

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DESIGN

LUMA ACCIOLY LIMA

ONDE ESTÁ LORENA?

BRASÍLIA-DF 2025

LUMA ACCIOLY LIMA

ONDE ESTÁ LORENA?

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao
Curso de Design da Universidade de Brasília,
habilitação em Programação Visual, como requisito
para diplomação em Design no período de 2025/2.
Orientadores: Profs. Flávia Marieta Magalhães
Rigoni e Rogério José Camara

BRASÍLIA-DF 2025

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a minha família, que apoiou toda minha jornada não só no curso de design, mas como artista e criadora desde o primeiro rabisco. Aos meus pais, Ricardo e Renata, que me ensinaram a não só ter iniciativa para começar meus projetos, mas "acabativa" para fazê-los até o fim. E aos meus irmãos, Pillar e José, que foram e continuam sendo um porto seguro para mim.

Aos meus orientadores, Flávia e Rogério, por sua sabedoria e paciência inacabável. Obrigado por toparem essa loucura e guiarem o meu caminho até aqui. E por colocarem minha cabeça no lugar quando ela precisava ser colocada. Agradeço também ao professor Gabriel Lyra, que me orientou durante TCC 1, por me ensinar as fundações de um trabalho de pesquisa e também por topar fazer parte da banca e fechar esse ciclo.

Agradeço aos meus colegas de curso, agora já todos designers formados, que se tornaram amigos para toda a vida: Brunas (as duas); Dan, Giuly; Ju; Gui; Félix, Paula; Rúben; Bel; Lucia; Uilca e Alighieri, vocês são pessoas e profissionais incríveis que me inspiram todos os dias a ser melhor.

Agradeço, especialmente, à Lucia, Alighieri e Drica, que toparam virar gatos e ter seus rostos colados nas paredes da UnB, vocês são tão malucos quanto eu. Estendo esse agradecimento também ao João e ao Pedro, que, junto com a Drica, me ajudaram a colar os cartazes nas altas horas da madrugada, e por estarem sempre de ouvidos e corações abertos para discutir minhas ideias loucas.

Agradeço, pela terceira vez, à Lucia, por me ajudar a fazer os gatinhos de cerâmica, e que só falta assinar esse trabalho de tanto aparecer por aqui.

Agradeço também aos servidores do Núcleo de Administração Predial do ICC, por toparem assinar meus cartazes por mais suspeitos que fossem e pela atenção e acolhimento todas as quatro vezes que eu aparecia por lá com um cartaz diferente.

Agradeço, por fim, a todos os gatos da UnB, que trazem alegria e conforto aos estudantes, e que talvez, um dia, tenham sido como nós.

RESUMO

Neste, apresento o processo de desenvolvimento do projeto ONDE ESTÁ LORENA? uma experiência narrativa inspirada em ARGs (*Alternate Reality Games*), desenvolvida como Trabalho de Conclusão de Curso em Design, na habilitação em Programação Visual. O projeto consiste na elaboração de uma narrativa que se desdobra a partir de suportes alternativos, como cartazes colados em murais de aviso da Universidade, e emprega princípios de ARGs. O projeto surgiu a partir do desejo de unir diversos interesses: folclore local, lendas urbanas, narrativa e ARG - com a vontade de criar uma experiência que trouxesse um senso de mistério e aventura para o dia-a-dia das pessoas, contando uma história que pudesse tornar a vida universitária um pouco mais interessante.

Palavras-chave: narrativa, ARG, lendas urbanas, cartaz, Universidade de Brasília.

ABSTRACT

The following report presents the entire process of development of the project ONDE ESTÁ LORENA?, A narrative experience inspired by ARGs, created as graduation thesis on Graphic Design. The project consists on the creation of a narrative that develops through posters on the University bulletin boards that applies principals found in ARGs (*Alternate Reality Games*). The project came to be from a desire to unite several interests: local folklore, urban legends and ARGs and the want to create something that's could bring some mystery and adventure into people´s day-to-days and tell a story that would, hopefully, make life a little more interesting.

Keywords: narrative, ARG, folklore, urban legends, poster, Brasília.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Gráfico de Autoria na Ficção Caótica....17
Figura 2 - Gráfico de sistema de regras na Ficção Caótica....17
Figura 3 - Gráfico de coerência na Ficção Caótica....18
Figura 4 - Página do site do projeto *Mystery Flesh Pit National Park*....23
Figura 5 - Moodboard de cartazes....31
Figura 6 - Moodboard de referências....32
Figura 7 – Cena do trailer do filme *The Thursday Murder Club* (2025)....33
Figura 8 - Exemplo de cartaz com a Identidade Gráfica aplicada....34
Figura 9 - Comparação do uso de imagens na Fase 1 vs. Fase 3....35
Figura 10 - Template para cartaz....36
Figura 11 - Foto editada com gatos....37
Figura 12 - Exemplo de imagens originais vs. versão final usada no cartaz....38
Figura 13 – Seção de imagens de gatos do acervo virtual da British Library....38
Figura 14 - Etapas de edição de imagem das figuras de cerâmica....39
Figura 15 - Grid simples....39
Figura 16 - Rascunhos das figuras de gatos....40
Figura 17 - Gatos esculpidos em cerâmica....41
Figura 18 - Rascunho indicando como esmaltar as peças de cerâmica....42
Figura 19 - Todos os gatos de cerâmica....42
Figura 20 - Cartaz não autorizado colado em mural no ICC....43
Figura 21 - Cartaz "Sonhos" colado em mural do ICC....44
Figura 22 - Figura de cerâmica na tomada do DCE....44
Figura 23 - Figura de cerâmica na janela de um anfiteatro....45
Figura 24 - Figura de cerâmica em bebedouro no ICC....45
Figura 25 - Mensagem escondida no interior de uma figura de cerâmica....46
Figura 26 - Conversas de Whatsapp....47
Figura 27 - Caixa de entrada do e-mail criado para Lorena....48
Figura 28 - E-mail recebido sobre ARGs....49

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 8

2. OBJETIVOS 11

1.1 Objetivo geral 11

1.2 Objetivos específicos 11

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 12

3.1 O que define o jogo? 12

3.1.1 O jogo situacionista 13

3.2 Definindo ARG (Alternate Reality Game) 14

3.2.1 O primeiro ARG 14

3.2.2 Afinal, que é ARG? 16

3.3 Folclore 19

3.4.1 Mitos e Lendas 19

3.4.2 Folclore Local e Lenda Urbana 20

4. ANÁLISE DE PROJETOS 22

4.1 Valfrido? 22

4.2 Mystery Flesh Pit National Park 23

5. METODOLOGIA 25

6. DESENVOLVIMENTO 27

6.1 Pesquisa de referências 27

6.2 Desenvolvimento da narrativa 28

6.3 Escopo do projeto 29

6.4 Identidade Gráfica 31

6.4.1 Análise de referências 31

6.4.2 Desenvolvimento da Identidade 33

6.5 Elaboração dos cartazes 35

6.6 Elaboração de peças de cerâmica 40

6.7 Colagem dos cartazes 42

7. RESULTADOS 47

7.1 Reação do público 47

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS 50

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 52

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso descreve o desenvolvimento de uma experiência narrativa inspirada em *Alternate Reality Games* (ARGs) que usa como suporte principal cartazes colados nos murais de aviso do Instituto Central de Ciências da Universidade de Brasília. O objetivo final dessa pesquisa é o desenvolvimento de um projeto prático.

O processo de concepção desse projeto não foi linear, sua construção se deu a partir de interesses prévios e do consumo de novos textos e referências durante a pesquisa teórica. Algumas coisas já estavam estabelecidas: eu queria falar de folclore, mas, principalmente, queria falar de Brasília; de folclore no contexto de Brasília. Eu também sabia que queria criar alguma narrativa fictícia que se misturasse com o mundo real. Na época, eu tinha referências de projetos similares, e alguma ideia do que era um ARG, mas ainda desconhecia o formato que o projeto tomaria.

Tratando-se de folclore brasileiro, é comum deparar-se com o elenco de sempre: que inclui figuras como saci-pererê; a sereia Iara; o Curupira; a Mula-sem-cabeça; o Boto cor-de-rosa, dentre outras figuras ilustres saídas diretamente de algum livro infantil de histórias que me parece que todos lemos na infância. Essas lendas, de certa forma, consagraram-se como "clássicos" do gênero e aparecem em todo tipo de mídia que retrata esse assunto e, apesar de terem feito parte de um período formativo da minha vida e de eu ter criado certa afeição por elas, a coisa toda já ficou um pouco repetitiva.

O folclore local é um assunto de grande interesse para mim. Gosto de descobrir sobre festas populares que eu nunca tinha ouvido falar que ocorrem no meu próprio estado, histórias estranhas que se repetem com algumas variações dependendo a região, coisas tão particulares de um grupo de pessoas que não faria sentido existirem em qualquer outro contexto. Com tanta riqueza de possibilidades que existem nesse país, me parece absurdo que o "elenco de sempre" continue protagonizando todas as produções que dizem respeito ao folclore brasileiro. E isso talvez ocorra pela falta de conhecimento das pessoas em relação ao próprio folclore, ou da exclusão de lendas urbanas como manifestação folclórica legítima.

Em Brasília, as Lendas Urbanas compõem grande parte do folclore local. Por ser uma cidade jovem, não existem ainda a mesma quantidade de grupos e manifestações tradicionais como em cidades mais antigas (apesar de haver alguns). Nesse contexto, surge a oportunidade de criação

de novos folclores, usando como base o que já existe, ou algo completamente novo. Nas palavras de Gui Bonsiepe (2016, p. 65) “Identidades não são entidades escondidas em algum lugar secreto e profundo, e sim algo que se tem que inventar”.

Com isso em mente, eu ainda não sabia que formato o projeto iria tomar. Primeiro, pensei em um livro, uma espécie de guia de lendas, ou uma história completamente nova, mas que abordasse a cidade, mas continuei minha pesquisa por alternativas. Foi quando me deparei com as ideias situacionistas que o caminho começou a tomar mais forma para mim.

Em **Apologia da Deriva** (2003), uma coletânea de textos publicados pela Internacional Situacionista entre os anos de 1957 e 1971, os situacionistas criticam o urbanismo moderno pela criação de cidades setorizadas, onde não existem centros e as pessoas não saem de suas rotinas, nem se sentem incentivadas a explorar a cidade. Para os situacionistas, o cotidiano e o conformismo são sinônimos de alienação, e a maneira de libertar-se dessa alienação é a criação de situações, de um grande jogo de acontecimentos que faça com que todos os momentos da vida se tornem interessantes. E, para eles, o principal terreno de ação é a cidade.

A leitura de **Apologia da Deriva** fez nascer a vontade de criar algo que conseguisse, de alguma forma, se inserir na rotina das pessoas e quebrá-la ao mesmo tempo; algo discreto o suficiente para se camuflar com o cenário, mas absurdo o suficiente para fazer alguém olhar duas vezes. A ideia é construir algo que possa gerar um diálogo e fazer com que o espectador sinta que sabe de algo secreto, misterioso; que crie a sensação de estar acompanhando uma coisa muito importante se desenrolar, e fazer parte disso.

A definição do formato também foi fruto de uma série de influências. Eu sabia que queria criar algum tipo de interferência que pudesse estar no meio da cidade e que as pessoas pudessem interagir. Foi então que resgatei o conceito de ARG: um tipo de jogo interativo que se desenvolve em múltiplas plataformas, como uma grande caça ao tesouro, ou investigação de um mistério. Uma das características que também me atraiu para o formato de ARGs foi o princípio TINAG (*This is Not a Game*), no qual o jogo se assume como real. Isso causa um nível de imersão elevado, já que os eventos se desenrolam em tempo real e, apesar de muitas vezes terem caráter fictício, acontecem em nosso próprio universo e dialogam com a realidade dos jogadores. Porém, diferente dos ARGs tradicionais, eu não tinha qualquer desejo de utilizar recursos como páginas da Web ou redes sociais, pois não queria que o projeto fosse mais um motivo pelo qual as pessoas ficassem pregadas nas telas de seus celulares. Também não era

uma preocupação primária ter um alcance massivo com o projeto. O aspecto mais importante era o de atingir pessoas que frequentam a Universidade e, principalmente, gerar interesse e trazer ludicidade para o dia-a-dia. Surgiu, então, a ideia de uma espécie de "ARG analógico", algo que se alinhasse com o princípio e construísse uma narrativa de mistério que poderia ser acompanhada pelas pessoas, mas que existisse apenas no formato de impressos, especificamente, de cartazes.

Mas, se a ideia é utilizar a cidade como terreno de ação, por que a escolha da UnB? Bom, a Universidade é, de certa forma, um recorte da cidade. Em sua dimensão, é quase uma espécie de micro cidade, sem contar com o fato de que abriga pessoas de todas as áreas de Brasília. Esse recorte pode parecer pequeno quando comparado com a magnitude da capital, mas foi escolhido com um propósito. Seria mais fácil abordar uma lenda pontual, a história seria mais coesa e sucinta, e também seria mais fácil que as pessoas reconhecessem que as partes fizessem referência a um mesmo todo. A UnB também se apresentou como cenário propício para esse tipo de interferência: é um local de intensa circulação de pessoas a pé, onde já existe uma cultura prévia de colar impressos das paredes, e até locais destinados a isso.

Com esse contexto em mente, a estrutura do relatório seguirá com o delineamento dos objetivos geral e específicos, seguido de um capítulo que trata da fundamentação teórica, onde serão discutidos a fundo os conceitos base do trabalho como Folclore e ARGS. no capítulo seguinte, serão analisados dois projetos que serviram como inspiração para esse, **Valfrido?** e **Mystery Flesh Pit National Park**. Após a etapa teórica, será descrita brevemente a metodologia de trabalho, e, seguindo, toda a etapa de desenvolvimento do projeto. Por fim, as considerações finais abordarão os resultados obtidos, assim como reflexões do que ainda pode ser feito futuramente.

2. OBJETIVOS

1.1 Objetivo geral

Desenvolver uma experiência narrativa baseada em ARGs que dialogue com uma lenda urbana local e utilize como principal suporte os cartazes colados nos murais de avisos do Instituto Central de Ciências (ICC) da Universidade de Brasília.

1.2 Objetivos específicos

- Criar um projeto a partir da lenda de que dos alunos da UnB que não se formam viram gatos.
- Explorar veículos alternativos para construção de uma narrativa.
- Criar uma experiência que se baseie em princípios de ARG, mas que se desenvolva de forma analógica.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 O que define o jogo?

Começo aqui declarando que a escolha de definir esse projeto como “projeto narrativo” ou “experiência narrativa” vem de uma tentativa de descrevê-lo de forma mais ampla e razoável, considerando que é possível argumentar contra sua classificação como “jogo”. Mas quero que fique claro que a relação do projeto com o jogo e com o universo lúdico foram indispensáveis em seu desenvolvimento e para que chegasse em sua forma final aqui apresentada.

Em seu livro **Homo Ludens: O jogo como elemento da cultura** (1938), Johan Huizinga descreve o jogo como uma função da vida, algo tão inato aos seres vivos como o próprio instinto e incapaz de ser classificado em categorias pré-existentes, constituindo a sua própria. Resta-nos, então, a alternativa de definir o jogo a partir das suas características:

> [...] o jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da "vida quotidiana (Huizinga, 2008, p. 24).

É importante destacar algumas das características que compõem essa definição de jogo para serem destrinchadas mais a fundo, a fim de construir o fundamento de conceitos que serão levantados no decorrer do texto.

Segundo Huizinga (2008), uma das características do jogo é a sua delimitação de tempo e espaço. O tempo em que o jogo acontece é delimitado pelo seu início e seu fim. De modo geral, todo jogo eventualmente chega ao fim, “por tratar-se de uma evasão da vida *real* para uma esfera temporária de atividade com orientação própria” (Huizinga, 2008, p. 10). Todo jogo ocorre dentro de um espaço, deliberado ou espontâneo, físico ou imaginário, como por exemplo: o campo de futebol; o tabuleiro de xadrez; o palco do teatro; o tribunal de justiça. Esse espaço é denominado pelo autor como o *círculo mágico,* dentro do qual, todas as regras da realidade são suspensas e substituídas pela realidade imaginária do jogo.

As regras do jogo, por sua vez, ditam aquilo que é possível dentro do ambiente de suspensão de realidade, do *círculo mágico*. Elas podem ser pré-definidas ou surgir de forma espontânea. O jogo de truco, por exemplo, mesmo com suas variações, segue um conjunto de regras pré-definidas e consentidas pelos jogadores participantes. No jogo de faz de conta, por outro lado, as regras nem sempre são claras, e é possível que o jogador descubra regras ou restrições ao longo do jogo. Ao brincar de faz de conta, é comum a situação de declarar fazer alguma ação ou utilizar algum poder mágico apenas para ser vetado por outros jogadores que declaram que *não vale*. Pré-definidas ou arbitrárias, as regras do jogo são absolutas e inquestionáveis, e sua quebra pode causar a destruição do mundo temporário (Huizinga, 2008).

3.1.1 O jogo situacionista

A internacional Situacionista (IS) foi um grupo de artistas e pensadores ativistas formado em 1957 pela fusão de várias tendências que se consideravam a vanguarda da época, como a Internacional Letrista, a London Psychogeographical Association e o Movimento Internacional por uma Bauhaus Imaginista. A principal luta do grupo era contra o espetáculo e a espetacularização, ou seja, a alienação e passividade do indivíduo, sua não-participação na própria vida. Segundo os situacionistas, o principal modo de combater essa alienação seria exatamente seu oposto: a participação em todos os campos da vida social (Jacques, 2003).

Os situacionistas consideravam o meio urbano como assunto de grande importância, pois viam a cidade como um dos principais terrenos de ação para a luta contra a alienação do cotidiano. Por esse motivo, eles criticavam o movimento moderno na arquitetura e urbanismo, opondo-se radicalmente às ideias funcionalistas e ao cartesianismo propostos pela **Carta de Atenas** e por Le Corbusier. Para eles, a cidade meramente funcional e completamente setorizada não proporciona locais de encontro e de experiência é, de certa forma, uma cidade sem "centro", projetada para potencializar a rotina. Isso levou o grupo a criar seu próprio movimento, que foi chamado de Urbanismo Unitário (UU) (Jacques, 2003).

> Enquanto hoje as próprias cidades se oferecem como um lamentável espetáculo, um anexo de museu para turistas que passeiam em ônibus envidraçados, o UU vê o meio urbano como terreno de um jogo do qual se participa. O Urbanismo Unitário não está idealmente separado do atual terreno das cidades. É formado a partir da experiência desse terreno e a partir das construções existentes. Deve tanto explorar os cenários atuais, pela afirmação de um espaço urbano lúdico tal como a deriva o reconhece, quanto construir outros, totalmente inéditos. (IS, 1959 *apud* Jacques, 2003, p. 15)

Uma das principais formas de intervenção propostas pelos situacionistas é a construção de *situações*, para a IS, a "construção concreta de ambiências momentâneas da vida" (Debord, 1957 *in* Jacques, 2003, p. 54).

> Uma situação construída seria então um "momento da vida, concreta e deliberadamente construído pela organização coletiva de uma ambiência unitária e de um jogo de acontecimentos. (Jacques, 2003, p. 21)

De modo geral, o objetivo dessa estratégia é criar ambiências e eventos planejados e específicos de forma coletiva para propiciar várias ações, reações e atividades (o "jogo de acontecimentos") com o objetivo de criar experiências significativas para as pessoas.

Para os situacionistas, o espaço urbano é um círculo mágico, e o jogo deve tomar conta da vida inteira, o tempo e espaço lúdicos devem ser ampliados a fim de que todos os momentos sejam relevantes: "O objetivo mais geral deve ser o de ampliar a parte não medíocre da vida, de diminuir-lhe ao máximo os momentos nulos" (Debord, 1957 *in* Jacques, 2003, p. 56).

3.2 Definindo ARG (Alternate Reality Game)

A sigla ARG significa *Alternate Reality Game*, que pode ser traduzida em português como "Jogo de Realidade Alternativa" ou "Jogo de Realidade Alternada", dependendo para quem você perguntar. Por se tratar de um conceito relativamente novo, ainda não existe um consenso de como definir um ARG, por isso, nesse texto, irei abordar o assunto de vários ângulos, de forma a chegar na definição que melhor se adeque a esse projeto e também trazer um contexto mais completo acerca do gênero

3.2.1 O primeiro ARG

A primeira experiência considerada como um ARG não é algo fácil de definir. Alguns consideram **The Beast** (2001), uma campanha promocional para o filme de Steven Spielberg **I.A: Inteligência Artificial** (2001), como a precursora do gênero. Para o projeto, foi criado um universo inteiro; formado por dezenas de páginas da web, incluindo o site de uma universidade fictícia, completo com todos os seus departamentos; e por outros elementos e manifestações no mundo real, como mensagens de voz por telefone e até protestos "anti-robô" organizados em grandes cidades dos EUA. A premissa do projeto era fazer com que o público utilizasse alguma das dicas no material de divulgação do filme, chamados pelos desenvolvedores de *Rabbit Holes*,

como porta de entrada para explorar esse vasto universo. Dessa forma, os "jogadores" acompanhavam a história da personagem fictícia Jeanine Salla, que suspeitava que a morte acidental de seu colega Evan Chan havia sido premeditada. A sensação que isso causou no público foi a de estar investigando o mistério juntamente com a personagem, resolvendo charadas e quebra-cabeças, conectando pontos, o que criou um alto nível de imersão e envolvimento com a história (Costa Correia, 2011; Lambie, 2017).

É inegável que **The Beast** foi um precursor do gênero, o impacto do projeto é claro considerando o número de pessoas alcançadas e também a onda de outros projetos de cunho similar que foram inspirados em sucessão, como **I love Bees** (2004) e **Last Call Poker** (2005), que também foram criados como projetos de marketing. Mesmo assim, não seria completamente correto afirmar que **The Beast** foi o primeiro ARG a ser usado como campanha de marketing, considerando outra campanha que usava estratégias similares já havia sido feita para a divulgação do filme **The Blair Witch Project** (1999) (Rottenberg, 2024). Também não é possível afirmar, com completa certeza, que **The Beast** ou **The Blair Witch** *Project* foram os primeiros ARGs que utilizaram da internet como plataforma, já que **Ong's Hat**, uma das teorias da conspiração mais antigas da internet, precede ambos, tendo sido publicada em meados de 1993 (The Icunabula Papers, 2018).

Não seria justo, ainda, usar como parâmetro apenas os projetos que surgiram na era da internet. Tendo isso em mente, alguns consideram que **Masquerade** (1976), por Kit Williams, tenha sido o primeiro ARG. O projeto consistia em um livro infantil ilustrado supostamente contendo pistas que, se decifradas, revelariam o paradeiro de um tesouro enterrado: um broche de lebre feito de ouro. O livro teve sucesso estrondoso, e centenas de pessoas se aventuraram na busca da lebre de ouro, enviado cartas a Kit com seus achados e palpites. O enigma, porém, era extremamente difícil de resolver, e só depois de seis anos da publicação do livro alguém realmente conseguiu decifrá-lo. Não entrarei em detalhes na história completa, por mais fascinante que seja, mas a questão é que, mesmo antes da internet, já existia algo que se assemelhasse com o que hoje chamamos de ARG (Norwich Games Festival, 2017). Qual foi, então, o primeiro ARG? Isso vai depender do conceito, do que pode ser considerado ou não como parte da categoria e de quais características são indispensáveis para o gênero.

3.2.2 Afinal, que é ARG?

Definir ARG não é uma tarefa fácil, como é um gênero novo, que ainda está sendo explorado, muitos *game designers* evitam limitá-lo a uma só definição. Ainda assim, houve um número de tentativas de estudiosos e especialistas em defini-lo.

O site ARGNet, que serve como base de dados e portal educacional sobre o assunto descreve o gênero como "narrativas fictícias que se desenvolvem ao longo de um período, utilizando o mundo real como plataforma para contar uma história que dá aos jogadores o controle (ou a ilusão de controle) sobre os eventos que se desenrolam" (ARGNet, [s.d.]). Sean Stewart (2008), escritor que trabalhou com ARG, a define como "Uma história que não se limita a uma só plataforma de comunicação [...] para mim, no presente, as características distintivas de um ARG são:

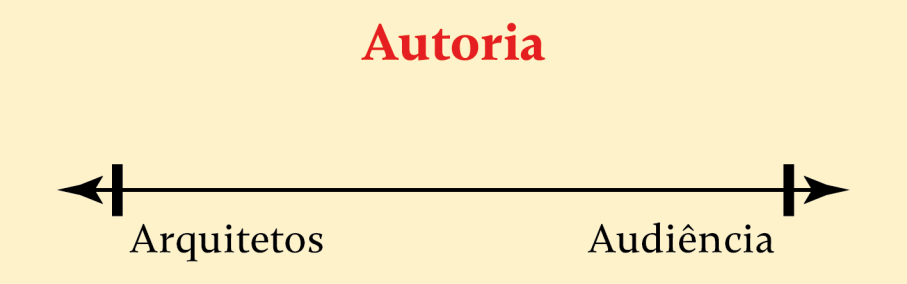
- Uma história dividida em pedaços, que a audiência deve encontrar e reconstruir;
- A história não se limita a uma só mídia ou plataforma: são usadas mensagens de texto, vídeos, áudio, animações em flash, propagandas impressas, outdoors, ligações e e-mails para entregar partes da narrativa;
- A audiência é massiva e COLETIVA: e deve se se usar de tecnologias da comunicação para trabalharem em equipe, e;
- A audiência não é apenas puxada para dentro do mundo criado, pois ELES são os responsáveis por explorá-lo, a audiência também afeta significativamente o progresso da história. O jogo é criado de forma a permitir que os jogadores desempenhem um papel fundamental na criação da narrativa." (Stewart *apud* Kim *et al*, 2008).

Alguns autores citam também que um dos princípios chave de um ARG é o TINAG (This is Not a Game). O TINAG nada mais é que o princípio de "fingir que nada daquilo é um fingimento" (De Oliveira et al, 2010), ou seja, o jogo não se reconhece como fictício e apresenta os eventos e personagens como se fossem reais (O'Flynn, 2017).

Pessoalmente, minha definição preferida vem de um dos pioneiros do gênero, e responsável pela criação do próprio termo, Sean Stacey. Em seu site **Unfiction.com**, Stacey reconhece a falta de consenso da própria comunidade em relação à definição de ARGs, e tenta defini-los de forma "indefinida". Ele começa classificando as narrativas como "Ficção Caótica". Caótica já que, por ser uma narrativa criada por uma interação autor – audiência, não se sabe qual rumo a

história pode tomar. Em seguida, o autor define as características principais da ficção caótica por meio de três gráficos lineares, que eu tomei a liberdade de recriar. (Figuras 1 – 3).

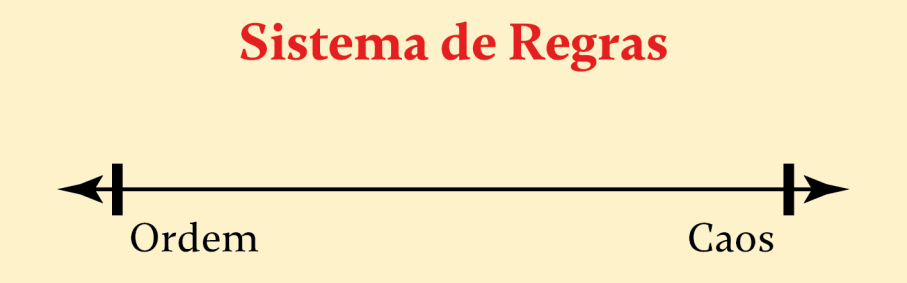
Figura 1 - Gráfico de Autoria na Ficção Caótica



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Autoria: Esse gráfico define quem tem mais controle sobre a narrativa, o criador da história ou a audiência. Na extremidade esquerda do gráfico, enquadram-se projetos mais narrativos, onde os espectadores só acompanham o enredo, e tem pouco controle sobre o desenrolar de eventos. Na outra extremidade, estariam projetos que poderiam ser considerados quase uma criação coletiva, onde os criadores oferecem apenas pistas, talvez uma plataforma, e um conjunto de regras.

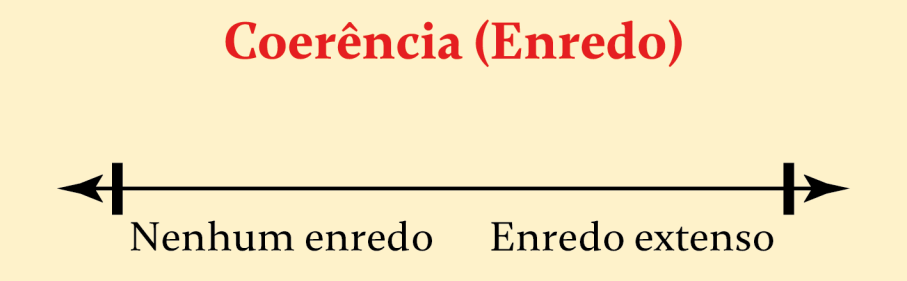
Figura 2 - Gráfico de sistema de regras na Ficção Caótica



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Sistema de Regras: Nesse caso, “regras” se refere às restrições do universo da história, e do volume de planejamento envolvido na campanha. De certa forma, essa característica relaciona-se com a anterior, considerando que ARGs majoritariamente desenvolvidos pela audiência tendem a ser mais caóticos, enquanto os mais planejados costumam ter um nível maior de controle pelos criadores.

Figura 3 - Gráfico de coerência na Ficção Caótica



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Coerência: O último gráfico refere-se ao volume de enredo providenciado. Algumas campanhas apresentam universos extensos e histórias lineares, outras, simplesmente um conceito. Essa característica, assim como as outras, também está intimamente relacionada com as anteriores.

Durante o desenrolar de um projeto, é possível que se revelem novas informações ou ocorram mudanças na história, devido à natureza colaborativa da Ficção Caótica. Dessa forma, só é possível ter um panorama geral da campanha após a sua completude.

Na minha opinião, essa é uma boa definição, pois não é focada em algum volume específico de participantes, ou no fato da história se desenrolar em múltiplas plataformas e fazer uso de novas tecnologias, mas na natureza do processo de criação. O formato do gráfico linear também providencia certa flexibilidade, e considera que cada projeto é completamente único e tem um modo diferente de interagir com as três características.

Então, de forma resumida e abarcando os conceitos já vistos, um ARG pode ser classificado como uma categoria dentro da Ficção Caótica, que tem sua autoria, sistema de regras e coerência definida por um diálogo entre autor e audiência. Em um ARG, o *círculo mágico* do jogo é o próprio mundo real, por esse motivo, diversas campanhas aplicam o princípio TINAG (“*This is Not a Game*”). Apesar de, realisticamente, os participantes estarem cientes de que se trata de um jogo, a história é tratada por todos como algo que “pode ser real”.

3.3 Folclore

Etimologicamente, a palavra *folclore* é fruto da tradução do termo em inglês *folklore,* que foi usado pela primeira vez na forma hifenizada Folk-lore por William J. Thoms e, uma carta escrita para o editor da revista **Athenæum**. Thoms interessava-se pelo estudo da cultura popular, e, na carta, demonstrava preocupação com o impacto da tecnologia na vida rural e com o desaparecimento de antigas histórias e tradições britânicas. Sua carta sugeria uma seção da revista onde o público poderia escrever sobre e publicar essas tradições, para que houvesse ao menos algum tipo de registro sobre elas (Winick, 2014).

Folk significa povo, e *Lore* pode ser traduzido como "conhecimento" ou "saber", o termo pode, assim, ser traduzido como "saberes do povo". Na perspectiva de Thoms (1846), o folclore abrange as maneiras, costumes, observações, superstições, baladas, provérbios e etc., dos tempos antigos. Em sua definição, o folclore inclui uma variedade de manifestações culturais associadas a um determinado povo.

Na Carta do Folclore Brasileiro, escrita originalmente em 1951 e revisada em 1993, folclore é definido como "o conjunto das criações culturais de uma comunidade, baseado nas suas tradições expressas individual ou coletivamente, representativo de sua identidade social.". A carta, redigida por diversos estudiosos e especialistas, reconhece o folclore como parte integrante do legado cultural e da cultura viva, e como um meio de aproximação dos povos e reafirmação de sua identidade cultural (Carta do Folclore Brasileiro, 1993).

3.4.1 Mitos e Lendas

Ao falar de folclore, o assunto principal que vem à mente são os mitos e lendas. Mitos são histórias criadas para explicar crenças, fenômenos da natureza ou ensinar lições de moral, que datam desde os primórdios da sociedade (Merriam-Webster, 2019). Lendas, em geral, costumam ser associadas com acontecimentos e pessoas históricas reais, mas envoltas em um certo grau de misticismo (Smith *et al.*, 2025). Ambos os termos são amplamente usados para se referirem as histórias que fazem parte do imaginário coletivo cultural de um grupo de pessoas.

Historicamente, lendas e mitos também foram usados como forma de regular a sociedade, de criar temor a fim de estabelecer limites. Criaturas como o bicho papão e o homem do saco são heranças de antigas lendas criadas para que as crianças se mantivessem em ordem e até a tragédia grega era usada para alertar as pessoas a não desafiar os deuses.

3.4.2 Folclore Local e Lenda Urbana

Folclore local se refere ao folclore que é específico de determinada região. Ao falar de folclore local, é importante determinar a dimensão que está sendo abarcada, pois pode tratar-se de uma região inteira ou de uma pequena cidade. As manifestações e tradições locais são tão importantes para a identidade de uma pessoa quanto a cultura nacional, afinal, o lugar onde uma pessoa cresceu ou vive faz parte do seu dia-a-dia e influencia diretamente nos seus costumes, comportamentos e crenças.

O folclore é retratado, muitas vezes, como apenas os costumes tradicionais e antigos de um povo, mas a cultura é uma entidade viva, e manifestações culturais modernas não são menos válidas que as antigas. No ensaio **The Devolutionary Premise in Folklore Theory** (1969), Alan Dundes, folclorista estadunidense, argumenta contra a ideia comum entre os estudiosos de que o folclore está desaparecendo com o avanço da civilização.

> Of course, if folklorists were able to free themselves from so narrow and obsolescent a concept of folk, they could see that there are still numerous active functioning folk groups (e.g., ethnic, religious, occupational, etc.) and that the peasant community is just one of many different types of "folk." In fact, even as this one type of formerly rural homogeneous folk group becomes transformed into urban, heterogeneous, part-time folk groups, new types of folklore are emerging, some of which are actually caused by capitalism as in the creation of folklore from commercial advertisements. (Dundes, 1969, p.13)

No trecho, Dundes declara que se os folcloristas de seu tempo pudessem se libertar de conceitos restritos e obsoletos, eles veriam que existe um número de grupos populares ativos, e que a comunidade "camponesa" é apenas um dos grupos populares. Segundo ele, novos tipos de folclore estariam emergindo, e alguns deles estariam até ligados com o avanço do capitalismo (Dundes, 1969). O ensaio foi escrito em uma época onde, segundo o autor, muitos folcloristas acreditavam que, devido ao avanço da tecnologia, o folclore estaria "morrendo", cada vez mais distante de suas raízes "puras" da antiguidade.

Uma das manifestações modernas de folclore é a lenda urbana. O termo foi popularizado pelo folclorista estadunidense Jan Harold Brunvand, que as descreve como "eventos estranhos,

porém supostamente verdadeiros, que aconteceram com um amigo de um amigo" (Brunvand, 1999). Tratam-se de histórias que se desenrolam em contextos familiares, porém com algum acontecimento bizarro, cômico, trágico ou sobrenatural. O que define as Lendas Urbanas, assim como grande parte do folclore, é a repetição oral e a variedade de versões da mesma narrativa, mas mantendo o seu cerne. Histórias como a de uma mulher de branco que entra em táxis e depois desparece, ou da "Loira do Banheiro", que existem em quase todos os lugares do mundo são exemplos de lendas urbanas. Algumas dessas lendas modernas foram criadas na internet, espalhadas por meio de fóruns ou correntes de e-mails. Outras, são específicas e limitadas a uma determinada região, como a própria lenda dos alunos da Universidade de Brasília, que se transformam em gatos após terem sido jubilados.

4. ANÁLISE DE PROJETOS

4.1 Valfrido?

No dia 29 de outubro de 2015 foi enviado por mala direta para moradores de aproximadamente nove mil residências nos bairros de Santa Cecília e Higienópolis, em São Paulo, um folheto com as palavras “Valfrido, seu canalha! Canalha!”. Isso marcou o início do projeto **Valfrido?** do designer Gustavo Piqueira.

O projeto como um todo é composto pelas publicações originais (os folhetos), um documentário curto e um livro que relata todo o processo criativo, da ideia até a postagem do último folheto. O assunto de maior interesse para a minha pesquisa é o projeto original: a postagem de dez folhetos por mala direta, para um número de residências de São Paulo dentro de uma determinada área, sem que ninguém houvesse solicitado e sem contexto algum.

Em seu livro, o autor discute a natureza limitante da necessidade de classificação de obras literárias: “Tudo é permitido, desde que esteja bem encaixado em seu devido lugar e por lá fique” (Piqueira, 2016, p. 20). Em frente a isso, Piqueira apresenta o desejo de descobrir e expandir o limite das supostas regras e códigos corretos de conduta da literatura, de brincar com as regras e subvertê-las.

Em meio a um renascimento de técnicas e processos “tradicionais” onde designers e artistas parecem estar cada vez mais retornando ao manual, a ideia para **Valfrido?** nasceu da necessidade de Piqueira de explorar algo que ainda não havia sido feito. O artista, fascinado com as limitações do autoatendimento de uma gráfica online e no caráter invasivo das malas diretas dos correios, criou um projeto não só usando isso como suporte, mas desenvolvido a partir disso.

No livro, Gustavo cita os objetivos de seu projeto:

> realizar algo e entregar para quase dez mil pessoas, sem nenhuma delas ter pedido. Não criar empatia. Não oferecer nada, a não ser um leve incômodo. Não ostentar requintes gráficos. Nem materiais refinados. Nem qualquer outro código já formalmente aceito como nobre e admirável. Não conseguir saber o que acharam.
>
> Em resumo, o digníssimo objetivo de não chegar a lugar nenhum. Consideremos, pois, Valfrido? como algo semelhante a nossas vidas: um exercício lúdico sem fins. (Piqueira, 2016, p. 40).

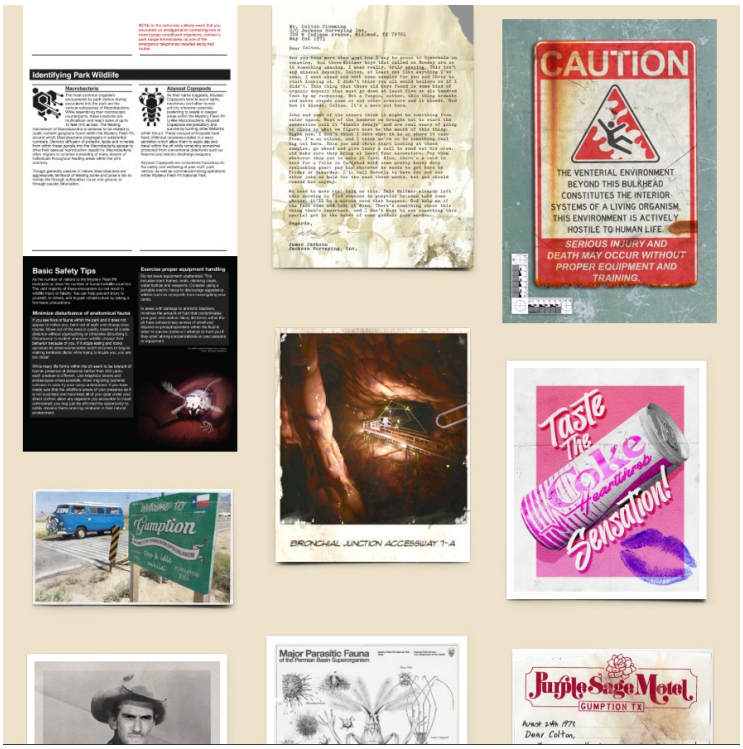
O desejo do autor era o de que sua história não pudesse ser confundida com estratégia de vendas ou algum esquema elaborado de marketing, mas que simplesmente chegasse às casas das

pessoas, sem explicação, e se desenrolasse. Em uma realidade onde tudo precisa gerar lucro, a necessidade de criar algo com o único objetivo de explorar um meio diferente, de contar uma história, ou de simplesmente criar por criar é vista como algo completamente absurdo. Quando tudo o que é feito precisa de uma justificativa, ou de um "propósito" maior para existir, um projeto como **Valfrido?** se destaca por seu caráter puramente lúdico.

4.2 Mystery Flesh Pit National Park

Mystery Flesh Pit National Park é o nome de um projeto de terror e ficção criado pelo artista Trevor Roberts. O projeto mescla técnicas multimídia de ilustração e manipulação de imagens com narrativa para gerar um universo imersivo que conta uma história através de artefatos, e é considerado por alguns como um ARG. A história inteira é contada através de documentos, guias, panfletos, anúncios promocionais e, de modo geral, artefatos criados para parecerem reais e coesos dentro do universo fictício criado e também do real. O espectador acompanha a história por meio das postagens das peças em um site, que se apresenta como o site do parque nacional do qual a história gira em torno, e age como um acervo geral de todo o material (Figura 4).

Figura 4 - Página do site do projeto *Mystery Flesh Pit National Park*



Fonte: https://www.mysteryfleshpitnationalpark.com

A narrativa gira em torno de uma estranha formação geológica: uma enorme caverna feita de carne que foi transformada em um Parque Nacional, que atualmente se encontra desativado. A história progride de forma não linear, apresentando-se como peças de um quebra cabeça para serem exploradas pelo leitor. À medida que a história progride, vai-se revelando que o buraco, na verdade, é uma criatura viva; que o parque foi criado para gerar dinheiro, sem a pesquisa e a precaução necessárias, e que sua desativação ocorreu devido à uma série de acidentes seguidos de uma grande tragédia. Os temas da história abordam o capitalismo selvagem e a audácia humana de não apenas explorar, mas tentar lucrar em cima de coisas além da sua compreensão (Roberts, [s.d.]).

A parte mais fascinante do projeto é o modo como ele se apresenta: como um universo inteiro completamente imersivo e plausível, salvo o caráter fictício. É um exemplo de uma maneira alternativa de contar uma história utilizando, principalmente, artefatos gráficos. A maneira que o leitor é convidado a descobrir a narrativa, procurando pistas e desvendando um grande mistério, também contribui para a efetividade do formato narrativo.

Mystery Flesh Pit Nacional Park foi o primeiro ARG com que eu tive contato e foi responsável por minha fascinação com esse gênero narrativo. Sua estrutura, em geral, diferencia-se de ARGs mais tradicionais devido ao baixo nível de interatividade. A narrativa e regras do universo são todas estabelecidas pelo autor, e o papel da audiência, nesse caso, passa ser o de desvendar a história, que se apresenta de forma fragmentada e não linear. No projeto *Onde Está Lorena*, optei por aplicar uma estrutura similar, o objetivo é que o jogo seja exatamente essa procura e interpretação das várias partes da história, que se encontram espalhadas pelos corredores da Universidade.

5. METODOLOGIA

Para abordar as metodologias aplicadas no desenvolvimento do projeto, é importante relembrar os objetivos gerais do projeto, que servirão de guia para o processo de desenvolvimento:

- Criar um projeto que interaja com a lenda urbana dos alunos virando gatos.
- Explorar veículos alternativos para construção de uma narrativa.
- Criar um exercício lúdico, com o propósito tornar a vida e o dia-a-dia das pessoas na universidade um pouco mais interessante.

A delimitação de escopo do projeto e o seu processo de desenvolvimento se desenrolaram de maneira não linear, seguindo um processo intuitivo e espontâneo denominado por Donald Schön (1983) como "reflexão-na-ação". O modelo de Schön é cíclico, e se baseia nas etapas de crítica, onde é enquadrado o problema em uma situação; experimentação, a realização de experimentos não-lineares que gera novas descobertas sobre a situação, e "performance artística", onde o projetista executa ações que parecem espontâneas, mas que são resultado de habilidades desenvolvidas por sua prática (Teixeira, 2011).

Ao longo do desenvolvimento do projeto, ele passou de um escopo amplo e indefinido para o formato atual devido a uma série de reestruturações baseadas em pesquisas, leituras e levantamentos de possibilidades que foram analisadas e avaliadas. Cada informação nova que surgia trazia uma série de novas possibilidades ou limitações para o escopo, que foi se definindo pouco a pouco, e ao mesmo tempo em que se desenvolviam os materiais e a narrativa.

A pesquisa de referências sobre as lendas urbanas da cidade e, especificamente, a lenda dos gatos, foi feita por meio da busca de reportagens, fóruns e conteúdos criados em redes sociais e blogs sobre o assunto ou relacionados à UnB. Não existe, ainda, um acervo geral dedicado à catalogação e divulgação das lendas urbanas da cidade, portanto, a pesquisa foi feita exatamente nos sítios onde ocorre a divulgação de tais histórias: na "boca do povo".

A etapa de criação do enredo partiu da mistura dos resultados da pesquisa com experiências pessoais. Todas as ideias que surgiam durante a etapa de pesquisa eram anotadas como possibilidades, e, em seguida, analisadas para avaliar se elas se encaixariam no escopo do projeto. Foi mantido um caderno ao longo de todo o processo, para que nenhuma ideia se perdesse.

Para a etapa de pesquisa gráfica, foram feitas pesquisas de referências em campo e na internet, com o objetivo de estabelecer o cenário presente dos cartazes da UnB e delimitar a estética desejada. Para a análise de referências, foram usados *moodboards* criados na plataforma Miro como ferramentas de apoio, para facilitar a visualização das referências como um todo. Na etapa de desenvolvimento gráfico, foram aplicados os resultados da análise de referências. Também foram usadas ferramentas como grids para auxiliar a criação dos cartazes e foram feitos testes de alternativas até ser alcançado um resultado satisfatório.

6. DESENVOLVIMENTO

6.1 Pesquisa de referências

Quando decidi que o projeto iria falar sobre a lenda dos gatos da UnB, a primeira coisa que fiz foi procurar saber que tipo de informação ou material já existia sobre o assunto. O que eu encontrei foram breves menções sobre a história, geralmente com um tom de humor, mas nada de maneira aprofundada. Não se sabe de onde a história surgiu, mas também não é difícil inferir que provavelmente é fruto de várias brincadeiras e histórias das quais os calouros da Universidade são vítimas; uma forma de assustar os alunos para que se mantenham dentro do fluxo das matérias.

A lenda, em geral, é bem conhecida pelos alunos e frequentadores da Universidade. Durante minha pesquisa, consegui encontrar várias referências à história, como posts no Instagram de páginas associadas à UnB (Canalfac, 2024); menções em fóruns como o Reddit tratando de assuntos sobre lendas urbanas, assim como sua inclusão em icebergs[1], e até uma matéria do G1 que foi feita como parte de uma coletânea para comemorar o aniversário de 63 anos da cidade (Yamaguti, 2023). Também descobri que existem, pelos menos, três curtas-metragens sobre o assunto, feitos por alunos como trabalhos para disciplinas de audiovisual, mas, infelizmente, consegui acessar apenas um deles.

O curta que consegui encontrar foi produzido para a matéria de Oficina Básica de Audiovisual, ministrada pelo professor Carlos Henrique (Caique) Novis no semestre 2024.2 pelas alunas Duda Oliveira; Joana Pantoja; Maya Bezerra; Cerine Chakroun; Juliana Martins; Alice Dourado; Luísa Rocha e Anna Beatriz Rosa. **Jubigata** (2024) conta a história de uma gata e seu dia-a-dia vivendo na Universidade. Ao longo do filme, a protagonista se depara com várias situações adversas e perigosas, e vai perdendo suas sete vidas pouco a pouco. Quando suas vidas chegam ao fim, a personagem acorda e, tendo voltado a ser humana, vai atrás de respostas, apenas para descobrir que havia sido jubilada dez anos antes. O filme tem, no total, 2:39 min de duração e foi feito com técnica mixed-media, usando uma mistura de filmagens reais e animação. A história é curta e simples, e o filme não explora muito mais além do que já é

[1] O iceberg é um formato de meme utilizado na internet para representar todo o conhecimento acerca de algum tópico específico. A ideia por trás da analogia é organizar os tópicos em níveis; que variam de fatos de amplo conhecimento (ponta do iceberg) até assuntos mais obscuros, específicos e nichados, que beiram a conspiração (parte de baixo do iceberg)

conhecimento comum, mas sua existência é sinal de que a história é bastante conhecida e estimada pelos alunos, tendo sido assunto de vários projetos.

6.2 Desenvolvimento da narrativa

A pesquisa evidenciou que a lenda, de modo geral, não passa de um conceito simples: os gatos da UnB são ex-alunos da Universidade que não conseguiram se formar. Um rumor. O que me conferia a liberdade de construir qualquer mitologia em volta do assunto, desde que me mantivesse fiel a esse conceito para que a história continuasse familiar ao público. Também já havia sido definido que a história iria girar em torno de algum mistério. A ideia era incitar a curiosidade das pessoas e fazer com que elas se sentissem compelidas a procurar os cartazes e entender a história por completo.

Como ponto de partida, criei uma personagem, que seria responsável por fazer os cartazes e espalhá-los nos murais. A personagem estaria investigando o curioso caso dos alunos que viram gatos e tentando conscientizar as pessoas sobre esse assunto de grande seriedade e urgência. Assim, nasceu Lorena Lourenço, um nome inventado para repetir a aliteração do meu próprio nome, Luma Lima. A criação de um pseudônimo em vez da utilização de meu próprio nome foi estratégica. Se eu usasse meu nome real, a chance de alguém reconhecê-lo e vir perguntar sobre os cartazes não era nula, e a de alguém pesquisar meu nome nas redes sociais e me encontrar era maior ainda. Com Lorena, eu tinha o conforto do anonimato, assim como a liberdade de criar qualquer história que eu desejasse ao seu redor. Não haveria forma de confirmar nenhum dos fatos, já que a personagem é completamente fictícia.

Lorena é estudante de artes visuais, e trabalha principalmente com esculturas em cerâmica. Matriculada na UnB em 2019, ela sente que seu tempo está acabando (na verdade, já deveria ter acabado a alguns semestres atrás) e também começa a sentir o estresse acumulado de passar tantos anos estudando e de ser uma das últimas de seus amigos a se formar. Um dia, após ter sonhos estranhos e confusos, Lorena percebe que está se transformando em um gato. Desesperada para encontrar uma solução e preocupada em alertar outros alunos do assustador fenômeno, a estudante começa a espalhar cartazes pela Universidade, e também, a se entregar cada vez mais à sua própria loucura.

A história foi separada em quatro partes. As três primeiras retratam o estado mental da personagem, que vai cada vez mais se deteriorando. A última seria sua carta final ao público, notificando a todos que ela haveria se transformado em um gato. No processo de desenvolvimento, as fases foram definidas da seguinte forma:

> **Fase 1 - Percepção e pesquisa:** A personagem percebe que está se transformando em um gato e, ainda em estado de lucidez, dedica-se a pesquisar sobre o fenômeno na esperança de alertar a todos o que está acontecendo, e, se possível, se salvar.
>
> **Fase 2 - Declínio:** A personagem começa a perder sanidade, falando de sonhos proféticos e visões estranhas, mas ainda é capaz de escrever e criar coisas inteligíveis.
>
> **Fase 3 - Perdição:** A personagem se encontra perdida em sua loucura, escrevendo mensagens crípticas. É praticamente um gato
>
> **Fase 4 - Desfecho:** A carta final de Lorena, declarando a todos que ela já virou um gato.

A ideia de organizar a história em fases foi surgindo junto com as ideias para os cartazes. Inicialmente, o plano era espalhar todos os cartazes de uma vez só, mas, ao longo da pesquisa, e também sob influência de **Valfrido?**, percebi que a divisão "episódica", separando a narrativa em arcos e criando uma pausa entre cada um, faria com que ela fosse mais fácil de entender, já que as pessoas teriam mais chance de ver os cartazes na ordem correta. Os conceitos para alguns dos cartazes já haviam sido decididos no início do processo, outros, surgiram depois; mas o estabelecimento de uma estrutura narrativa me ajudou a enxergar com clareza a totalidade do projeto e conseguir projetar melhor os cartazes de cada uma das fases.

Também foram escritas duas "cartas" do ponto de vista da personagem, que inicialmente, iriam fazer parte da experiência, mas acabaram sendo utilizadas como base para alguns dos cartazes. O exercício de escrita também foi algo que ajudou a desenvolver melhor a narrativa.

6.3 Escopo do projeto

O projeto sofreu diversas mudanças desde sua concepção inicial. Em um primeiro momento do desenvolvimento, haveriam outros "pontos de entrada" da história além dos cartazes. Como já foi mencionado na seção anterior, todos os cartazes iriam ser colados ao mesmo tempo. Junto

com eles, haveriam outras “peças” do quebra cabeça espalhadas pelo campus. Em uma das versões, considerei entrar em contato com alguns dos Centros Acadêmicos para plantar memoriais falsos para alunos que supostamente haveriam virado gatos. Outra ideia que foi descartada é a de espalhar pen-drives com cartas de Lorena. Uma outra ideia que também caiu por terra foi a criação de um “escritório” para Lorena, com diversos arquivos e até um quadro de evidências, como nos filmes de detetive, dentro de uma das Kombis do cemitério de Kombis próximo à UnB.

Essa estrutura antiga, com diversas portas de acesso, pistas em localizações específicas e formatos de mídia diferentes certamente se assemelharia mais com um ARG tradicional. Ao longo do desenvolvimento, porém, precisei reavaliar esse formato.

Não seria impossível que uma pessoa ou outra realmente conseguisse encontrar todas as pistas, seguir todos os fios narrativos e ter a experiência de forma completa. Porém, em um lugar com a escala da UnB, onde os alunos já tem um grande número de preocupações e responsabilidades, a chance de que várias pessoas conseguissem acompanhar a história era pequena. Por ser um lugar público, a possibilidade de alguma das partes do quebra-cabeça serem levadas antes de qualquer pessoa conseguir interagir com elas também não era nula. Tudo isso unido ao fato do projeto existir totalmente de forma analógica, sem complementos digitais como páginas da web e perfis em redes sociais, onde as pistas poderiam ficar eternamente disponíveis.

Com os cartazes e murais como veículo principal da história, ela também ficou mais acessível às pessoas. A ideia é que alguém possa ver um cartaz, depois outro e começar a notar um padrão. Talvez comentar com um amigo e descobrir que ele também havia visto algo assim, e ter uma discussão sobre o assunto. Ou talvez fazer com que alguém ande o ICC inteiro, e até outros prédios, em busca dos cartazes que faltam. O elemento de “caça ao tesouro” se torna menos presente nessa versão do projeto, mas, em contrapartida, ele pode ter um alcance maior e ser apreciado por mais pessoas.

Foi definido, então, que o projeto iria consistir em uma história contada através de dez cartazes que seriam espalhados pela Universidade em quatro levas. Um único elemento além dos cartazes iria fazer parte da história e da experiência como um todo: dez pequenas figuras de gatos feitas em cerâmica, que seriam distribuídas ao mesmo tempo que os cartazes da Fase 3.

6.4 Identidade Gráfica

6.4.1 Análise de referências

Para definir a identidade gráfica do projeto, primeiro foi feita uma análise dos cartazes da UnB, tanto nos murais do ICC quanto em outros lugares da Universidade. Foi construído um moodboard (Figura 5) com referências que acumulei ao longo dos anos, assim como algumas que coletei com meu scanner portátil para esse propósito.

Figura 5 - Moodboard de cartazes



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os cartazes dos murais são extremamente variados, tanto visualmente quanto em relação ao seu conteúdo. Não existe padrão algum de cores, tipografias ou tipos de imagens utilizadas, cada um tem uma identidade própria. Uma característica que os unifica é, de forma geral, uma certa qualidade “amadora”. Claro que existem cartazes onde é possível perceber um trabalho mais cuidadoso de design, mas, no meio de tantos cartazes, esses acabam sendo a exceção. Dessa forma, a maioria dos cartazes acabam cometendo “falhas” de design, como layouts com muita informação, ou hierarquia de informação confusa, o que acaba, de certa forma, criando um tipo de identidade. Outra característica comum é que os cartazes, em sua maioria, estão divulgando algo. Um serviço, uma informação, um evento; A intenção é a de chamar atenção e tentar

interessar as pessoas em algo. Em relação à orientação dos cartazes, a maioria utilizava o formato retrato, mas muitos deles também estavam em sentido paisagem. No moodboard também foram incluídos alguns grafittis, para criar uma ideia mais completa do “ecossistema” das paredes da Universidade.

Também foi analisado outro conjunto de referências, cartazes e páginas de jornais estranhas e misteriosas, reportando acontecimentos sobrenaturais e bizarros, coletados da internet utilizando, principalmente o Pinterest (Figura 6).

Figura 6 - Moodboard de referências



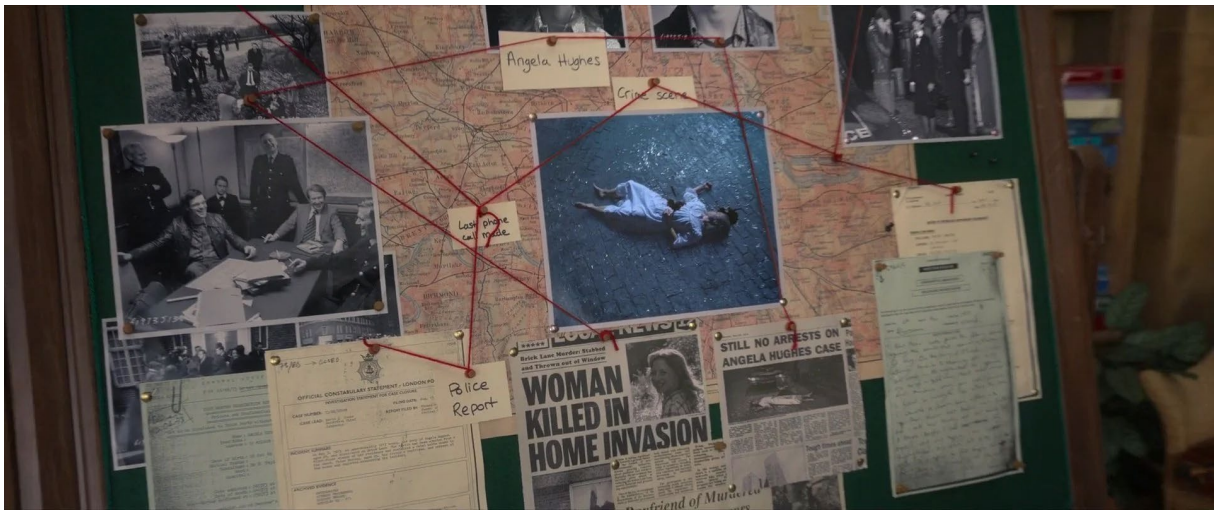
Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Essa categoria de cartaz, geralmente utiliza tipografias serifadas em caixa alta para os títulos; em alguns casos, são usadas tipografias monoespaçadas para o corpo de texto, emulando visualmente o estilo utilizado em jornais e documentos classificados. É comum também o uso de fotos ou ilustrações detalhadas como ponto focal da peça. Em sua maioria, os cartazes são impressos em preto e branco ou em escala de cinzas, contendo, às vezes, uma outra cor de destaque (geralmente vermelho).

6.4.2 Desenvolvimento da Identidade

Com base na análise de referências, foi estabelecida uma Identidade Gráfica para os cartazes. Os cartazes seriam feitos majoritariamente em escala de cinza, para simular a aparência dos cartazes impressos em xerox, mas usando vermelho como cor de destaque. A ideia é emular uma estética que conseguiria se misturar com os cartazes comuns, mas com um elemento de destaque, e também referenciar o "barbante vermelho", elemento típico de histórias de mistério, usado para conectar evidências (Figura 7).

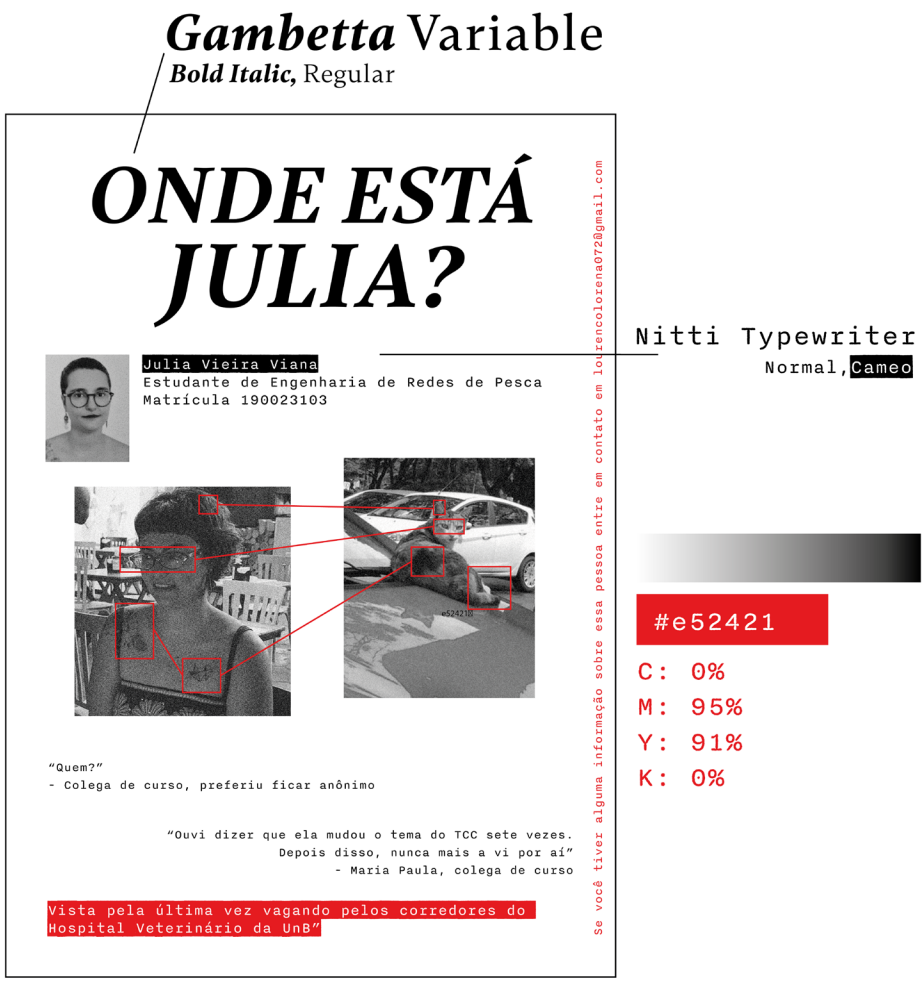
Figura 7 - Cena do trailer do filme *The Thursday Murder Club* (2025)



Fonte: The Vault of Culture

As tipografias escolhidas foram a família tipográfica Gambetta Variable, para títulos, e Nitti Typewriter, para texto corrido. Ambas foram escolhidas com base na análise de referências, por parecerem-se com tipografias usadas em jornais antigos e documentos oficiais. A ideia, também, era conversar com uma estética já conhecida, a fim de criar familiaridade e passar a sensação de mistério, investigação e teoria da conspiração. Também foi escolhida a tipografia Alana, que foi usada exclusivamente na terceira fase juntamente com a Gambetta, para causar um efeito de estranhamento. Na Figura 8, é possível ver um exemplo de um dos cartazes com a Identidade aplicada.

Figura 8 - Exemplo de cartaz com a Identidade Gráfica aplicada



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Foi definido também um parâmetro para o uso de imagens nos cartazes. Todos os cartazes, com exceção da última carta de Lorena, teriam pelo menos uma imagem. Para a fase 1, seriam utilizadas fotos reais ou manipuladas, para conferir um senso de realidade à história. O resto dos cartazes poderiam conter ilustrações ou composições incluindo os gatos de cerâmica. Utilizando a questão das fases como parâmetro, quanto mais lúcido o estado mental da personagem, menos as imagens dominariam a composição. Assim, menos texto e mais imagens significariam um estado de loucura mais avançado (Figura 9).

Figura 9 - Comparação do uso de imagens na Fase 1 vs. Fase 3



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

6.5 Elaboração dos cartazes

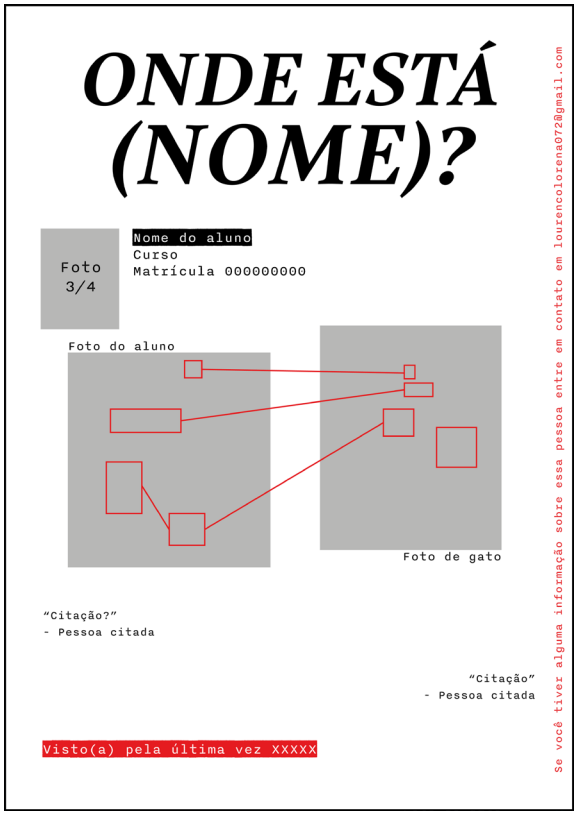
Para a primeira fase, foram delimitados quatro cartazes, três no modelo “ONDE ESTÁ (NOME)?”, questionando o paradeiro de alunos supostamente desaparecidos; e um intitulado SOLO SAGRADO, que incluiria uma foto da construção da UnB com vários gatos. Para a elaboração dos cartazes de alunos desaparecidos, entrei em contato com três amigos próximos, Lucia Casement; Pedro Alighieri e Adriana Teixeira, para perguntar se eles consentiam em fazer parte do projeto e ter seus rostos estampados nas paredes da Universidade. Todos demonstraram entusiasmo em participar.

Algumas das fotos usadas já faziam parte do meu acervo de fotos analógicas ou da minha pequena coleção de fotos ¾ de amigos, as outras foram fornecidas por meus amigos. Todas as imagens passaram por um tratamento no Photoshop, foi aplicado o filtro de escala de cinza nas imagens coloridas, e, em todas, um filtro granulado que foi ajustado em uma intensidade diferente para cada imagem.

Como esses três cartazes fariam parte de uma série, foi seguido um padrão (Figura 10). Todos eles incluem uma foto ¾ do aluno, seguido de seu nome completo, matrícula e curso. Em

seguida, uma foto da pessoa, ao lado da foto de um gato. Todas as fotos de gatos foram tiradas da página do Instagram @gatosunb, página dedicada a registros dos gatos residentes no Campus Darcy Ribeiro da Universidade de Brasília, e editadas. Entre as fotos, um conjunto de linhas vermelhas aponta supostas semelhanças entre o gato e o aluno. Em baixo, diversas citações de pessoas anônimas ou colegas e professores do curso sobre a pessoa procurada, seguido do último lugar em que foi vista. Todos os cartazes também têm o mesmo título, mudando apenas o nome da pessoa e foi incluído o endereço de e-mail de Lorena para contato na lateral.

Figura 10 - Template para cartaz



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Para o cartaz "SOLO SAGRADO" foi usada uma imagem real da construção da universidade de Brasília obtida através das fotos de livre acesso do Arquivo Central da UnB, via Flickr. Os gatos, que não estão na fotografia original, foram tirados de fotografias do banco de imagens Unsplash e editados na foto histórica usando o Photoshop (Figura 11).

Figura 11 - Foto editada com gatos



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Para a segunda fase, foram criados três modelos de cartazes diferentes. O primeiro, intitulado “Sinais”, mostra uma lista numerada apontando três sinais que você já está virando um gato e contém uma ilustração. O segundo, que chamei de “Sonhos”, foi inspirado no famoso cartaz “*Ever Dream This Man?*”, do projeto criado por Andrea Natella que ganhou viralidade na internet no final dos anos 2000 e é instantaneamente familiar a milhares de pessoas que viveram a época. O terceiro cartaz, chamado “Amigos” apresenta uma composição com sobreposição de texto e imagem e utiliza, pela primeira vez, as figuras de argila.

Para a terceira leva, foram criados dois cartazes. Os dois, chamados de “Metamorfose” e “Família”, são composições caóticas, com frases curtas e dominadas por imagens. O intuito era o de representar visualmente a loucura da personagem. O cartaz “Família” inclui mais uma vez os gatos de cerâmica, dessa vez como elemento central.

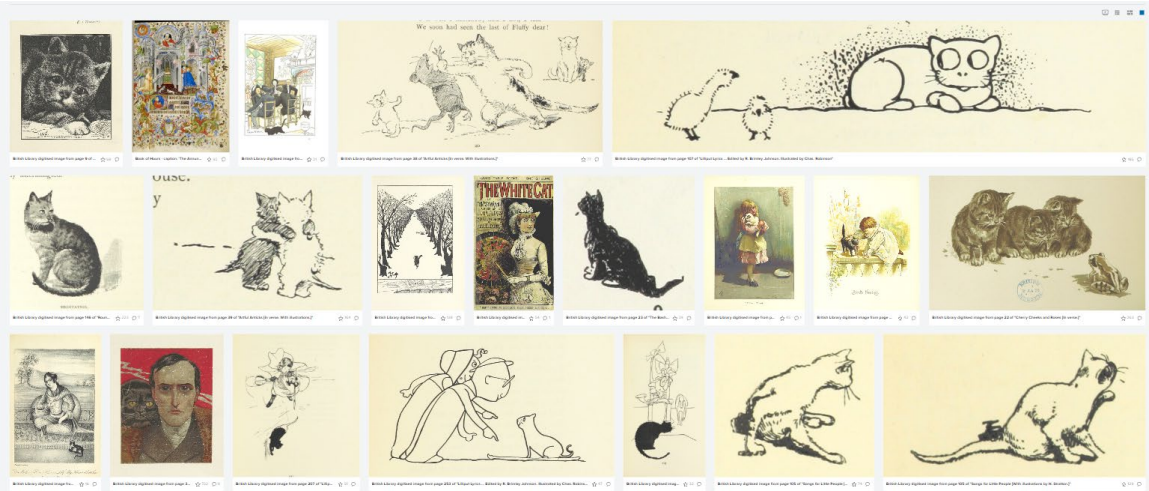
Nos cartazes com ilustrações, foram usadas imagens tiradas do acervo virtual da British Library. No site, as imagens já são divididas por categorias, e por sorte, tem uma categoria inteira dedicada apenas a imagens de gatos, da qual fiz amplo uso (Figura 13). As ilustrações também foram editadas no Photoshop para melhor se adequar aos cartazes. Em algumas, foi colocado apenas o filtro de escala de cinza, outras foram cortadas ou modificadas, dependendo de onde seriam aplicadas (Figura 12).

Figura 12 - Exemplo de imagens originais vs. versão final usada no cartaz



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Figura 13 – Seção de imagens de gatos do acervo virtual da British Library



Fonte: British Library

As figuras de cerâmica também receberam tratamento no Photoshop (Figura 14). Em primeiro lugar, foram tiradas fotos de cada uma das figuras, depois, a figura era isolada por meio de seleção automática e o fundo era removido. As imagens foram editadas em brilho e contraste até chegarem na aparência desejada, depois, foi aplicado um filtro de cor em cada uma delas.

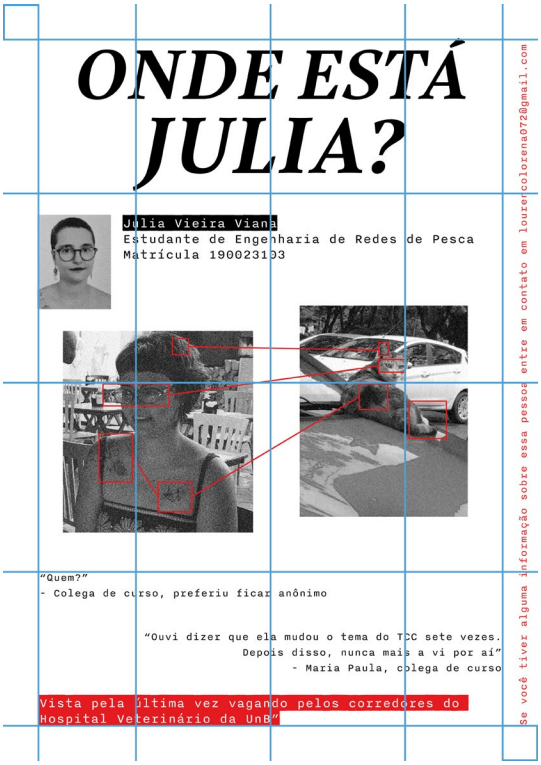
Figura 14 - Etapas de edição de imagem das figuras de cerâmica



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Todos os cartazes foram feitos utilizando um grid quadriculado simples como forma de apoio para a distribuição de elementos (Figura 15). Para a margem, foi usado um quadrado de 20mm. Todos os cartazes foram projetados em prancheta A3, mas impressos em papel A4 para se encaixarem melhor nos murais.

Figura 15 - Grid simples



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

6.6 Elaboração de peças de cerâmica

As peças de cerâmica foram criadas para servir de complemento à história, imaginei que seria interessante ter algo tangível relacionado aos cartazes, que as pessoas pudessem encontrar pelos corredores por acaso e conectar à narrativa. No enredo, as figuras foram criadas por Lorena que, em seu estado de insanidade, não consegue esculpir mais nada além de gatinhos.

Eu não sou ceramista, apesar de ter vontade de aprender a esculpir, minhas experiências com esse tipo de arte foram poucas. Então, entrei em contato com minha amiga Lucia Casement, que também aparece em um dos cartazes, como uma aluna desaparecida (que supostamente se transformou em gato).

Primeiro era necessário definir o estilo das esculturas. Na minha visão, eles deveriam ser bem simples, até um tanto rústicas, e sem muitos detalhes além do essencial: patas, cauda, orelhas e um par de olhos. Foram feitos alguns rascunhos preliminares para ilustrar a ideia (Figura 16).

Figura 16 - Rascunhos das figuras de gatos



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Em seguida, encontrei-me com Lucia para que pudéssemos esculpir os gatinhos. Foram usados três tipos de argila: uma branca FL da marca terranova, uma lotus (marrom escura) da mesma marca, e uma terracota de origem desconhecida. Foram feitos, ao todo, doze gatos, dez dois quais iriam ser distribuídos ao longo do ICC, e dois que guardei de lembrança (Figura 17).

Devido a sua densidade, foi preciso ocar[2] alguns dos gatos para que secassem mais rápido. Nos que não puderam ser ocados, foram feitos vários furinhos para facilitar a passagem de ar e secagem da peça.

Figura 17 - Gatos esculpidos em cerâmica

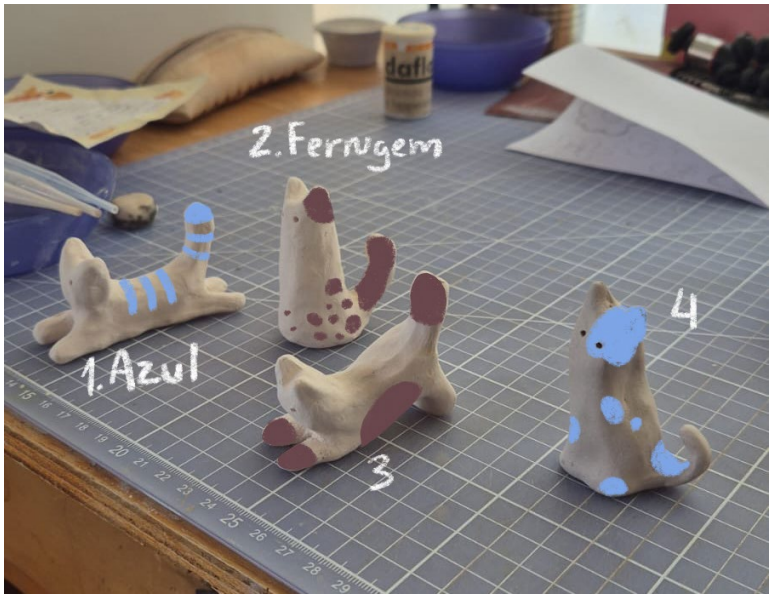


Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Depois de secos, as figuras passaram pela primeira queima, e logo em seguida foram esmaltadas para a segunda queima. Não consegui me encontrar com a Lucia para esmaltarmos as peças juntas, então enviei mais alguns rascunhos indicando como as peças deveriam ser esmaltadas (Figura 18). Para essa etapa, foram usados três esmaltes: BP22 azul claro da marca Gaia; RP01 ferrugem da mesma marca; e ES-621 da marca Risi, e um baixo-esmalte, corante azul borrão da marca Risi. Após passarem pela segunda queima, os gatinhos estavam prontos para serem distribuídos pela UnB (Figura 19).

[2] Ocagem é uma técnica utilizada por ceramistas que consiste em tornar uma peça oca por dentro, a técnica é usada para que ela fique mais leve, tenha uma secagem mais rápida, e gaste menos material para ser produzida

Figura 18 - Rascunho indicando como esmaltar as peças de cerâmica



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Figura 19 - Todos os gatos de cerâmica



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

6.7 Colagem dos cartazes

A primeira leva de cartazes foi colada nos dias 31 de outubro e 1° de novembro. Foram colados um total de 25 cartazes, sendo que 15 eram do modelo “Onde Está?”, cinco para cada aluno, e 10 eram do modelo “Solo Sagrado”, cinco na vertical e cinco na horizontal (Figura 20). Quase

todos os cartazes que foram colados foram removidos. Isso era uma possibilidade que eu já havia considerado, pois essa primeira leva não havia sido autorizada pelo Núcleo de Administração Predial (NAP). Admito que, em primeiro momento, a minha esperança era que a burocracia não fosse tanta, e que os responsáveis por aprovarem os cartazes dos murais não a levassem *tão a sério*, pois eu já havia me deparado com cartazes não autorizados antes. Eu também não tinha certeza se meus estranhos cartazes, espalhando *fake News* pela Universidade, seriam aprovados. No fim das contas, uma conversa com a prefeitura e com o NAP, explicando que aquilo tudo fazia parte de um projeto de TCC, conseguiu a tão valiosa autorização que eu precisava.

Figura 20 - Cartaz não autorizado colado em mural no ICC



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

A segunda tentativa, agora com os cartazes oficialmente autorizados, ocorreu no dia 5 de novembro. Nessa leva, foram distribuídos um total de 28 cartazes: seis de cada um dos três modelos de “Onde Está?” e cinco de cada orientação do modelo “Solo Sagrado”. A fase dois, com três modelos de cartazes, “Sinais”; “Sonhos”; e “Amigos”, foi iniciada no dia 9 de novembro (Figura 21). Foram colados um total de 30 cartazes, dez de cada modelo. Os cartazes da fase três foram colados no dia 16 de novembro, e foram colados dois modelos de cartazes, “Metamorfose” e “Família”, com dez unidades de cada, totalizando 20 cartazes. No mesmo dia, foram distribuídos os gatinhos de cerâmica (Figuras 22-24). Dez figuras foram escondidas em diversos cantos do ICC, em algumas delas, que tinham partes internas ocas, foram colocados

bilhetes com o endereço de e-mail, para que houvesse algum tipo de retorno caso elas fossem encontradas por alguém (Figura 25).

Figura 21 - Cartaz "Sonhos" colado em mural do ICC



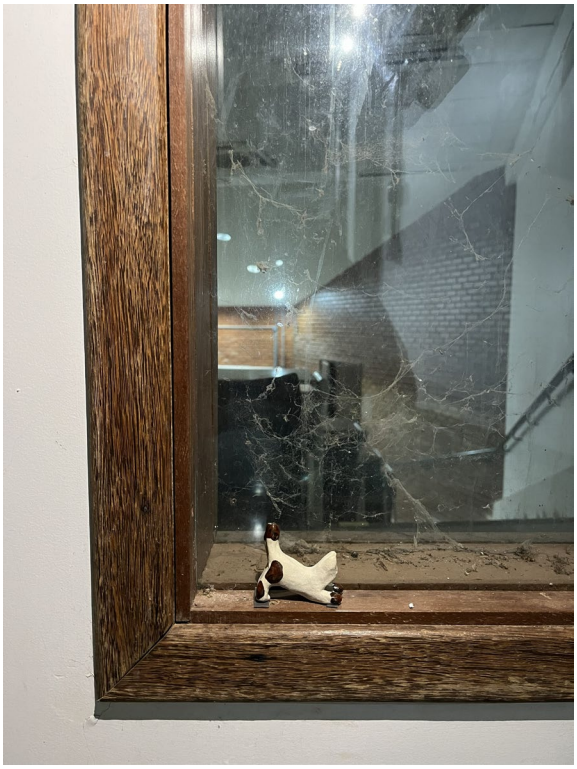
Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Figura 22 - Figura de cerâmica na tomada do DCE



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Figura 23 - Figura de cerâmica na janela de um anfiteatro



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Figura 24 - Figura de cerâmica em bebedouro no ICC



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Figura 25 - Mensagem escondida no interior de uma figura de cerâmica



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Os cartazes eram sempre colados em horários nos quais a Universidade estaria mais vazia: de manhã a partir das 7h, de noite, depois das 21h e aos sábados à tarde. O intuito era que o mínimo de pessoas estivesse circulando, para evitar perguntas e manter o mistério do projeto.

7. RESULTADOS

7.1 Reação do público

Em primeiro lugar, quero deixar claro que o projeto não teve o objetivo de alcançar o maior número de pessoas possível, nem de coletar qualquer tipo de dado sobre a interação das pessoas com ARGs ou interferências na Universidade.

Dito isso, eu já imaginava que alguma reação, nem que fosse uma única foto de algum dos cartazes, fosse chegar até mim. De fato, algumas reações chegaram por meio de mensagens em grupos de whatsapp (Figura 26). Amigos meus que já sabiam do projeto enviavam fotos, reportando que alguém havia mandado em algum grupo de amigos, ou, em outros casos, alguma pessoa reconhecia os supostos "desaparecidos" no cartaz, e mandava uma mensagem confusa, questionando a situação "vi uma coisa estranha... é você mesmo?". As reações aos cartazes mostravam que as pessoas estavam engajadas com a história, ou, no mínimo, curiosas com toda aquela situação.

Figura 26 - Conversas de Whatsapp



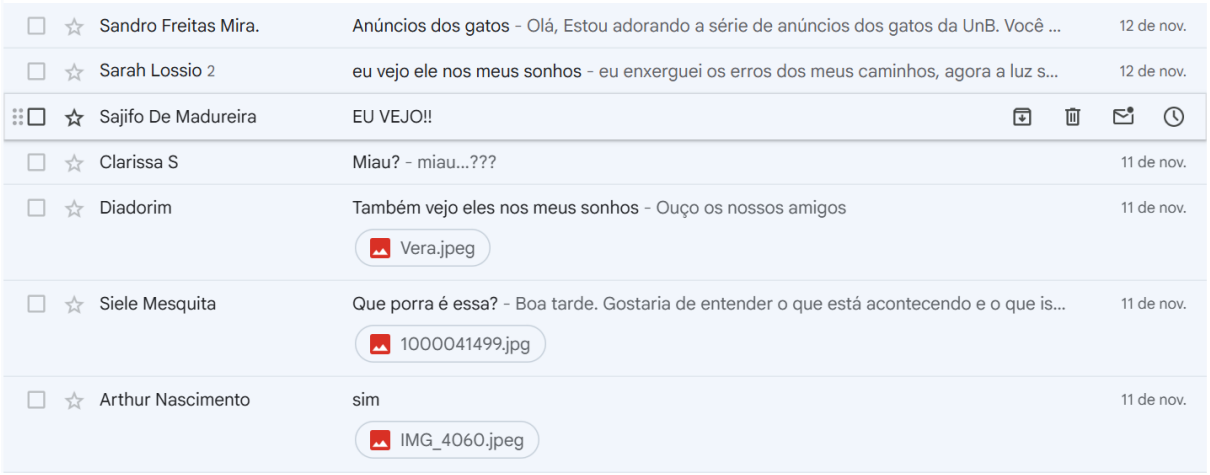
Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Outra forma pela qual as reações das pessoas chegaram até mim foi pelo endereço de e-mail que criei para Lorena (Figura 27). Admito que a inclusão do e-mail no cartaz não foi mais que

uma forma de satisfazer minha curiosidade, na verdade, foi sugestão do meu amigo Pedro Fonseca, que cursa engenharia de software e pensa de uma forma bem mais lógica e direta que eu. Eu já havia estabelecido que não queria fazer nenhum tipo de interação com páginas em redes sociais, QR codes ou formulários on-line, a história deveria se desenrolar inteira através dos cartazes. Mas, de todos os males, o endereço de e-mail parecia o menor. A essa altura, o e-mail já está, de certa forma, "ultrapassado", associado a processos burocráticos e ambientes de trabalho, está longe de ser o principal meio de comunicação no dia-a-dia. O e-mail também não é um canal para outras redes sociais, não possui links associados que sejam capazes de levar uma pessoa de um ponto a vários outros, é mais como uma linha telefônica que nunca atende, um ponto final em uma interação.

Tudo isso para justificar minha curiosidade por querer saber a reação das pessoas. De qualquer forma, o e-mail mostrou-se satisfatório, pois recebi respostas. Algumas delas, naturalmente, eram mensagens confusas que questionavam a situação. Mas o que me impressionou foi a quantidade de mensagens de pessoas interagindo com a história e entrando na brincadeira. As mensagens que recebi não foram muitas, mas foram o suficiente para mostrar que as pessoas estavam vendo o meu trabalho.

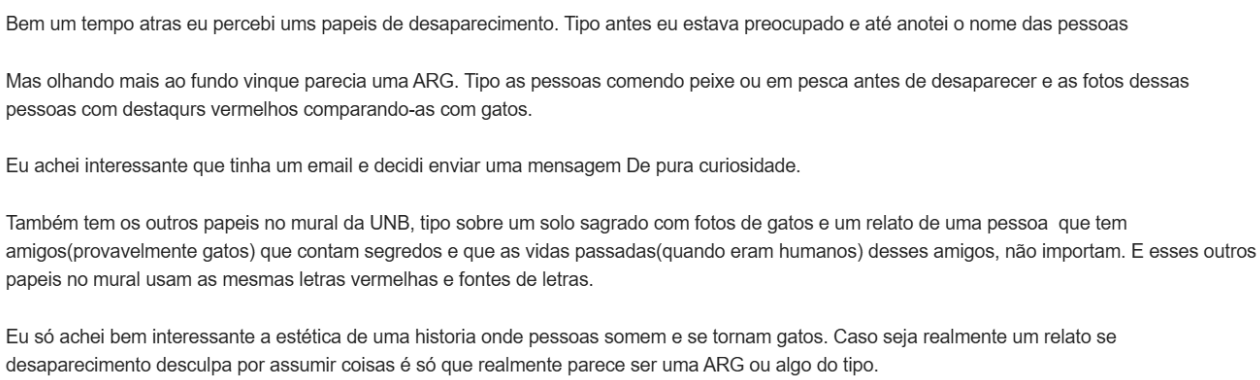
Figura 27 - Caixa de entrada do e-mail criado para Lorena



Fonte: Elaborado pela autora (2025)

Houve até, em um dos e-mails, a situação de uma pessoa que conseguiu reconhecer do que se tratava o projeto (Figura 28). Com base nessa mensagem, é possível inferir que existe uma parcela, menor que seja, de pessoas na UnB interessadas em projetos como ARGs, fazendo com que a Universidade seja um solo fértil de possibilidades para o gênero.

Figura 28 - E-mail recebido sobre ARGs



Bem um tempo atras eu percebi ums papeis de desaparecimento. Tipo antes eu estava preocupado e até anotei o nome das pessoas

Mas olhando mais ao fundo vinque parecia uma ARG. Tipo as pessoas comendo peixe ou em pesca antes de desaparecer e as fotos dessas pessoas com destaqurs vermelhos comparando-as com gatos.

Eu achei interessante que tinha um email e decidi enviar uma mensagem De pura curiosidade.

Também tem os outros papeis no mural da UNB, tipo sobre um solo sagrado com fotos de gatos e um relato de uma pessoa que tem amigos(provavelmente gatos) que contam segredos e que as vidas passadas(quando eram humanos) desses amigos, não importam. E esses outros papeis no mural usam as mesmas letras vermelhas e fontes de letras.

Eu só achei bem interessante a estética de uma historia onde pessoas somem e se tornam gatos. Caso seja realmente um relato se desaparecimento desculpa por assumir coisas é só que realmente parece ser uma ARG ou algo do tipo.

Fonte: Elaborado pela autora (2025)

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando os objetivos, acredito que obtive sucesso em relação à criação de um projeto que interagisse com a lenda urbana acerca dos gatos da UnB. A exploração dos cartazes e murais de avisos como veículo primário da história também se mostrou frutífera, considerando que o projeto conseguiu atingir uma parcela significativa de pessoas e conseguiu chegar às próprias pessoas que estavam nos cartazes, e nas redes sociais. Isso demonstra que os alunos e frequentadores da Universidade realmente prestam atenção e interagem aos cartazes nos murais de avisos, e abre espaço para futuras explorações desse meio não só como estratégia de marketing e divulgação, mas como veículo artístico e narrativo.

Acredito, também, que o projeto gerou certa curiosidade e interesse do público. Nos e-mails que recebi, diversas pessoas demonstraram entusiasmo e buscaram engajar com o projeto, jogando com as frases e conceitos apresentados nos cartazes. Apesar de parte das respostas demonstrarem confusão e estranhamento, se torna claro que de modo geral, o projeto conseguiu criar novidade, gerar curiosidade e incitar um diálogo.

Admito que gostaria de ter tido mais tempo para desenvolver uma experiência que durasse por um período mais extenso, tivesse mais detalhes até um nível maior de interação com a audiência. Mas, dentro do período de um semestre no qual foi desenvolvido o projeto inteiro, desde o conceito até esse relatório, acredito que o resultado foi satisfatório e interessante já que, em poucos meses, conseguiu gerar interesse e engajamento e alcançar um número considerável de pessoas.

Declaro também que a área de pesquisa em ARGs e Lendas Urbanas, que até então já era interessante para mim, se tornou ainda mais fascinante. Acredito que ainda há muito trabalho a ser feito em relação à ambos os assuntos, principalmente no Brasil. Mas o terreno se mostrou fértil para muitos outros experimentos que ainda podem ser realizados no futuro. Em Brasília, especialmente, por ser uma cidade jovem, existe muita oportunidade para criação e expansão do folclore local. Já possível ver esse movimento acontecendo em projetos como **Seu Estrelo e o Mito do Calango Voador**, que conta com festas populares e com uma literatura que explora uma mitologia de criação do Cerrado. Mas ainda existe muito espaço para criação de novas mitologias e para a catalogação e expansão das já existentes.

Em relação a oportunidades futuras, acredito que esse projeto mostra que existe um espaço para que sejam desenvolvidos mais experimentos relacionados a ARGs em Brasília. É possível, também, pensar na integração de outros tipos de mídias e até da implementação de plataformas digitais, assim como na realização de um jogo com uma escala ainda maior, que contemple mais pessoas na cidade. Na minha opinião, o ARG como gênero narrativo ainda é bastante sub utilizado e limitado a comunidades específicas, e acredito que o prosseguimento de projetos nesse âmbito deve continuar.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AHOLICKNIGHT. **A.I Artificial Intelligence - The Beast ARG Documentary**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=853R6lrYmZ4>. Acesso em: 14 nov. 2025.

ARGNET**. Getting Started with ARGs | ARGNet: Alternate Reality Gaming Network**. Disponível em: <https://www.argn.com/getting_started_with_args/>. Acesso 18 nov. 2025

British Library. Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/britishlibrary/albums/>. Acesso 14 nov. 2025.

BRUNAVAND, J. H. **Too good to be true : the colossal book of urban legends**. Nova Iorque, Londres: W. W. Norton & Company, 1999.

CANALFAC. **Você conhece a lenda sobre virar gato que percorre os corredores da universidade?** Intsagram (@canalfac), [Brasília], 19 nov. 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DCkZ3tGS3Nh/?hl=en>. Acesso em: 13 nov. 2025.

COSTA CORREIA, Gabriel. Zona Incerta: o ARG como meio de construção colaborativa de conteúdo. **Revista GEMInIS**, *[S.l.]*, v.2, n.1, p.293–311, 2011. Disponível em: https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/53. Acesso em: 14 nov. 2025.

DEBUNK FILE. **The History Of ARGs**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=av9QcNoYGGo>. Acesso em: 30 set. 2025.

DE OLIVEIRA, T. M.; MARINHO, K. A. R. A construção do conhecimento no Alternate Reality Game. **Signo y Pensamiento**, v. 29, n. 57, p. 538–551, 2010.

DUNDES, A. **"The Devolutionary Premise in Folklore Theory."** *Journal of the Folklore Institute* 6, no. 1 (1969): 5–19. https://doi.org/10.2307/3814118.

GATOSUNB. Instagram, Brasília. Disponível em: <https://www.instagram.com/gatosunb/>. Acesso em: 16 de nov. 2025.

GILMORE, S. **Narrative String Theory (NST)**. Disponível em: <https://www.vaultofculture.com/nst>. Acesso em: 16 nov. 2025.

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens: o Jogo como Elemento na Cultura* (1938). São Paulo: Perspectiva, 2008.

INTERNACIONAL SITUACIONISTA. *Apologia da deriva: escritos situacionistas sobre a cidade*. Org. Paola Berenstein Jacques. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

KIM, J. et al. **Storytelling in new media: The case of alternate reality games, 2001–2009**. First Monday, v. 14, n. 6, jun. 1DC. Wayback Machine. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20120617032134/http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2484@article/2199>. Acesso 18 nov. 2025

LAMBIE, R. **Steven Spielberg's A.I.: Its Groundbreaking Marketing Campaign**. Disponível em: <https://www.denofgeek.com/movies/steven-spielbergs-ai-its-groundbreaking-marketing-campaign/>. Acesso em: 6 mar. 2025.

MERRIAM-WEBSTER**. Definition of MYTHS**. Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/myths>. Acesso 18 nov. 2025

NORWICH GAMES FESTIVAL. **Hareraiser (The Worst Game Ever) - Stuart Ashen - Norwich Gaming Festival 2017**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ouvi-fwrfIY>. Acesso em: 14 nov. 2025.

O'FLYNN, S. A CONCISE HISTORY OF ALTERNATE REALITY GAMES: FROM TRANSMEDIA MARKETING CAMPAIGNS TO THE COLLEGE CLASSROOM. **International Journal on Innovations in Online Education**, 19 dez. 2017.

PIQUEIRA, G. **Valfrido?** 1°. ed. São Paulo: Lote 42, 2016.

RETELFACTOR. **The BEAST | A.I. ARG Mystery | DEEP CUTS**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=K-RZe6vVjxw>. Acesso em: 6 mar. 2025.

ROBERTS, T. **Mystery Flesh Pit National Park**. Disponível em: <https://www.mysteryfleshpitnationalpark.com/>.

ROTTENBERG, J. **How "The Blair Witch Project" revolutionized movie marketing**. Disponível em: <https://www.latimes.com/entertainment-arts/movies/story/2024-07-30/the-blair-witch-project-marketing-25th-anniversary-1999-project>.

SMITH, J. et al**. myth - Allegorical | Britannica**. Disponível em: <https://www.britannica.com/topic/myth/Allegorical>. Acesso 18 nov. 2025

TEIXEIRA, Carlos; TEIXEIRA. Prática reflexiva revisitada. In**:** MORAES, Dijon De (Org.). **Cadernos de Estudos Avançados em Design - Método**. Barbacena: Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais - EdUEMG, 2011. p. 23-34.

THE ICUNABULA PAPERS [Locução de]: Willa Paskin. Slate Podcasts: Decoder Ring, 29 de out. 2018. Podcast. Disponível em: <https://slate.com/podcasts/decoder-ring/2018/10/ongs-hat-conspiracy-theories-decoder-ring>. Acesso em: 14 de nov. 2025

WENDIGOON. **Mystery Flesh Pit National Park**. **YouTube**, 21 jul. 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=zcKR0KhTgHg

WINICK, S. **"He Coined the Word 'Folk-Lore'": The "Old Folk-Lorist" William John Thoms | Folklife Today**. Disponível em: <https://blogs.loc.gov/folklife/2014/08/he-coined-the-word-folk-lore/>.

YAMAGUTI, Bruna. **Gatos da UnB são alunos que não se formaram? Estudantes falam sobre lenda na universidade**. g1, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/aniversariobrasilia/noticia/2023/04/21/gatos-da-unb-sao-alunos-que-nao-se-formaram-estudantes-falam-sobre-lenda-na-universidade.ghtml>. Acesso em: 13 nov. 2025.

ANEXOS

Apêndice A – Textos dos cartazes, na ordem em que foram escritos

Se você está lendo isso, já é tarde demais (Último Cartaz)
Meu nome é Lorena Lourenço e se você está lendo essa carta, significa que eu já virei um gato
Não tentem de procurar, vocês não vão me encontrar.
Aos que não me conheciam, isso é um aviso. Só espero que as coisas que deixo para trás sejam o suficiente para livrá-los do mesmo destino.
Aos meus amigos veteranos, isso é, talvez, uma até breve.

Você vê eles nos seus sonhos? (Fase 2)
Eu também!
Toda noite, todo o dia. Se você também sonha com eles, ouve as vozes, não resista.

Sinais de que a transformação já está acontecendo (Fase 2)

1. Você não sente mais vontade de fazer nada, só deitar no sol o dia inteiro.
2. A comida não tem mais o mesmo sabor de antes. A única coisa que parece interessante é o resto de atum no fundo da geladeira.
3. Os gatos de rua te olham e te reconhecem como um igual. Você também reconhece eles.

Onde está Victoria? (Lucia) (Fase 1)
Victoria Madeira
Estudante de Letras - Hebraico
Matrícula 170043786
“Ela não formou, mas nunca mais a vi no CA.”
- Colega de curso, preferiu ficar anônimo
“Acho que eu vi ela em um HH semestre retrasado.”
- Marcelo, colega de curso
Vista pela última vez em 2024, no RU executivo, comendo um prato só de peixe

Onde Está Dante? (Alighieri) (Fase 1)
Paulo Dante dos Anjos
Estudante de Educação Metafísica

Matrícula 180082371

“Ele já tá no curso a uns duzentos anos, parece que transferiu de outro também. Quem sabe a quando tempo ele tá na Universidade.”

- Miguel, calouro direto de Dante

“Se matriculou na minha matéria e depois parou de aparecer, reprovou por falta.”

- Professor da Universidade, preferiu ficar anônimo

Visto pela última vez na aula de Canto Coral II, ensaiando a peça “Duetto buffo di due gatti”

Onde Está Julia? (Drica) (Fase 1)

Julia Vieira Viana

Estudante de Engenharia de Redes de Pesca

Matrícula 190023103

“Quem?”

- Colega de curso, preferiu ficar anônimo

“Ouvi dizer que ela mudou o tema do TCC sete vezes. Depois disso, nunca mais o vi por aí”

- Maria Paula, colega de curso

Solo Sagrado (Fase 1)

Eles estavam aqui antes de nós, eles tentaram nos avisar

E agora nós pagaremos o preço!!!

Não acredita? Veja essas imagens da construção da Universidade!!

Meus Amigos (Fase 2)

VOCÊ CONHECE MEUS AMIGOS? ELES ME CONTAM SEGREDOS E SUSSURAM ANTIGAS PROFECIAS. AS PAREDES QUEREM ME DEVORAR, MAS MEUS AMIGOS VÃO TE PROTEGER. CADA UM DELES TEM NOMES, MAS SUAS VIDAS PASSADAS NÃO IMPORTAM MAIS, ELES SÃO MAIS FELIZES AGORA E EU QUERO SER FELIZ TAMBÉM.

Metamorfose (Fase 3)

ABRACE A METAMORFOSE

Família (Fase 3)

JUNTE-SE À FAMÍLIA

Apêndice B – Cartas de Lorena

Carta 1

Quando vou me deitar não durmo, não prego o olho. Tenho visões proféticas e sonhos delirantes e acordo me sentindo mais cansada do que quando me deitei

ELES ESTÃO ATRÁS DE MIM

Nos corredores eles sussurram me chamam, talvez eu vá

ELES ESTÃO SE APROXIMANDO

A sinfonia dos miados é tão bela que eu poderia chorar

NÃO ESCUTE.

Carta 2

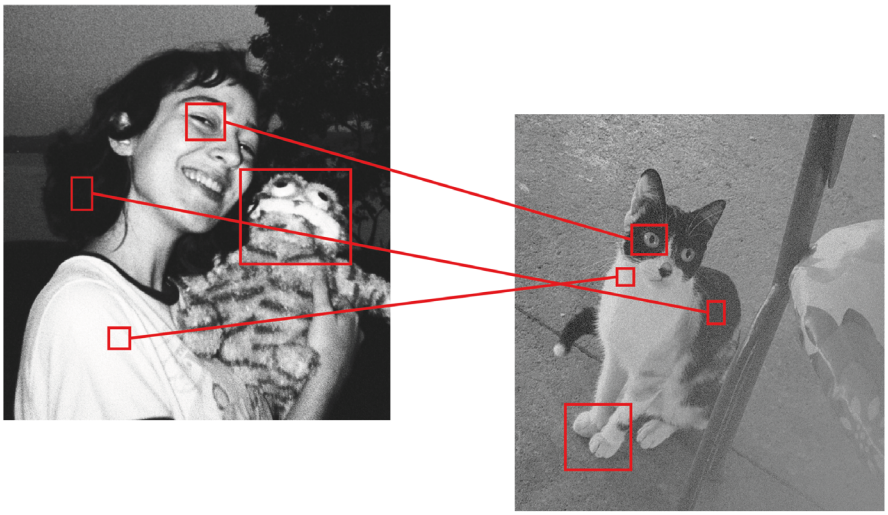
Quando sento na bancada para trabalhar, minhas mãos se movem por conta própria. Quando dou por mim, já se passarem horas, e dezenas de gatos agora estão na minha frente, me encarando como se eu não tivesse dado vida a eles, como se fosse o contrário. Já fazem algumas semanas que eu não consigo esculpir mais nada, parei de tentar. Não sei o que fazer com eles, me parece errado vender ou dar de presente. Afinal, eles são meus amigos.

Apêndice C – Cartazes

ONDE ESTÁ VICTORIA?



Victoria Madeira
Estudante de Letras - Hebraico
Matrícula 170043786



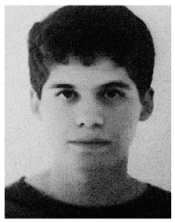
"Ela não formou, mas nunca mais a vi no CA."
- Colega de curso, preferiu ficar anônimo

"Acho que eu vi ela em um HH semestre retrasado."
- Marcelo, colega de curso

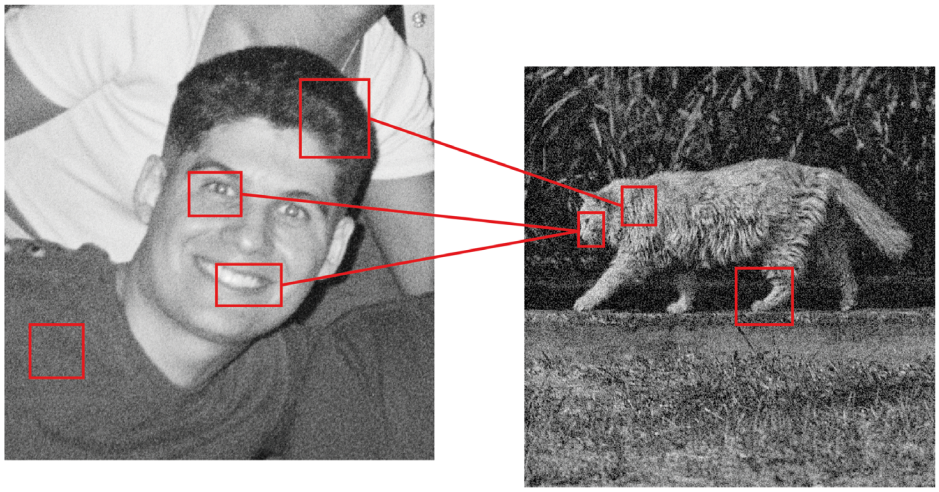
Vista pela última vez em 2024, no RU executivo, comendo um prato só de peixe

Se você tiver alguma informação sobre essa pessoa entre em contato em lourencolorena072@gmail.com

ONDE ESTÁ DANTE?



Paulo Dante dos Anjos
Estudante de Educação Metafísica
Matrícula 180082371



"Ele já tá no curso a uns duzentos anos, parece que transferiu de outro também.
- Miguel, calouro direto de Dante

"Se matriculou na minha matéria e depois parou de aparecer, reprovou por falta."
- Professor do Curso, preferiu ficar anônimo

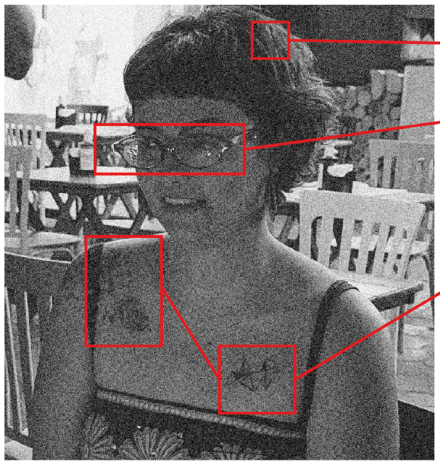
Visto pela última vez na aula de Canto Coral II, ensaiando a peça "Duetto buffo di due gatti"

Se você tiver alguma informação sobre essa pessoa entre em contato em lourencolorena072@gmail.com

ONDE ESTÁ JULIA?



Julia Vieira Viana
Estudante de Engenharia de Redes de Pesca
Matrícula 190023103





"Quem?"
- Colega de curso, preferiu ficar anônimo

"Ouvi dizer que ela mudou o tema do TCC sete vezes.
Depois disso, nunca mais a vi por aí"
- Maria Paula, colega de curso

Vista pela última vez vagando pelos corredores do Hospital Veterinário da UnB"

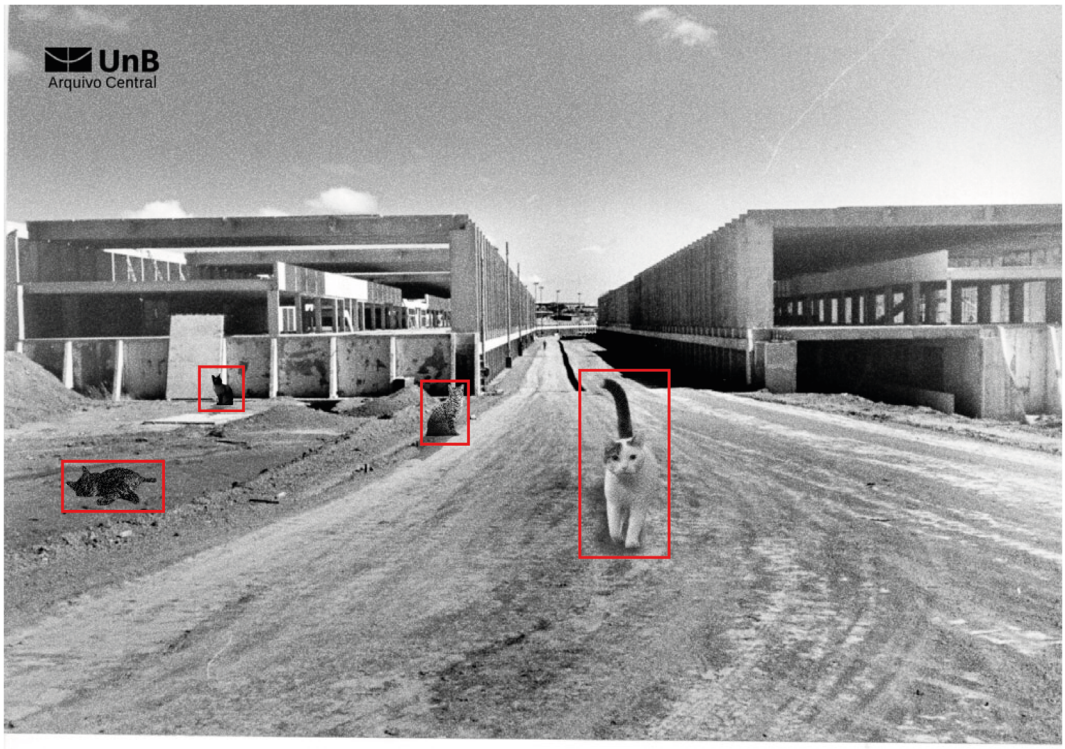
Se você tiver alguma informação sobre essa pessoa entre em contato em lourencolorena072@gmail.com

SOLO SAGRADO

Eles estavam aqui antes de nós, eles tentaram nos avisar

E agora nós pagaremos o preço!!!

Não acredita? Veja essa imagem da construção da Universidade!!









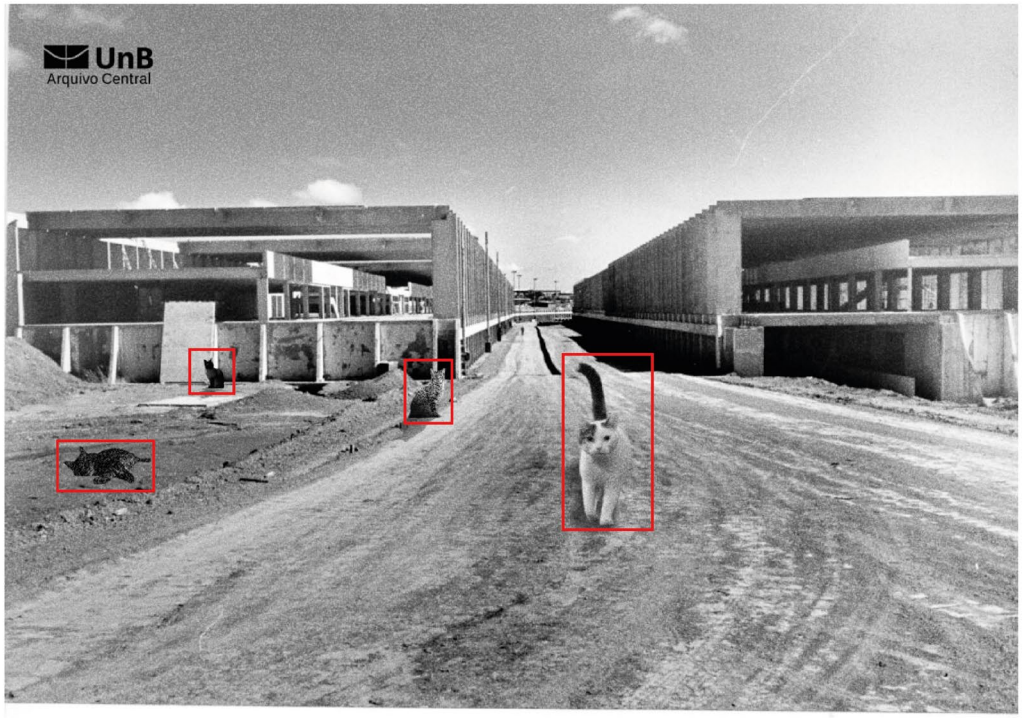


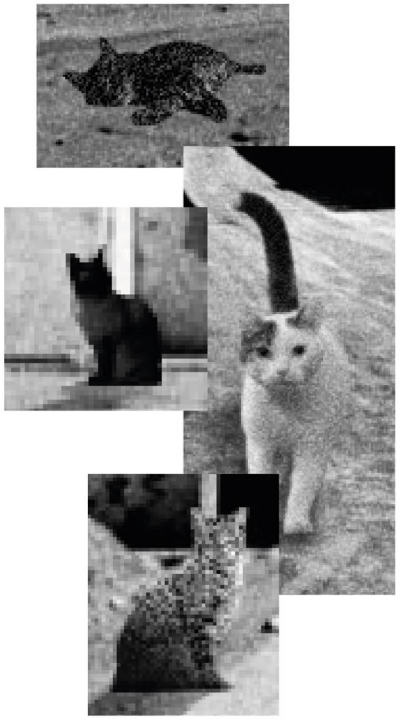
SOLO SAGRADO

Eles estavam aqui antes de nós, eles tentaram nos avisar

E agora nós pagaremos o preço!!!

Não acredita? Veja essa imagem da construção da Universidade!!





Três sinais de que a transformação já está acontecendo

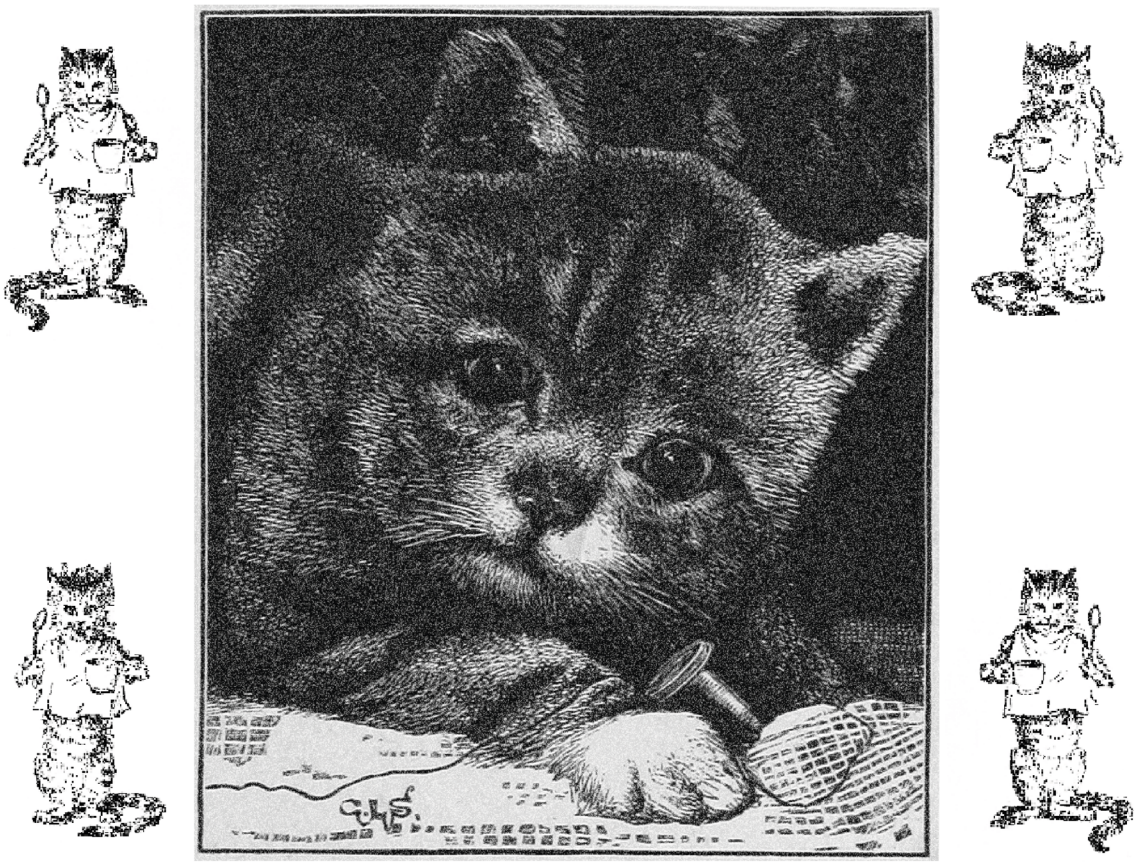
1. Você não sente mais vontade de fazer nada, só deitar no sol o dia inteiro.

2. A comida não tem mais o mesmo sabor de antes. A única coisa que parece interessante é o resto de atum no fundo da geladeira.

3. Os gatos de rua te olham e te reconhecem como um igual. Você também reconhece eles.



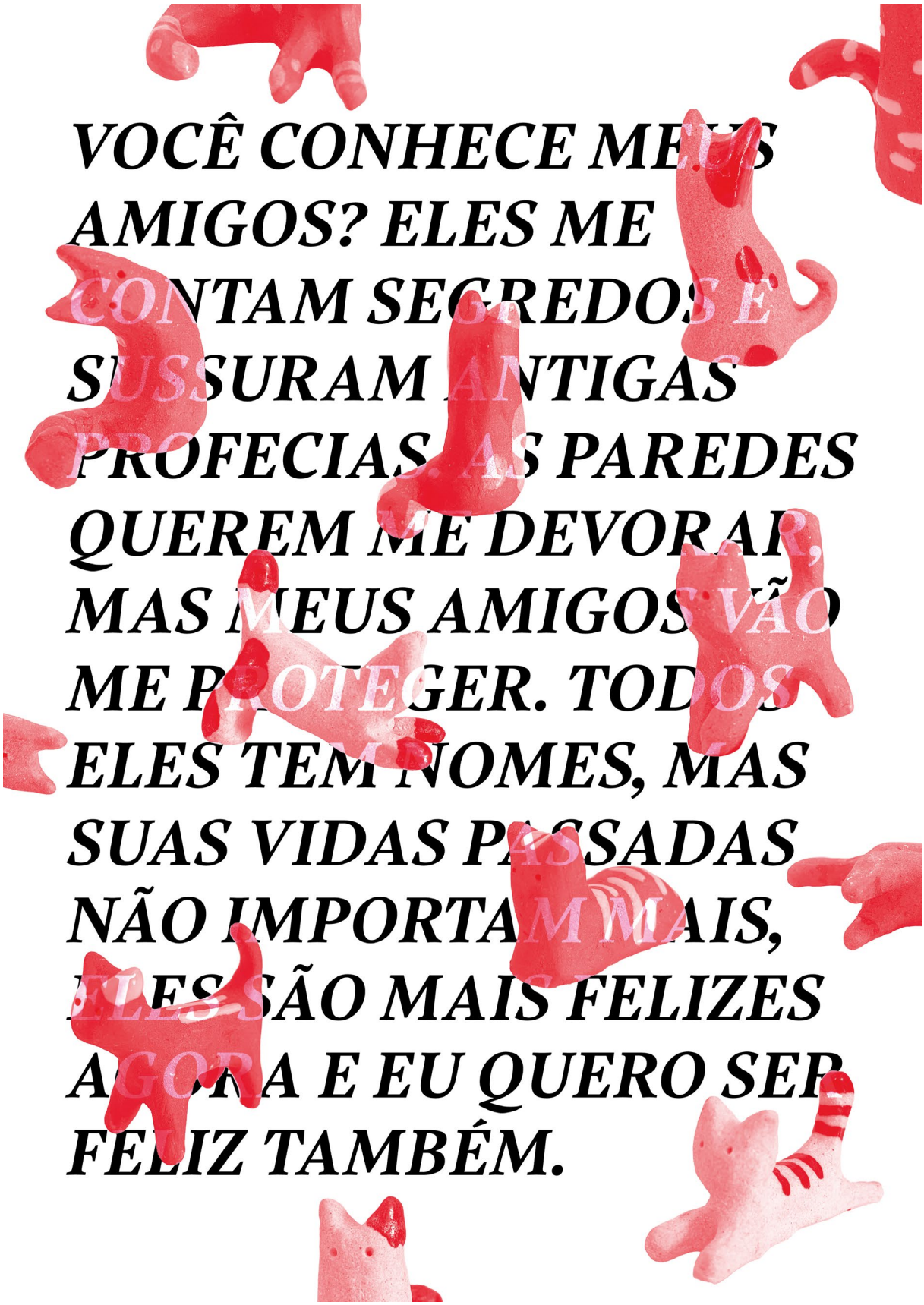
VOCÊ VÊ ELES NOS SEUS SONHOS?



Eu também!

Toda noite, todo o dia. Se você também sonha com eles, ouve as vozes, entre em contato:

lourencolorena072@gmail.com



VOCÊ CONHECE MEUS AMIGOS? ELES ME CONTAM SEGREDOS E SUSSURAM ANTIGAS PROFECIAS. AS PAREDES QUEREM ME DEVORAR, MAS MEUS AMIGOS VÃO ME PROTEGER. TODOS ELES TEM NOMES, MAS SUAS VIDAS PASSADAS NÃO IMPORTAM MAIS, ELES SÃO MAIS FELIZES AGORA E EU QUERO SER FELIZ TAMBÉM.


ABRA
CE
A
METAMORFOSE


JUNTE-SE À
FAMÍLIA

Se você está lendo isso, *já é tarde demais*

Meu nome é Lorena Lourenço e se você está lendo essa carta, significa que eu já virei um gato

Não tentem de procurar, vocês não vão me encontrar.

Aos que não me conheciam, isso é um aviso. Só espero que as coisas que deixo para trás sejam o suficiente para livrá-los do mesmo destino.

Aos meus amigos veteranos, isso é, talvez, uma até breve.

Se você está lendo isso, ***já é tarde demais***

Meu nome é Lorena Lourenço e se você está lendo
essa carta, significa que eu já virei um gato

Não tentem me procurar, vocês não vão me encontrar.

Aos que não me conheciam, isso é um aviso.
Só espero que as coisas que deixo para trás sejam
o suficiente para livrá-los do mesmo destino.

Aos meus colegas veteranos, isso é, talvez,
um até breve.

Apêndice E – Lista de gatos de cerâmica

1. 

2. 

3. 

4. 

5. 

6. 

7. 

8. 

9. 

10. 

11. 

12. 