta que toma conta de nossa própria percepção (MURRAY, 2003), e não fornece ao mesmo um elevado grau de agência próprio das experiências imersivas; não se pode fazer verdadeiramente tudo o que se possa querer, você é, enquanto jogador, limitado a estar dentro de regras do jogo, mesmo que de início — e por vezes mesmo depois de completa a experiência — não seja capaz de compreender quais são as regras que o sustentam.

Essa visão precipitada a respeito dos ARGs parece surgir pelos discursos dos próprios jogadores do formato, ao contar a respeito de suas experiências com *The Beast*, como descreve McGonigal (2003). No entanto, não parece propício a uma análise dos jogos presumir que a experiência tal qual descrita de forma apaixonada pelos fãs representa o que de fato se passou, e podemos perceber que este não é o caso, ao menos no que diz respeito aos acontecimentos do ARG aqui trabalhado.

A falácia imersiva, que destaca este objeto como único, se sustenta ainda pela suposta dissolução de um *game space*. O argumento diz que, ao se utilizar de situações reais e não ter uma interface virtual, o ARG rompe com o que Huizinga (2019) chamou de círculo mágico, uma noção de o jogo como elemento separado da vida cotidiana, que tem seu próprio espaço e tempo.

O jogo é uma ação ou uma atividade voluntária, realizada dentro de certos limites fixados de tempo e lugar, de acordo com uma regra livremente consentida, mas completamente imperiosa, provida de um fim em si, acompanhada de um sentimento de tensão e de alegria, e de uma consciência de ser algo diferente da vida cotidiana.” (HUIZINGA, 2019, p. 57–58)

Mas o círculo mágico não é verdadeiramente rompido, tão somente expandido. O jogador permanece sendo agente voluntário, sabe que está a participar de um jogo, pode interrompê-lo quando necessário, e mesmo que este o leve a realizar tarefas que se assemelhem com sua vida real, a experiência de estar jogando segue presente.

Além disso, o espaço do ARG é, evidentemente, o espaço virtual. Por não se tratar de uma experiência personalizada, os jogos de realidade alternativa podem levar o jogador a interagir com situações reais, descobrir pistas sozinho e possivelmente até solucioná-las; mas sua experiência completa só avança através das discussões online. Ele é, primordialmente, um jogo social. Eis a motivação para que os jogadores elaborem mapas complexos com as informações descobertas, ou que desde a primeira experiência de realidade alternativa de Mr. Robot, um tópico tenha sido criado para reunir as informações coletadas. O ARG não apenas propicia um grau de interação entre seus participantes para a formação de uma inteligência coletiva (JENKINS, 2009), ela faz-se necessária, pois faz parte da lógica lúdica do jogo, é nesta inteligência coletiva que o mesmo se permite avançar. O mundo online pode ser suspenso temporariamente para seguir tarefas, mas é necessário que a todo momento o jogador retorne para este mesmo mundo, onde o jogo se encontra verdadeiramente.

Tampouco a lógica TINAG é sustentável como amplificação imersiva. É precisamente a lógica do jogo percebido como tal que leva seu público a antecipá-lo, tentar desvendá-lo, e enxergá-lo em elementos que não fazem parte do mesmo. O jogo é interessante por sê-lo, por ter um objetivo final que deve ser alcançado, e os fãs tentam alcançá-lo, e se interessam pelas pistas que podem ter sido perdidas a uma percepção inicial. O ARG interessa por ser uma experiência distinta, mas não por proporcionar uma experiência que pareça real, e nesse sentido não é mais imersivo que um jogo eletrônico ou a experiência de assistir ao próprio seriado.

ARG COMO FAZ DE CONTAS

Ora, há evidentemente nos jogos de realidade alternativa uma ordem operacional que mescla ficção e realidade de maneira que jogos eletrônicos, e mídias não-interativas, como a televisão, não o fazem. Se afirmamos que isso não implica num reconhecimento do objeto como um especialmente imersivo, então o que a criação de uma realidade alternativa implica?

Quando Caillois (2017) retoma a discussão a respeito da definição de jogos proposta por Huizinga, que, como mencionado anteriormente, o conceitualiza a partir de noções como regras, espaços e tempo definidos e distintos da vida real do jogador, afirma que

Muitos jogos não têm regras, de modo que elas não existem, pelo menos que sejam fixas e rígidas, para brincar de boneca, soldado, polícia e bandido, cavalo, trenzinho, avião, geralmente nos jogos que supõe uma livre improvisação e cujo principal atrativo vem do prazer de desempenhar um papel, de se conduzir como se fosse alguém ou mesmo alguma coisa diferente, uma máquina, por exemplo. Apesar do caráter paradoxal da afirmação, diria que aqui a ficção, o sentimento do como se substitui a regra e cumpre exatamente a mesma função. A regra cria uma ficção por conta própria. (CAILLOIS, 2017, p. 33)

Esse nos parece ser precisamente o modelo mais propício para compreender o fenômeno dos jogos de realidade alternativa. Não que exista nestes, propriamente, uma ausência de regras, suas regras são operacionais e se misturam com regras cotidianas da vida real, do meio digital (o que pode ou não ser feito na internet), da lógica operacional do mundo do seriado (aqui, por se tratar de uma obra que aborda o universo hacker, há certas lógicas que regem o que deve ser feito para o acesso de pistas), e regras de etiqueta do convívio social, mesmo que digital (se entendermos o espaço de jogo dos ARGs como aquele no qual se situam as discussões de seus jogadores, então podemos destacar as regras das plataformas de discussão como pertencentes ao próprio jogo). Mas não é o fator regrado que guia a experiência distinta do ARG, mas a simulação de uma experiência ficcional incorporada no universo real de ação.

O que propomos com essa afirmação é um entendimento do objeto como um que menos se assemelha a jogos eletrônicos, ou jogos como o xadrez, e tampouco a outras experiências lúdicas coletivas, como o esporte, mas a brincadeiras de imaginação. Nesse sentido, jogar um jogo de realidade alternativa se assemelha a brincar coletivamente de boneca. Se a diferenciação dos ARGs está em sua capacidade única de integrar ficção e realidade, então é precisamente este aspecto ficcional que guia o modelo. Se, como afirma Caillois (2017, p. 34), “os jogos não são regrados e fictícios. São antes ou regrados ou fictícios”, então nos parece evidente que devemos destacar o ARG como um jogo fictício.

Se seguirmos nesta lógica e recorrermos novamente às distinções em quatro categorias (agôn, alea, mimicry e ilinx) propostas por esse autor, facilmente estabelecemos o objeto como um categorizado pela mimicry:

Todo jogo supõe a aceitação temporária, se não de uma ilusão (ainda que esta última palavra signifique apenas entrar no jogo: *in-lusio*), pelo menos de um universo fechado, convencional e, sob certos aspectos, fictício. O jogo pode consistir não em exibir uma atividade ou em experimentar um destino em um meio imaginário, mas em tornar a si mesmo um personagem ilusório e em se conduzir de acordo com ele.

Encontramo-nos então diante de uma série variada de manifestações que tem como característica comum apoiar-se no fato de o sujeito simular crer, fazer crer a si próprio ou fazer com que os outros creiam que é um outro diferente de si mesmo. (CAILLOIS, 2017, p. 45)

A partir desta compreensão, é a lógica do faz-de-contas que opera na incorporação de elementos reais em universos fictícios proposta pela realidade alternativa. Superando uma concepção de imersão elevada dessa proposta, como sugerimos anteriormente, torna mais fácil enxergarmos os ARGs em seu aspecto lúdico, propriamente enquanto um ato de jogo. Não enquanto um jogo digital, mas um jogo de imaginação.

Nesse sentido, os elementos reais incorporados nesse universo imaginativo funcionam como *props* (WALTON, 1990), objetos que geram realidades ficcionais (portanto alternativas) deliberada dentro de um contexto imaginativo. A descrição de Walton de imaginação coletiva pode ser facilmente incorporada ao objeto, a partir do que já entendemos como o espaço de jogo do ARG e seu aspecto social, construído coletivamente em redes digitais às quais os jogadores precisam sempre retornar, dado que “participantes de uma fantasia coletiva podem compartilhar suas experiências uns com os outros. Eles podem discutir o que imaginaram e comparar suas reações” (Ibid., p. 30). Essa é a operação que a inteligência coletiva dos ARGs proporciona.

Quando o fã de Mr. Robot liga para um número telefônico e ouve uma voz do outro lado da linha dizendo se tratar de uma central de atendimento de uma empresa que ele sabe não existir, ou quando acessa um site supostamente pertencente à mesma empresa e encontra uma série de pistas, ele não está absorto na experiência ficcional de forma que a realidade e ficção se misturam. Ele está exercendo um ato imaginativo. Esses elementos reais, portanto, servem de forma a produzir realidades ficcionais, servindo como *props* do jogo de faz-de-contas. A operação mental que se dá lugar não é a de que os elementos sejam reais, mas levam o jogador a fingir, por um breve momento, que o são, que aquele universo ficcional possível é um no qual ele está inserido.

Aqui reside a força da realidade alternativa, que precisa ser estabelecida de forma distinta de outros formatos de mídia interativa. A experiência de uma realidade simulada a partir de uma interface, como a dos videogames, não proporciona uma imersão menor que a dos ARGs, mas sim uma lógica imaginativa distinta. Neles, a imaginação se dá *a priori*, antes de adentrarmos no jogo. Fazemos de conta que aqueles elementos dispostos numa tela são constituintes de um universo ficcional que dá início no momento em que o

jogo se inicia. Estes mesmos elementos são, portanto, objetos da imaginação, mas não a geram, apenas são constituintes do mundo ficcional. Nos jogos de realidade alternativa, por outro lado, são precisamente os elementos percebidos que levam o jogador a imaginar que aquilo que ele sabe ser fictício, se torne real. A voz do outro lado da linha não é constituinte de um universo de ficção, ela *constrói* a própria ficção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procuramos propor com este trabalho uma maneira de conceitualizar a mescla entre ficção e realidade dos jogos de realidade alternativa que se distancie brevemente da ilusão imersiva. Com isso, ampliamos o escopo de análise dessas obras de forma a serem entendidas como experiências de imaginação coletiva.

Embora a pesquisa aqui apresentada se encontre em estágios iniciais, e os conceitos expostos ainda careçam de serem aprofundados, o artigo propõe uma visão inicial de elementos que serão estruturais da lógica de compreensão dos próximos passos de nossa investigação, onde entraremos a fundo na obra aqui levantada, trabalhando a realidade alternativa como um jogo que propõe o *make believe*. Ainda há muito a ser explorado a respeito dos *alternate reality games*, e esperamos com isso levantar sugestões de estudo que atualizem o objeto para novas lógicas operacionais.

REFERÊNCIAS

- CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.
- HUIZINGA, J. **Homo Ludens: O jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 2019.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- MCGONIGAL, J. This is not a game: Immersive aesthetics and collective play. *In*: Melbourne DAC 2003 Streamingworlds Conference Proceedings. **Anais...** Melbourne, 2003.
- MURRAY, J. **Hamlet no holodeck**. São Paulo: Unesp, 2003.
- SZULBORSKI, D. **This is not a game: a guide to alternate reality gaming**. S.l.: New-Fiction Publ., 2005.
- WALTON, K. L. **Mimesis as make-believe: On the foundations of the representational arts**. Cambridge/MA: Harvard University Press, 1990.