

Jogos pervasivos e zonas bluetooth: espaço, lugar e mediação em práticas comunicacionais contemporâneas

Luiz Adolfo ANDRADE¹
Macello Santos MEDEIROS²

Resumo

Nos últimos anos, temos observado mudanças significativas no panorama da cultura midiática como, por exemplo, o surgimento das mídias pervasivas que se tornaram expoentes das novas tecnologias de comunicação e informação, estimulando formas alternativas para uso do espaço urbano. O objetivo deste trabalho é demonstrar como duas experiências envolvendo mídias pervasivas – jogos pervasivos e zonas *Bluetooth* – têm utilizado o espaço urbano e os lugares, apresentando-se como mediadores de práticas comunicacionais. A hipótese sustentada é que, na linguagem típica das mídias pervasivas, o espaço deixa de ser parte residual no processo para figurar como dimensão fundamental para as práticas comunicacionais contemporâneas. Desta forma, instaura-se um processo de mediação fundamentado no uso do espaço como base para produção de um lugar que figuram como suporte midiático onde os interlocutores criam significados através de suas próprias ações.

Palavras-chave: Espaço. Lugar. Interação. Jogos Eletrônicos. Bluetooth.

Abstract

In recent years, we have observed significant changes in the landscape of media culture, for example, the emergence of pervasive media that have become exponents of the new technologies of communication and information, promoting alternative ways to use urban space. The objective of this study is to describe two experiments involving pervasive media - pervasive games and Bluetooth zones - have used urban space and places, presenting themselves as mediators of communication practices. The hypothesis is that, in language typical of pervasive media, space is no longer the residual part in the process to figure as a fundamental dimension to the contemporary communication practices. Thus the aim is a mediation process based on the production of space and a

¹ Doutor pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA. Professor do cursos de comunicação social da UNEB e de ciências da computação da FACAPE. Coordenador do LEME/UNEB (Laboratório de Estudos em Mídia e Espaço), grupo de pesquisa cadastrado no CNPQ.

² Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Professor da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) e do Centro Universitário Jorge Amado (UNIJORGE). Coordenador do LEME/UNEB (Laboratório de Estudos em Mídia e Espaço) e membro do Lab 404/UFBA.



place that acts as support media in which the interlocutors create meanings through their own actions.

Keywords: Space. Place. Interaction. Electronic Games. Bluetooth.

Introdução

Ao adentrar em uma loja de departamentos, o cliente recebe no seu celular mensagem perguntando se ele gostaria de ganhar um cupom de descontos para usar naquele estabelecimento. Em outro ponto da cidade, pessoas se reúnem para encontrar tesouros a partir de pistas e puzzles descobertos em um misterioso perfil no Facebook. Estas são práticas contemporâneas em que podemos observar mudanças significativas no panorama das linguagens da comunicação, por exemplo, as relacionadas ao uso de mídias pervasivas³, que se tornaram expoentes das novas tecnologias de comunicação e informação. As mídias pervasivas promovem formas alternativas para uso do espaço urbano, que podem ser verificadas em exemplos envolvendo a Comunicação Locativa em zonas Bluetooth e os jogos pervasivos. Estas experiências somente se tornam possíveis a partir da criação de um lugar sobre o espaço.

Com base nesta constatação, o objetivo do presente trabalho é demonstrar como estas duas experiências relatadas, as zonas Bluetooth e os jogos pervasivos, têm utilizado lugares como mediadores na comunicação social. Nossa hipótese sustenta que, na linguagem típica das mídias pervasivas, o espaço deixa de ser parte residual no processo de mediação, ou seja, um pano de fundo para atividades de emissores e receptores, figurando como dimensão fundamental para as práticas comunicacionais na cultura midiática contemporânea. Nestes casos, o espaço serve de base para ação social que ocorre em diferentes escalas temporais, produzindo um processo chamado *espacialização*, caracterizado pela criação de um lugar, que se torna importante mediador. Ilustram nossa discussão exemplos relacionados à duas práticas comunicacionais que usam o potencial das mídias pervasivas: a comunicação utilizando

³ Pervasivo é um adjetivo que significa “espalhado, penetrante, infiltrado”. No caso das mídias pervasivas, significa que elas se infiltram nos objetos comuns e se espalham pelo ambiente.



as zonas Bluetooth e os jogos de realidade alternativa, gênero popular inserido na categoria dos jogos pervasivos.

Para desenvolver nosso argumento, iniciamos discutindo a produção midiática do espaço, operada socialmente para criar lugares que existem em função do tempo. Um lugar combina materialidade, sentido e prática, oferecendo-se como suporte para interações onde as pessoas criam significados através de suas próprias ações. É o caso das zonas Bluetooth, onde usuários recebem informações relativas aos lugares em que eles se encontram, e dos jogos de realidade alternativa, que operam *espacialização* para criar um lugar “mágico” no tempo e no espaço.

No segundo momento, apresentamos a noção de mídia pervasiva dando ênfase à sua relação com o espaço urbano e a produção de lugares. Como o próprio nome sugere, as mídias pervasivas são incorporadas à infraestrutura das cidades e aos objetos comuns, criando uma linguagem com base no modelo da computação ubíqua e em informações contextuais, que agregam tempo, usuário, localização e interação. A partir desta relação entre os contextos, podemos perceber uma mudança na compreensão das formas de linguagens na comunicação que tomam o lugar como referencial no processo de mediação.

Em seguida, abordaremos a Comunicação Locativa, uma das quatro formas de comunicação que surgem a partir da relação entre lugar e mediação, cujo melhor exemplo seria o conjunto de práticas comunicacionais que utilizam as zonas Bluetooth. Nelas é possível verificar características como a interação do tipo interface móvel, o uso de celulares e *smartphones* como meio técnico de transmissão de informação e a co-presença entre produtores, emissores e receptores da informação, o que irá diferenciar das demais formas.

Por fim, discutimos o caso dos jogos pervasivos, nos debruçando sobre o gênero dos jogos de realidade alternativa, conhecidos pela sigla ARG - desafios que usam o potencial das novas tecnologias de informação e comunicação para borrar fronteiras entre realidade e ficção. Os jogos são exemplos particularmente interessantes, pois são experiências devedoras da criação de um lugar, chamado metaforicamente *círculo mágico*. Deste lugar, emana um efeito ainda não identificado nos estudos sobre jogos



eletrônicos, práticas interacionais e comunicação, concebido como *enquadramento lúdico*.

Mídia, espaço e lugar

A discussão sobre a produção midiática de espaço vem sendo tratada de maneira incipiente nos estudos em comunicação social. Para Lemos (2012), um sintoma evidente pode ser sentido quando notamos que o modelo de Lasswell, definidor do campo da comunicação, presta pouca atenção à dimensão espacial. Diante deste problema, torna-se fundamental pensar como a mídia pode alterar o espaço (e vice-versa), reconfigurando relações locais para renovar sentidos, práticas e hábitos ancorados em um lugar, que neste escopo passa a ser visto não apenas como “fundo abstrato” para ações sociais.

De acordo com Henri Lefebvre (1991), as relações sociais só se estabelecem quando enxergadas como relações espaciais, fixando um viés para compreensão do espaço enquanto condição e produto social. Nesta direção, Lefebvre propõe três tipologias de espaço que variam de acordo com práticas e representações. A primeira chama-se *espaço percebido*, identificada a partir de *práticas espaciais*, que envolvem determinados tipos de construção social coletiva. É o caso dos cultos religiosos, concertos, dentre outros exemplos em que a ação social é fundamental para a compreensão do sentido atribuído ao espaço. A segunda chama-se *espaço concebido*, produzido por *representações de espaço* vinculadas 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, urbanistas, engenheiros, políticos, tecnocratas, dentre outros, onde podemos identificar aquilo que é vivido de acordo com o que é concebido. Por fim, o *espaço vivido*, relacionado ao lado “clandestino” da vida social e experimentado através de sua associação direta a imagens e símbolos. É o espaço apropriado por gangues de rua, casas em favelas, barracas de camelô, etc.

Para Rob Shields (1991), as ideias apresentadas por Lefebvre não vislumbram o espaço propriamente dito, mas definem um *processo* chamado *espacialização*, que



produz sentido a partir de práticas comunicacionais. Para Shields, o conceito de espacialização serve para caracterizar um processo de produção de espaço que ocorre em decorrência da criação de lugares temporários. Uma espacialização, nas palavras do autor, consiste no processo operado por práticas interacionais observadas na ação social realizada sobre o espaço, promovendo sentido a partir da criação de *lugares* que existem em diferentes escalas temporais.

Para Heidegger (1971), os lugares seriam como pontos fixados no espaço a partir de “coisas”, que são edificadas ou construídas nessas marcações. O autor recorre ao exemplo de uma ponte construída com o intuito de conectar as duas margens de um rio para exemplificar a maneira de como o “construir” pertence ao “habitar”, no sentido da edificação das coisas ou de que fora construído com uma determinada finalidade. Dentro da perspectiva de perceber o lugar como parte concreta e simbólica do espaço, limitado fisicamente por coisas construídas ou edificadas, Michel de Certeau (1994) busca conceituar “lugar” e “espaço” a partir de práticas comunicacionais urbanas. Para o autor, a cidade pode ser compreendida com base nas leituras feitas por espectadores através da comunicação social. O espaço, portanto, é o palco, na cidade, onde seus habitantes atuam criando relatos que permitem a compreensão destes espaços praticados, ao qual De Certeau dá o nome de “lugar”.

Esquivando do viés filosófico, Tim Cresswell (2005) propõe uma noção de lugar composta por três elementos fundamentais: (i) a *localização*, que refere-se ao *ponto no espaço*, determinado por um conjunto específico de coordenadas e distâncias, onde está situado o lugar; (ii) a *localidade*, relacionada à cidade e à configuração material das relações sociais, tratando-se basicamente da maneira como um lugar aparece, incluindo prédios, ruas, parques e outros aspectos visíveis e tangíveis; (iii) o *sentido*, que abarca os simbolismos possíveis de associação a um lugar considerando as emoções por ele evocadas, podendo ser sentimentos individuais ou compartilhados, produzindo sentido com base na mediação e na representação.

Mídias pervasivas e espaço urbano

A origem do termo mídia pervasiva remonta ao paradigma da computação ubíqua (UBICOMP), proposto por Mark Weiser (1991). Trata-se de um modelo no qual redes e sistemas de computadores se “movem” para fora das estações pessoais de trabalho (desktops), se integrando ao ambiente e aos objetos comuns. Na computação ubíqua, vários computadores “invisíveis” podem auxiliar o usuário na execução de tarefas comuns, desenhando e acenando o iminente futuro da informática.

Um dos caminhos pelos quais o modelo da computação ubíqua pode ser experimentado é através da computação pervasiva (ARK & SELKER, 1999; McCULLOUGH, 2005), linha de produtos inicialmente desenvolvida pela IBM⁴ em 1998, calcada na penetração de *microchips* nos objetos comuns e no ambiente. Podemos apontar como expoentes da computação pervasiva os *smartphones*, computadores, *tablets*, sensores invasivos e cientes à contextos, redes sem fio⁵ - Bluetooth⁶, WiFi⁷, WiMax⁸ e 3G⁹ - além do sistema de posicionamento global (GPS)¹⁰.

A disseminação da computação ubíqua através das mídias pervasivas transformou a cidade de concreto em uma *cidade de bits* (MITCHELL, 1995), que pode canalizar fluxos de pessoas, informações e ideias graças à reconfiguração sofrida pela infraestrutura do espaço urbano, antes relacionada à arquitetura e que agora incorpora redes e sistemas de informática (GRAHAM & MARVIN, 1996). Esta nova tipologia urbana oferece espaços técnicos-sociais, chamados de aumentados (MANOVICH, 2006), intersticiais (SANTAELLA, 2008) ou híbridos (SOUZA E SILVA, 2009), caracterizados pela sobreposição de elementos físicos e eletrônicos, que ampliam o potencial do espaço e dos lugares para mediação em práticas comunicacionais.

⁴ Disponível em <<http://researchweb.watson.ibm.com/journal/sj38-4.html>>.

⁵ 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 .

⁶ 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.

⁷ Redes sem fio de alcance médio.

⁸ Redes sem fio que operam a longo alcance.

⁹ A tecnologia 3G é específica para redes de celulares e permite o acesso aos navegadores web, com base em representa um 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.

¹⁰ O GPS foi criado pelo Departamento de Defesa Americano cuja intenção era saber com precisão onde está localizado determinado lugar no globo terrestre com base em suas coordenadas geográficas identificadas por satélites geoestacionários. Isto significa que, através do GPS, qualquer coisa ou lugar no mundo podem ser detectados, muitas vezes, em tempo real, através deste sistema bastando apenas que sejam fornecidas as suas coordenadas de latitude e longitude.



Nestes cenários, as mídias pervasivas contribuem para produção de sentido a partir da interação entre pessoas que usam o espaço de forma intencional ou inconsciente, produzindo um efeito chamado de “sintonização do lugar¹¹” (COYNE, 2010). A comunicação operada pelas mídias pervasivas ampliam as formas de produção, distribuição e consumo, promovendo alternativas para uso do espaço urbano, revelando o potencial do meio para criação ou, nas palavras de Coyne, *sintonização* de lugares. Este processo pode ser verificado em práticas como a Comunicação Locativa em zonas Bluetooth e os jogos pervasivos, especialmente através do gênero ARG.

Lugar, comunicação e zonas Bluetooth

Um dos desafios neste trabalho é apresentar uma proposta de estudo do lugar pelo viés da comunicação, partindo de três critérios de análise: o tipo de interação, o meio técnico de transmissão e o contexto onde se encontram os emissores, produtores e receptores da informação. Para tanto, iremos utilizar o teórico americano das mídias, J. B. Thompson (2008), que propõe na obra “Mídia e Modernidade” uma forma de definir práticas comunicacionais através de três tipos de interação: a interação face a face, a interação mediada e a quase-interação mediada. Cada uma destas interações possui características bem definidas, como: a relação de espaço-tempo, balizada pelo sistema referencial dos interlocutores; as possibilidades de deixas simbólicas, ou seja, artifícios que ajudam a compreensão da informação, como gestos e expressões faciais: a orientação da atividade, dividida entre receptores específicos e indefinidos; o fluxo da comunicação monológico, dialógico ou multidualógico.

Além desse, outro aspecto que deve ser levado em consideração quando propomos realizar um estudo do lugar na comunicação é a presença do meio técnico de transmissão da informação. Um meio técnico, diz Thompson (idem, p.26) é “o substrato material de uma forma simbólica, isto é, os componentes materiais com os quais, e em virtude dos quais, uma forma simbólica é produzida e transmitida”. Segundo o autor, todos os processos de intercâmbio simbólico envolvem de algum tipo um meio técnico.

¹¹ Coyne (2010) usa a palavra sintonização para se referir ao efeito propagado pelas mídias pervasivas nos lugares, comprado à atividade de afinação em instrumentos musicais.



O terceiro e último aspecto que permite entender o papel do lugar como mediador nas práticas interacionais é a contextualização dos interlocutores, ou seja, o contexto de produção, emissão e recepção das informações.

Na primeira forma de comunicação que tem o lugar como ponto referencial, a Comunicação Local, a interação é do tipo face a face, utilizando a oralidade primária como meio técnico de transmissão, implicando obrigatoriamente na co-presença dos interlocutores. Ou seja, o processo de comunicação nesta forma ocorre em um mesmo contexto, que reúne produtores, emissores e receptores de informação. A Comunicação Situada, segunda forma de comunicação, tem como característica o tipo de interação mediada ou quase-interação mediada, tendo como meio técnico de transmissão as primeiras mídias impressas e os meios eletro-eletrônicos. Neste caso, ocorre uma separação dos contextos, ficando a emissão e a produção das informações de um lado e a recepção do outro, a exemplo dos meios de comunicação de massa, como jornais, rádios e televisões.

Já a terceira forma de comunicação, a Comunicação Global, provoca uma mudança nos aspectos contextuais de espaço e tempo através do advento da internet e da telefonia celular. Neste caso, ocorre uma pulverização de contextos, criando papéis intercambiáveis entre produtores, emissores e receptores de informação. Esta alteração irá gerar uma nova forma de comunicação ainda não prevista por Thompson, que chamamos de *multimediada*. Por fim, a quarta forma de comunicação é a Comunicação Locativa, que retoma alguns aspectos da primeira forma, porém adiciona como meio técnico de transmissão as mídias pervasivas, como *smartphones* e *tablets*, criando outro tipo de comunicação, também não previsto por Thompson, que chamamos de *interface móvel*. Nela, os produtores, emissores e receptores de informação devem estar em um mesmo contexto espaço-temporal, porém as informações são acessadas através das interfaces destes artefatos.

Este é o caso da Comunicação Locativa em zonas Bluetooth, cuja primeira de suas práticas comunicacionais é o Bluetooth P2P (*Peer-to-Peer*), um estilo que se limita ao compartilhamento de arquivos e dados entre os artefatos móveis digitais e outros equipamentos, como um som de carro, por exemplo. Trata-se de uma forma bastante comum, nas cidades, considerando trocas de arquivos com áudio, fotos, vídeos entre

celulares munidos de tecnologia Bluetooth ou fazer conexão entre *headphones* e outros acessórios como teclados e mouses utilizando esta tecnologia. Um exemplo é o *Blue TunA*¹², projeto inovador que permite o compartilhamento de músicas entre usuários de sistema Bluetooth dentro de um mesmo ambiente como, por exemplo, o interior de um ônibus.

A segunda prática de Comunicação Locativa utilizando zonas Bluetooth é chamada *Bluetooth Marketing/Advertising*, que possui caráter mais comercial, pois tem como principal objetivo divulgar a promoção de um estabelecimento, a fim de que o cliente seja fidelizado, reforçando o sentido e o significado do lugar, com base no senso de pertencimento. A principal característica desta prática é a exclusividade da informação com referência a um lugar específico, ou seja, o conteúdo enviado para a mídia só diz respeito àquele estabelecimento, como cupons de desconto, brindes, dentre outros. Podemos destacar dois exemplos deste tipo de prática: a Cervejaria Devassa¹³, oferecendo brindes para o Dia dos Namorados, e as lojas C&A, que enviam cupons de desconto para o cliente que adentra o estabelecimento¹⁴.

O *Bluetooth News/Info*, terceiro exemplo de prática de Comunicação Locativa em zonas Bluetooth, é muito semelhante ao anterior, porém com a diferença de que não existe uma relação comercial entre o lugar e o usuário. Nesta prática comunicacional, o sujeito recebe informações específicas sobre o lugar, que variam desde informativos turísticos à avisos e alertas. O mecanismo de envio é feito de maneira análoga ao exemplo anterior, ou seja, a partir de mensagens enviadas aos usuários, que podem aceitar ou não, sem criar qualquer vínculo de compra e venda. Um exemplo desta prática é o projeto Totem Educacional¹⁵, implantado em 2011 no Centro Histórico de Salvador, onde foi instalada uma estrutura em metal com tela de 32 polegadas *touchscreen* que envia conteúdo sobre cinco pontos turísticos do Pelourinho.

Por fim, o *Bluetooth Mapping/Tracking* pode ser apontado como quarto exemplo de práticas de Comunicação Locativa em zonas Bluetooth. Seu objetivo consiste no envio de localização dos lugares para usuários em mobilidade. O procedimento de troca

¹² Disponível em <<http://web.media.mit.edu/~stefan/hc/projects/tuna/>>.

¹³ Disponível em <<http://www.mobilepedia.com.br/cases/cervejaria-devassa-monta-rede-de-bluetooth-mobile-advetising>>.

¹⁴ Disponível em <<http://www.mktmais.com/2009/09/cupom-de-desconto-do-seculo-xxi-c-da.html>>.

¹⁵ Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=IXZk2BaHaT8>>.

informativa é análogo às práticas interacionais descritas anteriormente, podendo se estender por áreas maiores, ou seja, a zona Bluetooth tem um maior alcance e cobertura. Uma das funcionalidades deste tipo de prática é a possibilidade de monitoramento de espaços, por exemplo, em uma apresentação musical como o *Festival de Werchter*¹⁶, na Bélgica. Neste caso, antenas coletavam as informações sobre o comportamento dos usuários/espectadores dentro do espaço do evento, que pode servir para identificar quais pontos o público mais transita, aumentando, assim, a vigilância nestes lugares.

Jogo, lugar e mídias pervasivas

Os jogos são considerados atividades *espacializantes*, pois operam espacialização para criar um lugar chamado comumente de *círculo mágico* (LEMOS, 2012; ANDRADE, 2012). Embora seja um dos exemplos na lista de “terrenos de jogo” apresentada de modo pioneiro no estudo seminal de Huizinga (2005, p.15), “círculo mágico” é a expressão metafórica adotada por Salen e Zimmerman (2012, p.111) como abreviação para a ideia de “lugar especial no tempo e no espaço criado pelo lúdico”, que figura como elemento simbólico – mediador entre jogo, jogadores e realidade, informando suas regras, significados e configurações.

O termo *jogo pervasivo* (SCHNEIDER & KORTUEM, 2001) diz respeito à categoria que abraça o emprego de redes, sistemas e agentes de computação ubíqua para criar desafios que são impossíveis de realizar com as mídias tradicionais (NIEUWDORP, 2007). Os jogos de realidade alternativa podem ser apontados como gênero mais popular na modalidade dos jogos pervasivos, sobretudo no Brasil¹⁷. Podemos definir os ARGs como jogos que utilizam o potencial da mídia para criar uma forte impressão de *realidade paralela à vida ordinária*, marcando a característica do gênero. Nestes casos, as mídias pervasivas são fundamentais no processo de espacialização, oferecendo suporte para a ação social entre os jogadores, realizada sobre o espaço para a criação do lugar.

¹⁶ Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=Fw7w6x1snSM>>.

¹⁷ Confirma a relação de ARGs realizados no Brasil em <http://www.argbrasil.net/wiki/P%C3%A1gina_principal>.



O círculo mágico dos ARGs pode ser considerado um domínio mais *orgânico* em comparação ao criado por outras categorias lúdicas, pois é dotado de *bordas permeáveis* que se reconfiguraram constantemente para incorporar ao jogo novos elementos da realidade, como ruas, calçadas, ladeiras, prédios, escadas, portas, dentre outros cenários e objetos comuns. Uma vez criado, este lugar tem a função de transmitir as condições do ambiente afetado por regras específicas dessa modalidade, chamadas *regras de transformação* (NIEUWDORP, 2005). As regras de transformação são procedimentos necessários para que o ARG se aproprie dos elementos da realidade, transformando-os temporariamente em peças do jogo.

Contudo, após esta transformação, os componentes apropriados precisam ser enquadrados no mundo do jogo, adquirindo função paralela específica para interferir diretamente na performance dos jogadores. Chamamos esta ação de *enquadramento lúdico*, que consiste em uma forma de apresentar a realidade como se fosse conteúdo do jogo e complementa a ação das *regras de transformação*, propagando um efeito inerente ao processo de espacialização, ou seja, um efeito típico do lugar criado pelo ARG. Quando o círculo mágico é traçado, torna-se necessário atribuir uma *função* para cada objeto e cenário transformados pelas regras, determinando o seu grau de importância no desafio. Após sua transgressão do mundo real para o mundo do jogo, o jogador se vê diante dos elementos transformados e devidamente enquadrados na disputa, com os quais deve interagir.

No jogo *Can You See Me Now?*¹⁸, os participantes são divididos em dois times, que competem entre si em um jogo de eliminação, com os olhos “vendados pela tecnologia”. Os jogadores circulam em um local previamente escolhido, munidos de smartphones desenvolvidos especialmente para o projeto, que figuram como suporte principal, dotados de funções de voz, texto, acesso à internet e sistema GPS. Em 2008, o jogo foi disputado na praça de Santa Tereza, em Belo Horizonte, como parte das atrações do Festival Vivo Arte Mov. Nesta partida, o círculo mágico foi criado sobre o espaço da praça, incorporando bancos, calçadas, canteiros, veículos, traçado das ruas, pedestres etc. que foram transformados pelas regras em *peças do jogo*, para dificultar a missão dos envolvidos.

¹⁸ Disponível em <<http://www.canyouseemenow.co.uk/tate/en/intro.php>>.



O ARG *The Lost Ring*¹⁹, relacionado aos Jogos Olímpicos de Pequim, realizou partidas na cidade de Salvador²⁰, onde o objetivo comum era desvendar uma série de labirintos para resgatar humanos presos em outra dimensão. Em uma dessas partidas, o desafio era produzir um mapa onde o traçado das ruas formaria um labirinto em espiral. Utilizando um *trackstick*, ferramenta operada por sistema GPS, os jogadores deveriam realizar o trajeto de acordo com mapa. As mídias pervasivas foram ferramentas usadas para registrar o percurso, exportar para a interface do *Google Earth* e compartilhar pela web. Durante a partida, elementos da realidade local sofreram a ação das regras de transformação para receberem o enquadramento lúdico. O forte calor, o traçado das ruas, trânsito, dentre outros fatores, incidiram diretamente na performance dos jogadores, pois foram devidamente enquadrados como conteúdo do jogo.

Considerações finais

A partir deste trabalho exploratório, podemos compreender as noções de espaço e lugar pelo viés da comunicação que, neste escopo, figuram como mediadores em práticas comunicacionais na cultura midiática contemporânea. Em outras mídias, o espaço torna-se um elemento residual, ou seja, o usuário pode encontrar outro espaço para a mediação sem interferir no processo, alternativa que não existe na linguagem das mídias pervasivas. Como foi possível verificar nos exemplos da comunicação locativa e dos jogos pervasivos, através do gênero ARG, o espaço usado pelo meio oferece as bases para a prática comunicacional verificada no processo de criação do lugar. Nesta perspectiva, podemos compreender que o lugar, parte concreta e dotada de sentido do espaço, é um mediador importante nas experiências que envolvem mídias pervasivas, como *smartphones*, GPS, *Tablets*, Zonas Bluetooth, redes sem fio, etc.

Nas práticas de comunicação que ocorrem dentro das zonas Bluetooth, o uso do espaço também é limitado, ficando vedada a alternativa de usar qualquer outro espaço durante o processo de mediação. Assim, podemos notar a retomada da importância do lugar na comunicação, tal como ocorre na linguagem face a face, em que a presença dos

¹⁹ Disponível em <<http://work.akqa.com/theloststring/>>.

²⁰ Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=H1SWUgGrV1Q>>.



interlocutores é obrigatória e fundamental durante o processo. No mesmo passo, como consequência dessa relevância que o lugar reassume na mediação, a Comunicação Locativa fortalece o sentimento de pertencimento com o lugar, reforçando seu sentido e significado. Isto pode ser observado quando verificamos que a informação enviada para os celulares e outros dispositivos está diretamente relacionada com aquele lugar específico onde está localizada a zona Bluetooth. Como na experiência citada na introdução deste trabalho, não faz sentido que o cliente receba mensagem relativa a um determinado lugar sem, contudo, estar nele, como no caso dos cupons de descontos.

É por isso que algumas experiências desse tipo não tiveram sucesso, sem considerar a importância do lugar na comunicação, como verificamos em zonas Bluetooth e em jogos de realidade alternativa. O objetivo deste trabalho foi demonstrar como estas práticas comunicacionais na cultura midiática contemporânea, relacionadas às mídias pervasivas, têm utilizado o espaço e os lugares como mediadores na linguagem da comunicação. Ao final, foi possível entender, explorando experiências em zonas Bluetooth e jogos pervasivos, que o espaço figura como dimensão imperativa para a comunicação envolvendo a linguagem das mídias pervasivas e o lugar, neste viés, pode ser visto como um poderoso mediador em práticas comunicacionais que utilizam o espaço urbano, a cidade. Por outro lado, o presente estudo não esgota as possibilidades de reflexão acerca das possíveis figurações do lugar em mediações envolvendo as mídias pervasivas. Por exemplo, as práticas comunicacionais verificadas em atividades como jornalismo locativo, jornalismo móvel e jornalismo hiperlocal podem ser analisadas em uma perspectiva semelhante à dos exemplos aqui considerados.

Referências

ANDRADE, L. A. **Jogos de Realidade Alternativa:** cibercultura, espaço e (trans)mídia. Tese de Doutorado. Salvador: UFBA, 2012.

ARK, W.; SELKER, T. A Look at Human Interactions with pervasive computing. *In: IBM Systems Journal*, VOL 38, NO 4, 1999, p. 504-508.

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

CRESSWELL, T. **Place:** a short introduction. London: Blackwell, 2005.

- De CERTEAU, M. **A Invenção do Cotidiano**. Petrópolis Vozes, 1994.
- GRAHAM, S.; MARVIN, S. **Telecommunication and the city. Eletronic spaces, urban places**. Routledge: New York, 1996.
- HEIDEGGER, M. Construir, habitar, pensar. In: CHOAY, F. **O Urbanismo**. São Paulo, Perspectiva, 1971.
- HUIZINGA, J. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- LEFEBVRE, H. **The Production of Space**. Oxford: Blackwell, 1991.
- LEMOS, A. Comunicação, Espaço e Jogos. IN: ANDRADE, L. A.; FALCÃO, T. **Realidade Sintética. Jogos Eletrônicos, Comunicação e Experiência Social**. São Paulo: Scortecci Editora, 2012.
- MANOVICH, L. The Poetics of Augmented Spaces. In: **Visual Communication 5**; 219. London: Sage, 2006.
- MEDEIROS, M. **O Lugar na Comunicação: Um estudo sobre a Comunicação Locativa em Zonas Bluetooth**. Tese de Doutorado. Salvador: UFBA, 2011
- MITCHELL, W. **City of Bits: space, place and the Infobahn**. Cambridge/London: The MITPress, 1995.
- McCULLOUGH, M **Digital Ground. Architecture, pervasive computing and Environmental knowing**. Boston.: MITPRESS, 2005.
- NIEUWDORP, E. The 'Pervasive' Discourse: An Analysis of the Use and Definitions of the Term 'Pervasive' In: **Game Research, ACM Computers in Entertainment**. s/l: s/ed., 2007.
- _____. The pervasive interface. Tracing the magic circle. In: **Proceedings of the DiGRA Conference: Changing Views – Worlds in Play**. Vancouver: S. De Castell and J. Jensen (eds.). 2005.
- SALEN, K. & ZIMMERMANN E. **Regras do Jogo: fundamentos de design de jogos**. Vol.1: Principais conceitos. São Paulo: Blucher, 2012.
- SANTAELLA, L. Mídias locativas: a internet móvel de lugares e coisas. **Revista FAMECOS** N. 35. Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social / PUCRS, 2008.
- SHIELDS, R. **Places on the Margin. Alternative Geographies of Modernity**. London: Routledge, 1991.
- 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, 2001.

SOUZA E SILVA, A. Hybrid Reality and Location-Based Gaming: Redefining Mobility and Game Spaces. In **Simulation & Gaming**, Volume 40, number 3. Sage Publications: Published mar 2009, p.404-424.

THOMPSON, J. B. **A Mídia e a Modernidade**: Uma teoria social da mídia. 10 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

WEISER, M. The computer for the 21st century. In: **Scientific America**. N 265(p. 66-75). 1991.